

**Dakwah di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok @syam\_elmarusy**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos)**

**Oleh :**

**ZSA ZSA SYAHARANI CHAYA KHOIRUNISA**

**NIM. 1717102130**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH**

**UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI**

**PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa

NIM : 1717102130

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Komunikasi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul **Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok @syam\_elmarusy** ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi citasis dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Purwokerto, 12 April 2022

Saya yang menyatakan



**Zsa Zsa Syaharani Chaya K**

NIM. 1717102130

**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul:

**Dakwah Di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok @syam\_elmarusy**

Yang disusun oleh **Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa** NIM. **1717102130** Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 21 April 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

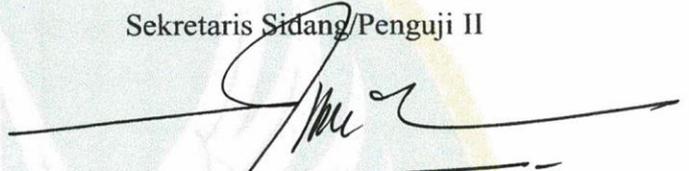
Ketua Sidang/Pembimbing



**Asep Amaludin, M.Si.**

NIP. 19860717 201903 1 008

Sekretaris Sidang/Penguji II



**Ageng Widodo, M.A.**

NIP 19930622 201903 1 015

Penguji Utama



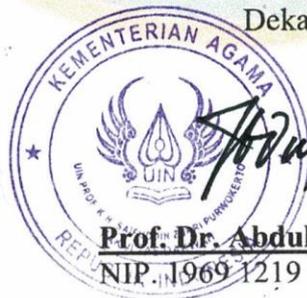
**Dra. Amirotn Solikhah M.Si**

NIP. 19651006 19930 3 2002

Mengesahkan,

Purwokerto, **9-6 - 2022**

Dekan,



**Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag.**

NIP. 1969 1219 1998 031001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka kami sampaikan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa  
NIM : 1717102130  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Dakwah di Media Sosial Melalui  
Akun Tik Tok @syam\_elmarusy**

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Walaikumsalam Wr. Wb.

Purwokerto, 12 April 2022  
Pembimbing,



**Asep Amaludin S.Pd. M.Si**

NIP. 19860717 201903 1 008

# **DAKWAH DI MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN TIKTOK**

**@SYAM\_ELMARUSY**

**Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa**

**1717102130**

## **ABSTRAK**

Media sosial menjadi komunikasi yang efektif dalam kehidupan sehari-hari, membawa dampak perubahan terhadap dakwah di masyarakat yang dilakukan melalui ranah virtual. Tik Tok merupakan platform video musik dan jejaring media sosial. Akun tiktok @syam\_elmarusy ialah akun yang menyebarkan konten dakwah. Pengikut dan khalayak akun @syam\_elmarusy merupakan anggota dan komunitas virtual.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam\_elmarusy. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analisis media siber. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana bentuk dakwah di media sosial akun tik tok @syam\_elmarusy (2) bagaimana kelebihan dan kelemahan dakwah media sosial di akun @syam\_elmarusy.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat bentuk dakwah bil lisan dan dakwah bil qalam dari Samsul Munir Amin, serta mengetahui syarat bentuk dakwah di media sosial dengan cara mencari materi yang cocok berupa penyampaian materi yang ditujukan ke generasi milenial yang paham dan aktif di media sosial melalui TikTok, mengetahui kondisi psikologis mad'u ialah bagaimana umpan balik yang diterima oleh salah satu mad'u terkait materi dakwah dari akun @syam\_elmarusy, memilih metode representatif merupakan rekam ulang atau stich video dari akun pengguna lain seperti menjelaskan kejadian yang masih simpang siur, menggunakan bahasa yang bijaksana, yaitu akun @syam\_elmarusy menyampaikan materi dakwah dengan penggunaan bahasa yang baik melalui lisan maupun tulisan.

**Kata kunci : Dakwah, Media Sosial, Tik Tok**

**MOTTO**

**“Wong Pinter Kalah Karo Wong Bejo”**

(Filosofi Jawa)



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Sri Sudiantoro dan Ibu Athik Hidayati yang telah merawat, mendidik, mendukung baik materil maupun moril serta berkat doa-doanya yang tak kunjung henti, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu diberi umur panjang, kesehatan dan rezeki oleh Allah SWT.
3. Teruntuk sahabat, Wiwin Septa Bela Putri, Fika Kurnia Sari, Laela Amanatun Nikmah, Salsabil Aulia, dan Salsabila Nur Azizah yang selalu menerima curhatan dan menemani keinginan penulis dimanapun dan kapanpun dikala jenuh mengerjakan skripsi.
4. Teman seperjuangan skripsi, mantan kosma tercinta Syarif Hidayat, Salsabil Aulia, Vicky Hidayah, Fikih Nur Seha & Fera Fitriyanissa, Umi Uswatun Khasanah terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, membantu, dan memotivasi sehingga terselesaikan skripsi ini, terimakasih banyak.
5. Doyoung, Taeyong, seluruh member NCT, Red Velvet, ITZY yang telah menghibur penulis melalui karya musik, video, dan candaan kalian.
6. Untuk crush, Ahmad Danis Pangestu terimakasih banyak sudah menemani baik susah maupun senang, membantu, mendukung, memberi semangat dan menjadi partner pilihan selama ini.
7. Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having days off, I wanna thank me for never quit, I wanna thank me for always being a giver and trying give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all time.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah rahmat serta nikmat-Nya, yang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Dakwah di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok @syam\_elmarusy”** Tak lupa sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, beserta sahabat. Semoga kita semua mendapatkan syafaat dan mendapat petunjuk dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan. Namun berkat dukungan, bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dedy Riadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Muridan, M.Ag. Penasehat Akademik Angkatan 2017 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Asep Amaludin, S.Pd, M.Si. dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas segala arahan dan kesabarannya dalam penulisan skripsi ini.
7. Segenap Dosen, Karyawan, dan seluruh civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Untuk Almh. Mbah Sumi Harini terimakasih banyak mbah uti yang telah membimbing, mendidik, menemani dan mendukung sasa dari kecil sampai besar, serta nasehat-nasehat yang tak terlupakan.

9. Keluarga besar Sudarsono dan saudara-saudara yang telah berjuang membiayai kuliah dari awal hingga akhir, saya ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya.
10. Keluarga besar KPI C angkatan 2017, yang telah memberi bantuan secara moril maupun materil serta memberikan banyak kenangan dihidup penulis selama menempuh studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan semangat dan bantuan sehingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca.

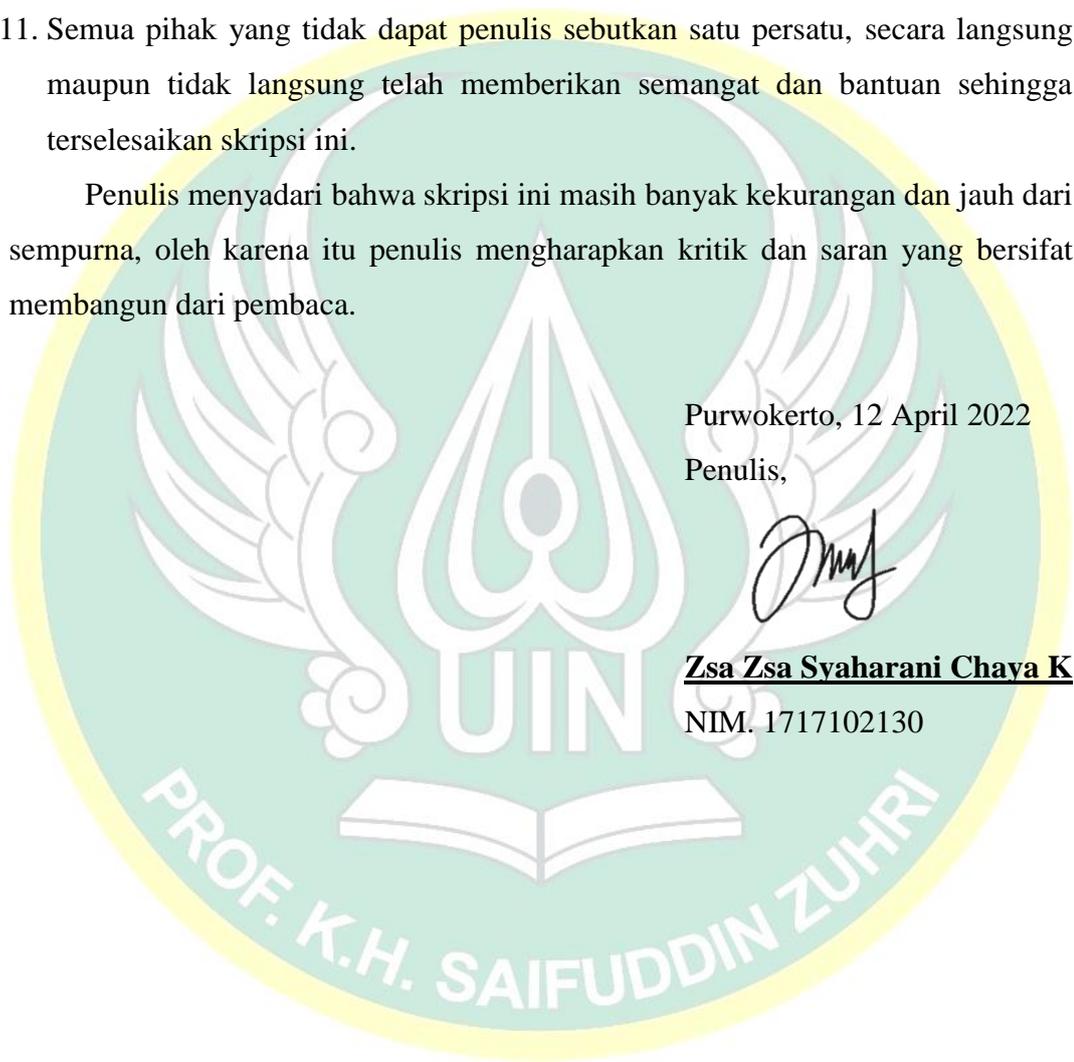
Purwokerto, 12 April 2022

Penulis,



**Zsa Zsa Syaharani Chaya K**

NIM. 1717102130



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                      | i    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....                                | ii   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                  | iii  |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....                              | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | v    |
| <b>MOTTO</b> .....  | vi   |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....  | vii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                     | viii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                       | xii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                      | xii  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>  |      |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                  | 1    |
| B. Penegasan Istilah.....                                       | 6    |
| 1. Dakwah .....   | 6    |
| 2. Media Sosial.....  | 8    |
| 3. Tik Tok.....   | 8    |
| C. Rumusan Masalah .....  | 9    |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                          | 9    |
| 1. Tujuan Penelitian .....                                      | 9    |
| 2. Manfaat Penelitian .....                                     | 9    |
| E. Tinjauan Pustaka .....                                       | 10   |
| F. Sistematika Penulisan .....                                  | 15   |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI</b>                                      |      |
| A. Dakwah di Media Sosial .....                                 | 17   |
| 1. Pengertian Dakwah .....                                      | 17   |
| 2. Unsur-unsur Dakwah .....                                     | 18   |
| 3. Media Sosial.....  | 21   |
| 4. Bentuk Dakwah dalam Media Baru ( <i>Social Media</i> ) ..... | 22   |

|  |    |
|--|----|
| 5. Karakteristik Media Sosial.....   | 25 |
| 6. Jenis-jenis Media Sosial.....   | 26 |
| 7. Manfaat Dakwah di Media Sosial.....   | 28 |
| B. TikTok.....   | 29 |
| C. Analisis Media Siber.....   | 33 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>   |    |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....  | 37 |
| B. Waktu Penelitian.....   | 38 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian.....  | 38 |
| D. Sumber Data.....  | 38 |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....  | 39 |
| 1. Dokumentasi.....  | 39 |
| F. Analisis Data.....  | 41 |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>   |    |
| A. Profil Ustadz Syam.....   | 42 |
| B. Bentuk Dakwah Akun TikTok @syam_elmarusy.....   | 44 |
| C. Analisis Media Siber Pada Akun TikTok @syam_elmarusy.....                               | 77 |
| 1. Ruang Media.....  | 77 |
| 2. Dokumen Media.....  | 82 |
| 3. Objek Media.....  | 85 |
| 4. Pengalaman.....   | 89 |
| D. Kelebihan dan Kelemahan Dakwah<br>di Media Sosial Pada Akun Tik Tok @syam_elmarusy..... | 92 |
| <b>PENUTUP</b>   |    |
| A. Kesimpulan.....   | 96 |
| B. Saran.....  | 97 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>  |    |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>   |    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>  |    |

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Analisi Media Siber

Tabel 3.1 Data Unggahan Video TikTok September-Desember 2021

Tabel 4.1 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 14, 21 dan 30 September 2021.

Tabel 4.2 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 13 dan 19 Oktober 2021

Tabel 4.3 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 8, 12 dan 26 November 2021

Tabel 4.4 Isi Postingan 30 September 2021

Tabel 4.5 Isi Postingan 21 September 2021

Tabel 4.6 Isi Postingan 8 November 2021

Tabel 4.7 Isi Postingan 19 Oktober 2021

Tabel 4.8 Isi Postingan 14 Oktober 2021

Tabel 4.9 Isi Postingan 12 November 2021

Tabel 4.10 Isi Postingan 2 Desember 2021

Tabel 4.11 Temuan Data Hasil Penelitian

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Profil Akun Tik Tok @syam\_elmarusy

Gambar 1.2 Screenshot Akun Tik T@syam\_elmarusy

Gambar 2.1 Pembuatan Video Tik Tok

Gambar 2.2 Level dalam Analisis Media Siber

Gambar 4.1 Foto Instagram Ustadz Syam

Gambar 4.2 Postingan Pertama @syam\_elmarusy

Gambar 4.3 Komentar Postingan 30 September 2021

Gambar 4.4 Komentar Postingan 8 November 2021

Gambar 4.5 Komentar Postingan 19 Oktober 2021

Gambar 4.6 Aplikasi Tik Tok

Gambar 4.7 Beranda Tik Tok

Gambar 4.8 Membuat Akun Tik Tok

Gambar 4.9 Akun @syam\_elmarusy

Gambar 4.10 Pencarian (Temukan)

Gambar 4.11 Searching Akun @syam\_

Gambar 4.12 Akun Tik Tok @syam\_elmarusy

Gambar 4.13 Postingan Akun @syam\_elmarusy

Gambar 4.14 Tanggapan Komentar Saling Menyapa

Gambar 4.15 Tanggapan Komentar Postingan Video Akun @syam\_elmarusy



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dakwah di media sosial merupakan salah satu cara efektif di era globalisasi ini. Apalagi dengan teknologi yang semakin maju, tidak dapat dipungkiri hadirnya media sosial semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti kegiatan sosial, pendidikan, bisnis, dan lain - lain. Selain itu, jejaring sosial memiliki pengaruh besar pada kehidupan manusia. Seseorang yang memulai dari yang kecil bisa menjadi besar di media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya para remaja. Jejaring sosial telah menjadi kecanduan karena pengguna tidak menghabiskan satu hari pun tanpa jejaring sosial.<sup>1</sup>

Dakwah adalah proses mengajak, menyeru dan membimbing manusia kepada kebaikan dan mengikuti tuntunan Allah SWT dan Rasul-Nya. Kemajuan teknologi semakin pesat, sehingga terjadi adanya internet kemudian muncul *new media* atau media sosial. Dakwah di media sosial adalah sesuatu yang baru bagi para da'i dengan konsep dakwah kontemporer yang sifatnya mudah diterima oleh kalangan masa kini, yang mana dikemas lebih efisien dan mudah diterapkan. Dakwah sejak zaman nabi sudah mengalami perkembangan yang signifikan perkembangan dakwah ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan zaman dengan kemajuan teknologi, meskipun pada masa Rasulullah belum ditemukan teknologi yang berkembang cepat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> WSR Putri, dkk, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja, *Jurnal*, Vol. III No. 1, hlm 1 (Sumedang: Universitas Padjajaran, 2016). Diambil dari <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/viewFile/13625/6455>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2021.

<sup>2</sup> Imas Mutiawati, Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram), *Skripsi*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo) hlm 5. Diambil dari [SKRIPSI LENGKAP.pdf \(walisongo.ac.id\)](SKRIPSI LENGKAP.pdf (walisongo.ac.id)) diakses pada tanggal 22 Agustus 2021

Awalnya para da'i berdakwah melalui media massa sebagai sarana informasi dan komunikasi. Media massa merupakan peralatan fisik untuk menjelaskan pesan dan konten pendidikan, seperti buku, film, kaset video, dll. Ada bagian lain yang dikemukakan sebagai media (wasilah) dakwah yaitu alat untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umatnya, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'kub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, diantaranya ada lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Secara rasional media dakwah ialah segala sesuatu yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari pendakwah kepada publik (mad'u).

Dakwah sebagai tindakan korespondensi yang ketat dihadapkan pada kemajuan inovasi korespondensi yang semakin modern, sehingga mengharapkan transformasi untuk maju. Hal ini mengandung makna bahwa dakwah harus dikemas dengan penggunaan media surat menyurat yang sesuai dengan mad'u yang berbeda-beda. Kemudian perkembangan dipacu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, hanyalah teknologi komunikasi yang merupakan metode untuk menghubungkan orang-orang di Negara yang berbeda-beda.<sup>3</sup>

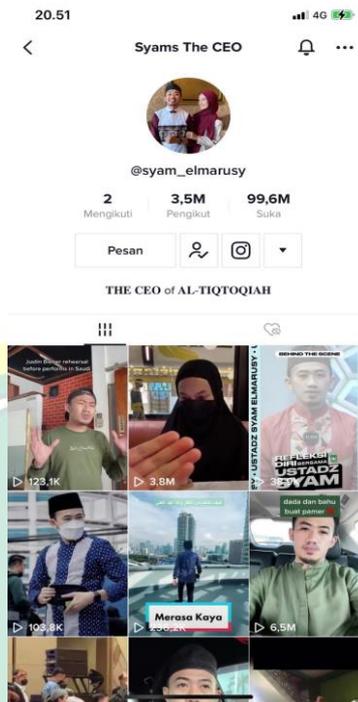
Hadirnya media baru mengubah segala cara untuk menjadi sistem virtual. Belakangan ini memang banyak para da'i maupun ustadz berdakwah melalui media sosial. Media sosial adalah aplikasi *online* yang memungkinkan untuk terhubung dengan segala hal terpenting juga sebagai alat informasi yang sangat cepat. Apalagi kalangan muda yang sangat terintergrasi dengan perangkat dan situs jaringan sosial interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan berkembangnya masyarakat, proses dakwah biasanya terjadi dengan menggunakan berbagai sarana dan media karena perkembangansiptek memberikan dampak positif dengan jangkauan yang luas.

---

<sup>3</sup> Aminuddin, Media Dakwah, *E-Journal* (Kendari: Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2016), hlm. 3. Diambil dari <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786>. Diakses pada tanggal 1 Juli 2021.

Tidak dapat dipungkiri pengguna media sosial meningkat pada 2020-2021, mencapai 202,6 juta di Indonesia saja. Jumlah ini meningkat 27 juta atau 16% dari tahun sebelumnya. Pada data penggunaan media sosial YouTube masih menjadi media sosial yang populer dan memiliki pengguna terbanyak hingga tahun ini, jumlah pengguna YouTube saat ini mencapai 98,7% dalam kelompok usia 10-65 tahun. Jumlah tersebut berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh GWI pada tahun 2021. Sementara WhatsApp menduduki posisi kedua dari kalangan media sosial populer. Aplikasi video pendek Tik Tok dan Aplikasi perpesanan Telegram menunjukkan pertumbuhan tercepat di tahun 2020. Sementara itu, popularitas media sosial asal China seperti WeChat atau Sina Weibo di Indonesia sedang menurun.

Awalnya pada tahun 2018 aplikasi Tik Tok belum dikenal oleh masyarakat Indonesia, rating yang di dapat juga masih rendah, terdapat salah satu video unggah yang dianggap remeh oleh kalangan muda dikarenakan video tersebut terkesan alay atau norak. Namun, pada tahun 2019 ada sesuatu yang menarik perhatian khalayak sehingga aplikasi ini viral kembali yaitu adanya video musik yang isinya membuat gerakan tarian (*dance*) sendiri di dalam video tersebut. Khalayak yang melihatnya, ikut membuat video gerakan tarian. Sehingga mengikuti trend *challenge* Tik Tok tersebut atau dikenal dengan hashtag *#tiktokchallenge*. Saat ini kalangan muda beramai-ramai membuat video kreatif seperti tarian modern maupun tradisional maupun kreativitas dalam kerajinan agar untuk mengenal lebih dalam tentang budaya. Zaman semakin modern dan komunikasi interaksi semakin luas hingga Tik Tok banyak digunakan sebagai media pembelajaran, pendidikan, hiburan, kebudayaan, agama dan sebagainya. Selain itu, aplikasi Tik Tok tidak hanya platform video musik, Tik Tok dapat mengunggah video dengan sound buatan sendiri atau tanpa musik. Tik Tok juga dapat digunakan sebagai media pembelajaran islami, seperti konten ceramah dakwah.



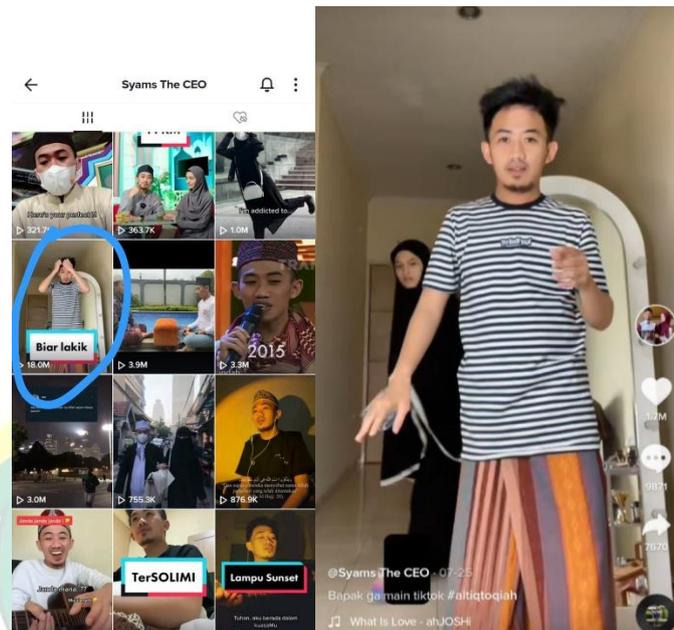
**Gambar 1.1 Profil Akun Tik Tok @syam\_elmarusy**

Akun @syam\_elmarusy memiliki bio THE CEO of AL TIQTOQIAH. Pada profil akun ini memiliki 3,5 juta followers dan 99,6 juta total likes secara keseluruhan dengan unggahan video dakwah sebanyak 20 lebih video yang diunggah, memiliki rata – rata viewers 42 ribu hingga 16 juta viewers serta ribuan serta jutaan likes dan komentar yang memberikan dampak *positive vibes* serta pertanyaan – pertanyaan yang menggugah rasa ingin tahu apa yang telah disampaikan ceramah ustadz Syam di dalam video konten. Tidak hanya itu ustadz Syam juga ikut andil dalam *me-repost* konten video dari akun orang lain untuk di *stich* atau menanggapi konten tersebut dengan menjelaskan ulang apa yang terjadi agar tidak terjadi kesalah pahaman.

Sebelum terjun ke dunia aplikasi Tik Tok beliau mengawali karir melalui program acara tv ceramah dakwah yaitu “Islam Itu Indah” sebagai penulis naskah ceramah Ustadz Maulana. Sejak kecil Ustadz Syam mempunyai impian sebagai pendakwah, ia menempuh pendidikan selama 6 tahun di pesantren dengan mempelajari kitab kuning, kasrah, Al-

Qur'an dan lainnya. Sebelum menjadi pendakwah, ia juga merupakan imam dari Masjid Kubah Emas Dian Al - Mahri, Depok. Ustadz Syam sebagai seorang pendakwah memiliki gaya bahasa tubuh tersendiri yang di mana menyenangkan sebagaimana milenial yang menggunakan sosial media dan diselingi candaan atau hiburan saat berdakwah, sehingga mudah diterima kaum muda hingga orang tua. Maka dari itu, viralnya aplikasi media sosial masa kini, Ustadz Syam kemudian berceramah melalui media sosial Tik Tok. Karena netizen yang menonton videonya membutuhkan motivasi dan pencerahan dengan adanya ceramah dakwah yang disertai hiburan dengan tidak adanya penekanan kepada khalayak.

Ustadz Syam merupakan pendakwah dari Indonesia yang dijuluki sebagai “ustadz milenial” karena beliau berdakwah menggunakan media sosial layaknya anak muda milenial. Dari sinilah ustadz Syam menyampaikan materi dakwahnya dengan membuat konten di aplikasi Tik Tok. Tidak hanya konten dakwah melainkan ada konten video lainnya, agar tidak monoton. Dalam akun Tik Tok tersebut juga diselingi dengan konten hiburan atau komedi dan semacamnya untuk refreshing para followers-nya maupun netizen yang melihatnya. Sering kali dijumpai dalam *feed* Tik Tok Ustadz Syam yaitu mengunggah video konten bersama Istrinya. Ustadz Syam memiliki cara tersendiri untuk memberikan motivasi yang bermanfaat walaupun bukan bagian dari konten dakwah. Dan juga selalu update mengikuti perkembangan trend yang ada di beranda Tik Tok. Variasi cara berdakwah yang dilakukan oleh ustadz Syam ialah *story telling*, motivasi, menjawab atau membalas komentar, dan stich video. Gaya berbicara maupun berdakwah masih terdapat logat bahasa dari Provinsi Sulawesi Selatan yaitu bahasa bugis. Berikut ini adalah cuplikan video konten yang diunggah lainnya.



**Gambar 1.2 Screenshot Akun TikTok @syam\_elmarusy**

Dari hasil unggahan konten video di atas pada tanggal 25 Juli 2021 memiliki jumlah viewers 18.0M, likes 1.7M , komentar 9871, dan share 7670. Dalam video itu Ustadz Syam menari mengikuti trending yang ada lagu yang dari Korea yang berjudul What Is Love? oleh grup idol dari Korea yaitu Twice tetapi hendak ingin menari Istrinya datang dan tidak memperbolehkan menari dan Istrinya memakaikan Ustadz Syam peci yang seakan menyuruhnya untuk beribadah, Maka dari itu, penulis ingin meneliti dakwah di media sosial etnografi virtual pada akun TikTok Ustadz Syam @syam\_elamrusy dalam unggahan video ceramah tersebut<sup>4</sup>.

## **B. PENEGASAN ISTILAH**

### **1. Dakwah**

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, *da'a yad'u da'watan*. Ini berarti ajakan atau himbauan. Sementara itu, secara terminologis, dakwah adalah mengajak atau menyeru. Ini berarti ajakan

<sup>4</sup> Tiktok. Diambil dari <https://www.tiktok.com/foryou> diakses pada tanggal 2 Juli 2021.



## 2. Media Sosial

Apa yang disebut dengan media sosial adalah bagian dari media baru. Jelas bahwa muatan interaktif media baru sangat tinggi. Media sosial, diadaptasi dari Wikipedia, didefinisikan sebagai media online yang memungkinkan penggunaannya dengan mudah bergabung, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia maya. Blog, jejaring sosial dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling populer digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia.<sup>7</sup>

Istilah media baru atau *new media* adalah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dengan yang ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar dikategorikan sebagai media lama (*old media*), dan media Internet dengan konten interaktif dikategorikan sebagai media baru (media baru). Ini adalah istilah untuk menggambarkan karakteristik yang hanya muncul.

## 3. Tik Tok

Tik Tok adalah aplikasi yang memberi efek khusus, unik dan menarik, sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakan aplikasi ini untuk membuat video pendek yang keren lalu menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi ini merupakan media sosial dan platform membuat video dengan dukungan musik yang berasal dari Tiongkok, oleh Zhang Yiming. Dirilis pada bulan September 2016. Aplikasi tersebut sangat digemari banyak orang mulai dari usia 10-65 tahun. Aplikasi ini dapat juga membuat penggunaannya terkenal atau tenar.<sup>8</sup>

Tik Tok merupakan jejaring sosial dan platform video musik tempat pengguna dapat membuat video musik pendek mereka sendiri,

---

<sup>7</sup> Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial*, Jurnal The Messenger Vol.III No.1 Edisi 1 Juli 2008, hlm. 69-70.

<sup>8</sup> Dila Mayang Sari, *Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)*, *Skripsi*, (Jambi: Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Saifuddin, 2021), hlm 14. Diambil dari <http://repository.uinjambi.ac.id/7196/> diakses pada tanggal 16 Juli 2021

seperti aplikasi media sosial lainnya. Aplikasi ini tumbuh dari 500 juta pengguna yang aktif menjadi 1 miliar unduhan.<sup>9</sup>

### C. RUMUSAN MASALAH

- a. Bagaimana bentuk dakwah di media melalui akun tik tok @syam\_elmarusy?
- b. Bagaimana kelebihan dan kelemahan dakwah di media sosial pada akun tik tok @syam\_elmarusy?

### D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk : mendeskripsikan tentang bentuk dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam\_elmarusy menggunakan analisis media siber serta kelebihan dan kelemahan dakwah di media sosial tersebut. Penelitian ini dibuat sebagai bahan pertimbangan materi skripsi untuk pembaca atau mahasiswa yang akan meneliti.

#### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

##### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap peneliti dalam memahami tentang dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam\_elmarusy dan menambah kajian perpustakaan untuk UIN Saizu Purwokerto khusus untuk Fakultas Dakwah.

##### b. Manfaat Praktis

---

<sup>9</sup> Chengyan Zhu, Xiaolin Xu, Wei Zhang, Jianmin Chen, Richard Evans, How Health Communication Via Tik Tok Makes a Difference: A Content Analysis of Tik Tok Accounts Run by Chinese Provincial Health Committees, *Jurnal Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020,17, 192, (Wuhan: Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), 2020), hlm 1. Diambil dari [www.mdpi.com/journal/ijerph](http://www.mdpi.com/journal/ijerph) diakses pada tanggal 16 Juli 2021

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan acuan bagi pembaca dan peneliti melalui media sosial. Dan dapat dijadikan sebagai referensi mahasiswa dalam membuat penelitian di bidang jurusan Komunikasi Islam.

## **E. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini memaparkan temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian-penelitian relevan yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan, baik dari subjek penelitian maupun objek penelitian, untuk membedakan penelitian yang dilakukan dengan penelitian-penelitian lain, seperti terlihat di bawah ini.

Pertama, hasil penelitian dari skripsi Dinda Rizky Hayati yang berjudul Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2021.

Skripsi ini mengenai Ikhwan Mukhlis memanfaatkan Tiktok untuk membuat inovasi baru dalam berdakwah dengan nilai dakwah yang disampaikan secara sederhana, namun menarik. Kemasan konten dakwahnya yang dibuat pun menyesuaikan trend yang sedang viral. Gaya berdakwahnya sangat mudah diterima khalayak, karna tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Berbagai konten video dakwah dibuat untuk mengajak kebaikan dengan cara millennialnya menjadi daya tarik pengguna Tik Tok yang mayoritas adalah kalangan muda atau remaja yang sedang membutuhkan dakwah islam atau penanaman moral secara islami dan modern. Membahas alasan Ikhwan Mukhlis berdakwah dengan media Tik Tok, bagaimana proses pembuatan konten dakwah melalui media Tik Tok dan menentukan tema-tema dakwah yang ada pada setiap postingan konten dakwah. Hasil dari penelitian terdahulu terdapat Ikhwan Mukhlis menggunakan Tik Tok sebagai media dakwah dikarenakan caranya yang mudah yang dapat diterima langsung ke target yang dituju target tersebut ialah kalangan

remaja. Proses pembuatan konten dakwah oleh Ikhwan Mukhlis seperti proses dalam memproduksi pada umumnya yaitu persiapan, menentukan materi, ringkasan materi, tahapan produksi, dan penyuntingan video. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan media yang sama yaitu Tik Tok sebagai sarana dan tempat dalam membuat konten dakwah. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan analisis isi model Miles dan Huberman dan subjek berbeda, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif pada akun Tik Tok @syam\_elmarusy.<sup>10</sup>

Kedua, hasil penelitian jurnal dari Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni yang berjudul Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa) pada tahun 2019.

Penelitian ini membahas tentang komunikasi dakwah digital dan cara penyampaian konten Islami lewat media sosial Line pada akun dakwah bernama 3SAFA. Line, saat ini di seluruh dunia Line memiliki 220 juta pengguna aktif. Sementara pengguna di Indonesia mencapai lebih dari 90 juta. Jumlah pengguna terbesar keempat setelah Jepang, Taiwan, dan Thailand. Terdapat 80% atau sekitar 72 juta pengguna Line di Indonesia yang termasuk ke dalam pengguna aktif bulanan (*monthly active user*). Di mana pengguna tersebut menghabiskan waktu selama 40,2 menit per-harinya dalam menggunakan Line. Line memiliki beberapa fitur unik dan menarik yang dapat memikat kaum muda, yang paling menarik adalah Line menyediakan fitur Line@ yang dapat digunakan untuk menjalankan bisnis. Line@ merupakan pengembangan dari aplikasi Line biasa, yang dikhususkan untuk tujuan bisnis. Sehingga para pebisnis dapat memisahkan akun pribadi dan bisnis. Aplikasi ini sangat cocok bagi

---

<sup>10</sup>Dinda Rizky Hayati, Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis, *Skripsi*, (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2021). Diambil dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/> diakses pada tanggal 10 April 2022.

seorang yang ingin mengelola bisnis usaha dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana penyusunan konten Islami oleh kreator atau admin 3SAFA? 2) Untuk mengetahui apa keuntungan komunikasi dakwah lewat media digital? 3) Untuk mengetahui bagaimana respons pengikut 3SAFA terhadap komunikasi dakwah digital?. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu pedoman wawancara, pedoman observasi, dan pedoman dokumentasi. Teknik analisis datanya adalah analisis interaktif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu pendiri serta admin akun dakwah 3SAFA. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu penyampaian konten Islami lewat media sosial Line pada akun dakwah 3SAFA berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dengan 1) Penyusunan konten 3SAFA dilakukan oleh admin yang sudah terjadwal setiap bulannya. 2) pengguna Line dapat mengakses akun dakwah 3SAFA secara bebas tanpa batasan waktu dan tempat. 3) Respons pengikut terhadap komunikasi dakwah digital adalah baik dan menerima dakwah yang disampaikan akun dakwah 3SAFA, bisa dilihat dari jumlah pengikut 3SAFA yang sudah mencapai 9000 lebih.<sup>11</sup>

Perbedaan dengan penelitian terdahulu ialah penelitian terdahulu menggunakan subjek kreator 3SAFA dengan objek aplikasi Line. Sementara penelitian ini menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai objeknya dan Ustadz Syam dengan akun @syam\_elmarusy sebagai subjeknya. Sedangkan, persamaan dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dalam menganalisis.

---

<sup>11</sup> Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni, Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa), *Jurnal Mutakallimin*, Vol. 2, No. 1, hlm 1, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2019). Di ambil dari <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3417/2295> . Di akses pada tanggal 16 Mei 2022.

Ketiga, hasil penelitian skripsi dari Adella Widyanti Putri yang berjudul Pesan dakwah melalui media sosial TikTok : Analisis isi pesan dakwah pada konten Tik Tok Husain Basyaiban pada tahun 2019. Penelitian ini membahas tentang media sosial yang sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dan banyak dimanfaatkan untuk kegiatan masyarakat salah satunya adalah dakwah. Cukup banyak media sosial yang digunakan untuk melakukan kegiatan berdakwah seperti membuat konten video pada aplikasi media sosial Tik Tok. Salah satu dai yang memanfaatkan Tik Tok sebagai media dakwahnya adalah Husain Basyaiban. Dakwah menggunakan media Tik Tok merupakan bentuk dakwah yang telah berkembang sesuai dengan teknologi yang semakin pesat perkembangannya. Karena latar belakang tersebut maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung pada konten-konten dakwah Tik Tok milik Husain Basyaiban yang memiliki tiga kategori pesan dakwah yaitu pesan dakwah mengenai akidah, syariah, dan akhlak.

Dari hasil penelitian dapat diketahui pesan dakwah yang terdapat dalam konten-konten video milik Husain Basyaiban yang diunggah pada 01 Juni sampai 30 Juni 2021 sebanyak 30 pesan dakwah, yaitu: 4 pesan tentang akidah yang membahas tentang iman kepada Allah dan iman kepada kitab Allah, 18 pesan tentang syariah yang membahas tentang wudhu, takwa kepada Allah, rumah tangga, hukum musik, menuntut ilmu, hukum mengganti kelamin, ilmu, aturan berpakaian, hukum zina dan makanan halal, 8 pesan tentang akhlak yang membahas akhlak terhadap Allah, akhlak terhadap manusia dan akhlak terhadap bangsa jin. Media sosial Tik Tok dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai media dakwah modern yang dapat menjadi solusi berdakwah di masa seperti ini seperti yang dilakukan oleh Husain Basyaiban yang aktif membuat konten-konten

dakwah di akun Tik Tok miliknya sehingga bisa menjadi media edukasi dan informatif bagi masyarakat.<sup>12</sup>

Perbedaan dengan penelitian terdahulu ialah subjeknya. Penelitian dari Adella Wdyanthi Putri memilih Husain Basyaiban sebagai subjeknya. Sementara, penelitian ini memilih Ustadz Syam sebagai subjeknya. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah media sosial yang diangkat memiliki kesamaan yaitu media sosial Tik Tok sebagaimana menjadi objek dalam penelitian ini.

Kelima, hasil penelitian skripsi dari Ahmad Pakhri M yang berjudul Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram) pada tahun 2019.

Penelitian ini membahas bagaimana penggunaan fitur Vidgram sebagai tren media dakwah yang saat ini dipakai oleh Yufid TV sebagai media komunikasi. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui penggunaan fitur vidgram sebagai tren media dakwah oleh Yufid TV, (2) Untuk mengetahui materi dakwah apa saja yang diberikan oleh Yufid TV di Instagram, (3) Untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dakwah melalui fitur vidgram di Instagram yang dilakukan oleh Yufid TV. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap akun @yufid.tv di Instagram, ditemukan bahwa Yufid TV menggunakan fitur vidgram untuk mengunggah video dengan jenis video poster. Penggunaan fitur vidgram dengan model video poster menjadi media dakwah tetap saat ini dengan beberapa faktor yaitu: respons suka pengguna terhadap video poster, adanya komunitas yang mengharapkan dakwah melalui video poster, dan kru yang fokus pada pembuatan video. Materi dakwah yang disampaikan oleh Yufid TV di Instagram mencakup materi akidah, syariat, muamalah, dan akhlak. Kelebihan dakwah dengan fitur vidgram adalah, kemudahan terhadap penggunaan fitur dan *tools* pendukung, tampilan *interface* yang

---

<sup>12</sup>Adella Wdyanthi Putri, Pesan dakwah melalui media sosial TikTok : Analisis isi pesan dakwah pada konten Tik Tok Husain Basyaiban, Skripsi, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2021), hlm 1. Di ambil dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/44074/> di akses pada tanggal 17 Mei 2022 22.43 WIB.

menarik, dan kesan konten yang ringan dan singkat. Kekurangan dari fitur ini adalah metadata dan unsur konten yang tidak dapat disetel layaknya konten di media sosial lain, dan tidak terdapat *seekbar* pada fitur vidgram. Implikasi penelitian ini adalah adanya ketertarikan pengguna Instagram terhadap konten-konten video di Instagram, sehingga penggunaan fitur vidgram menjadi sangat penting dalam menyampaikan pesan dan dakwah Islam. Penggunaan fitur vidgram oleh Yufid TV selama kurang lebih satu tahun menunjukkan hal yang positif dengan penambahan pengikut yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan penggunaannya dengan menggunakan fitur foto. Terdapat beberapa upaya yang bisa dilakukan untuk mengoptimalkan penggunaan fitur vidgram yaitu: (1) Menyiapkan beberapa konten untuk diunggah setiap harinya, (2) Menjalin komunikasi yang baik dengan *followers*, (3) Memperhatikan fitur wawasan bagi pengguna akun publik sebagai acuan mengambil langkah produksi dan lain-lain.<sup>13</sup>

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah media yang diambil berbeda penelitian Ahmad Pakhri menggunakan media sosial Instagram sebagai objeknya. Sedangkan, penelitian ini menggunakan media sosial Tik Tok. Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian deksriptif kualitatif dalam menganalisis konten yang ada di media sosial.

---

<sup>13</sup>Ahmad Pakhri M., Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram), Skripsi, (Universitas Islam Alauddin Makassar: 2017), hlm 9. Di ambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8160/1/Ahmad%20Pakhri%20M.pdf> . Di akses pada tanggal 19 Mei 2022 12.23 WIB.

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika pembahasan pada penelitian terdiri dari 5 BAB yaitu :

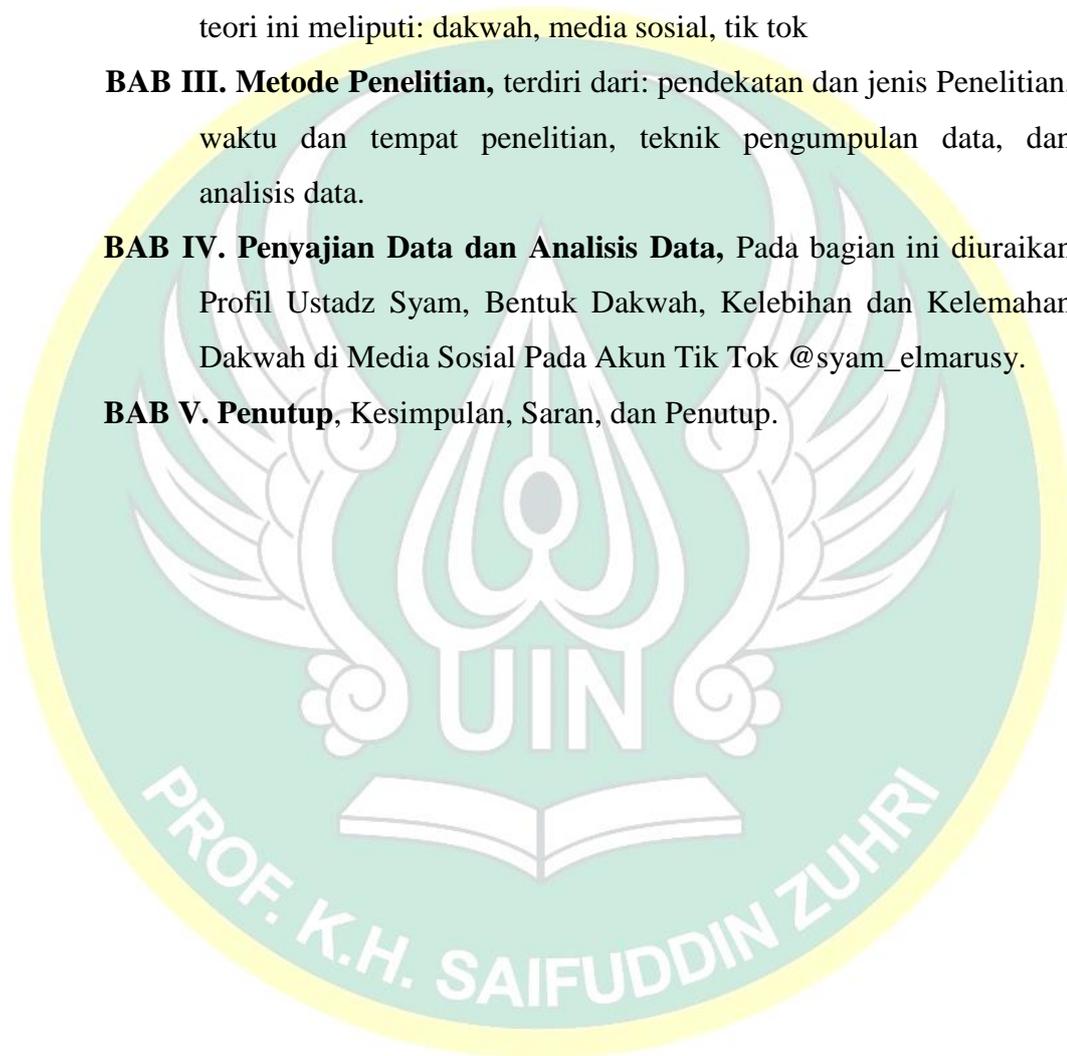
**BAB I. Pendahuluan**, terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

**BAB II. Kajian Teori**, menjelaskan tentang landasan teori, landasan teori ini meliputi: dakwah, media sosial, tik tok

**BAB III. Metode Penelitian**, terdiri dari: pendekatan dan jenis Penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV. Penyajian Data dan Analisis Data**, Pada bagian ini diuraikan Profil Ustadz Syam, Bentuk Dakwah, Kelebihan dan Kelemahan Dakwah di Media Sosial Pada Akun Tik Tok @syam\_elmarusy.

**BAB V. Penutup**, Kesimpulan, Saran, dan Penutup.



## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Dakwah di Media Sosial

#### 1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah". *Da'wah* memiliki tiga huruf asli yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asli tersebut, terbentuklah beberapa kata dan varian yang bermakna. Artinya memanggil, mengajak, meminta tolong, meminta, memohon, menyebut nama, perintah untuk datang, mendorong, menyebabkan, membawa, berdoa, menangis, dan meratap. Menurut hitungan Muhammad Sulthon, kata dakwah dan berbagai bentuknya muncul 198 kali dalam Al-Qur'an dan 299 kali dalam versi Muhammad Fu'ad 'Abd al-Baqi', atau 212 kali menurut Asep Muhiddin. Artinya Al-Qur'an mengembangkan berbagai penggunaan kata dakwah.

Dalam surat Al-Baqarah ayat 221 terdapat makna dakwah yang paling menghiasi ayat-ayat Al-Qur'an, sebagai berikut :

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَاتِ حَتَّىٰ يُؤْمِنَ ۚ وَلَأَمَةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۗ وَلَا  
تُنكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ  
عُونَ إِلَى الْجَنَّةِ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةَ بِإِذْنِهِ ۗ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ  
يَتَذَكَّرُونَ

Artinya : Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. Sesungguhnya wanita budak yang Mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu menikahkan orang-orang musyrik (dengan wanita-wanita Mukmin) sebelum mereka beriman. Sesungguhnya budak yang Mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan

dengan izin-Nya. Dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran. (Q.S Al-Baqarah: 221) <sup>14</sup>

Dakwah bertujuan untuk membandingkan, memetakan, dan melacak evolusi definisi dakwah. Pada umumnya para ahli menyimpang dari makna Bahasa dakwah dan memaknai dakwah. Kata-kata seruan, saran, ajakan, dan panggilan selalu termasuk dalam definisi dakwah. Ini menunjukkan bahwa mereka setuju untuk bersifat persuasif daripada represif. Setuju dengan dakwah yang informatif, bukan yang operasional. Hal ini bukan tindakan membiarkan orang memilih untuk hidup atau dibunuh sebagai seorang muslim. <sup>15</sup>

## 2. Unsur – unsur Dakwah

Dalam proses kegiatan dakwah ada banyak unsur yang terlibat, baik yang secara langsung mempengaruhi jalannya proses dakwah ataupun menghambat proses dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut adalah :

### a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah disebut dengan da'i atau komunikator. Subjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah, maka hendaklah seorang da'i mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Subjek dakwah dapat berupa individu ataupun berupa lembaga-lembaga dakwah. <sup>16</sup>

### b. Objek Dakwah

Objek dakwah atau mad'u adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali, baik pria maupun wanita, beragama maupun belum beragama, pemimpin maupun rakyat biasa. Seluruh manusia merupakan objek dakwah karena hakikat diturunkannya agama Islam dan kerisalahan Rasulullah Saw itu berlaku secara universal

<sup>14</sup> Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017), hlm 5.

<sup>15</sup> Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag., *Ilmu Dakwah...*, hlm 9-15.

<sup>16</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Amzah, Jakarta: 2009), hlm 13.

untuk seluruh manusia tanpa memandang kepada warna kulit, asal usul, keturunan, daerah tempat tinggal, pekerjaan dan lain-lain.<sup>17</sup>

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah semua bahan atau sumber yang dipergunakan atau yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam kegiatan dakwah, untuk menuju kepada tercapainya tujuan dakwah. Materi dakwah menurut Aminuddin Sanwar secara garis besar terbagi menjadi tiga bidang diantaranya adalah aqidah, syariah, dan akhlak.<sup>18</sup>

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah media atau instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada objek dakwah (mad'u). Media ini bisa dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan atau tulisan.<sup>19</sup>

Media dakwah dibagi menjadi dua, yaitu media massa dan non media massa. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah, dan internet. Terkait dengan penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang sangat efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu.<sup>20</sup>

Sedangkan, media dakwah non media massa yang biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu ialah surat, telepon, SMS, telegram, *fax*, papan pengumuman, CD, email, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena

---

<sup>17</sup> Aminudin Sanwar, Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi, (Semarang: Gunungjati, 2009), hlm. 127.

<sup>18</sup> Aminudin Sanwar, Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi,....., hlm. 139-140.

<sup>19</sup> Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, (Jakarta: PT. Graha Grafindo Husada, 2011), hlm. 9.

<sup>20</sup> Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 105-110.

tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.<sup>21</sup>

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi:

1) Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan, yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu *Overhead Proyektor (OHP)*, gambar dan foto.<sup>22</sup>

2) Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu radio dan *tape recorder*.<sup>23</sup>

3) Media audio visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi, yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu televisi, film dan internet.

4) Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana<sup>24</sup>, yang termaksud dalam media ini diantaranya yaitu buku, surat kabar, dan majalah.

---

<sup>21</sup> Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah,...., hlm 106.

<sup>22</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm 116-117.

<sup>23</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah,...., hlm 120.

<sup>24</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah,...., hlm 122-124.

### 3. Media Sosial

Kehadiran media sosial dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan dakwah. Hal ini karena kegiatan dakwah dapat menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam ke seluruh dunia dan dapat mengubah kehidupan manusia ke arah yang lebih baik dan sejalan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu pentingnya peran media sosial dalam kepentingan dakwah. Dengan bantuan media sosial, kegiatan dakwah akan lebih efektif mengkomunikasikan pesan - pesan keagamaan secara global.

Bahkan di era digital ini, menurut Marwah Daud Ibrahim, “Dakwah diharapkan menjadi cahaya yang berfungsi sebagai penyeimbang, penyaring dan pelatih kehidupan. Sebagai penyeimbang, dakwah diharapkan dapat berperan sebagai penyeimbang antara kehidupan dengan kesenangan duniawi akibat kemajuan teknologi dengan kehidupan spiritual atau sesudahnya. Sebagai filter, dakwah dapat membantu untuk membangun nilai-nilai kemanusiaan dan keislaman ditengah berbagai gaya hidup yang dapat menyesatkan. Sebagai pengarah, dakwah diharapkan dapat membimbing umat manusia untuk lebih memahami makna hidup yang sebenarnya di tengah orientasi kehidupan manusia. Memang ada permasalahan budaya dalam pengembangan dakwah melalui media di era digital seperti sekarang ini.”<sup>25</sup>

Media sosial adalah media di Internet, tiga bentuk di mana pengguna mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, dan secara efektif merujuk pada makna sosial dengan pengguna lain. Dengan kata lain memungkinkan terjadinya komunikasi melalui pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan bekerja sama (*cooperation*).<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Dudung Abdul Rohman, *Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial*, Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. XIII No. 2 Tahun 2019, (Bandung : Balai Pendidikan dan Keagamaan Bandung), hlm. 6.

<sup>26</sup> A Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*, Jurnal, (Karawang, AMIK BSI Karawang, 2016), hlm 1. Diambil dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDI+A+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3Dq\\_RZxnRnwAAJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDI+A+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dq_RZxnRnwAAJ) diakses pada tanggal 9 Februari 2022.

Van Dijk mengatakan media sosial adalah *platform* media yang fokus pada kehadiran pengguna untuk mendorong aktivitas dan kerja sama dari mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media *online* (fasilitator) yang mempererat hubungan dan ikatan sosial antar pengguna. Pada dasarnya, di media sosial berbagai kegiatan dapat saling bertukar, berkolaborasi, dan mengenal satu sama lain dalam bentuk tulisan, visual dan audiovisual. Media sosial dimulai dengan tiga hal : berbagi (*sharing*), bekerja sama (*collaborating*), dan terhubung (*connecting*).

Situs jejaring sosial yang sering disebut sebagai media sosial seperti, Facebook, Twitter, Instagram, dan Tik Tok, merupakan jejaring sosial digunakan untuk membuka konten seperti profil, aktivitas, dan umpan balik, di dunia virtual.<sup>27</sup>

#### 4. Bentuk Dakwah dalam Media Baru (*Social Media*)

Islam memiliki dakwah dalam berbagai bentuk dan metode dalam berdakwah, Bentuk ini dapat diselingi dengan humor, baik melalui kata-kata atau gerakan badan dan mimik wajah. Oleh karena itu, dakwah juga disesuaikan dengan kemampuan dan keahliannya. Dakwah bisa dilakukan oleh siapa saja dimana saja, jadi tidak perlu berdakwah seperti seorang pendakwah. Hal yang penting adalah dilakukan dengan tujuan utama yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*. Namun dalam hal ini, selain berdakwah ada beberapa syarat yang harus dipenuhi.

- 1) Mencari materi yang cocok
- 2) Mengetahui kondisi psikologis mad'u.
- 3) Memilih metode yang representatif
- 4) Menggunakan bahasa yang bijaksana.

Samsul Munir Amin membagi metode dakwah menjadi tiga macam, yaitu metode dakwah bil lisan, bil qalam dan bil hal.<sup>28</sup>

##### a. Metode Dakwah Bil Lisan

<sup>27</sup> Dr. Rulli Nasrullah, M. Si., *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020), hlm. 51.

<sup>28</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Amzah, Jakarta: 2009), hlm. 10-12.

Metode dakwah bil lisan, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan yaitu dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, dan nasihat. Metode ceramah nampaknya sudah sering dilakukan oleh da'i, baik ceramah di majelis taklim, khutbah jumat dan pengajian. Dalam perkembangannya dakwah bil lisan dapat menggunakan teori komunikasi modern dengan mengembangkan melalui media penyiaran.<sup>29</sup>

b. Metode Dakwah Bil Hal

Dakwah bil hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata di mana aktivitas dakwah dilakukan dengan melalui keteladanan dan tindakan amal nyata. Dakwah bil hal adalah dakwah yang mengedepankan perbuatan nyata. Hal ini dimaksudkan agar penerima dakwah (mad'u) mengikuti jejak dan hal ikhwal da'i (juru dakwah). Dakwah jenis ini mempunyai pengaruh yang besar pada penerima dakwah. Pada saat pertama kali Rasulullah Saw tiba di kota Madinah, beliau mencontohkan dakwah bil hal ini dengan mendirikan Masjid Quba dan mempersatukan Kaum Anshor dan Kaum Muhajirin dalam ikatan ukhuwah Islamiah. Seiring perkembangan jaman kini metode dakwah bil hal dapat dikembangkan melalui kegiatan-kegiatan untuk saling tolong-menolong sesama umat manusia salah satunya adalah kegiatan amal.

c. Metode Dakwah Bil Qalam

Dakwah bil qalam yaitu mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah SWT lewat seni tulisan.

Mengutip tafsir Departemen Agama RI, Kasman mendefinisikan dakwah bil qalam sebagai ajakan atau mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah SWT melalui

---

<sup>29</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah,....., hlm. 11.

seni tulisan. Penggunaan nama qalam merujuk kepada firman Allah, “Nun”, perhatikanlah Al-Qalam dan apa yang dituliskannya (Q.S Al-Qolam: 1). Maka dari itu jadilah dakwah bil qalam sebagai konsep dakwah melalui pena yaitu dengan membuat tulisan. Menyangkut tulisan, dakwah bil qalam bisa diidentikan dengan istilah da’wah bil khitabah (dakwah melalui tulisan). Seiring perkembangan jaman kini metode dakwah bil qalam dapat dikembangkan melalui media masa salah satunya adalah media sosial.<sup>30</sup>

Fenomena dakwah internet saat ini telah memberi paradigma baru untuk kesuksesan dakwah. Pendakwah telah terbukti dalam konteks komunitas jejaring sosial dan tidak lagi menjadi faktor utama bagi Mad’u untuk memaksimalkan penerimaan pesan-pesan dakwah. Dalam konteks masyarakat jejaring, tidak ada lagi da’i atau mad’u tetapi melebur dalam status yang sama, yakni *user*. *User* tidak hanya mampu menerimanya serta menggunakan informasi, tetapi juga dapat memberikan umpan balik informasi dan mengulas kembali.

Dalam konteks dakwah komunitas media sosial, hal ini tidak hanya mempengaruhi pendakwah tetapi juga sikap mad’u karena mereka juga mampu menghasilkan (*feedback*) pesan-pesan keagamaan yang mereka terima dan kemudian mereka distribusikan berulang kali. Karena dalam sebuah komunitas dengan situs jejaring, pertemuan internet dan media sosial, misalnya ketika kita menerima pesan - pesan agama secara online yang menurut kita dapat bermanfaat untuk teman, kerabat, saudara, sebagian dari kita akan langsung membagikannya melalui media yang berbeda dengan platform internet yang dimiliki. Padahal, kita bisa dengan sukarela menghasilkan pesan-pesan keagamaan meski sebenarnya kita bukan pendakwah. Sehingga dapat dipahami bahwa memiliki akses internet merupakan sarana yang tidak dapat dihindarkan, karena telah

---

<sup>30</sup> Suf, Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Al-Qalam dala Al-Quran*, (Jakarta: Teraju, 2004), hlm 120.

menjadi peradaban baru dalam dunia informasi dan komunikasi dalam skala global.

Akses internet memberikan masyarakat umum akses ke banyak informasi untuk keperluan pribadi, pendidikan, agama, bisnis, dan lainnya. Dalam kegiatan dakwah dengan Madu, seorang pengguna internet (*user*), kami tidak hanya mencari informasi, tetapi juga membagikan (*share*) kembali informasi yang diperoleh melalui media sosial dengan menambahkan pesan-pesan yang menurut mereka itu cocok dan tidak hanya dari apa yang mereka pahami. Dengan memahami hal tersebut, keberadaan internet sebagai media dakwah menjadi sangat diperlukan bagi para ulama dan da'i yang menggunakan media sosial.<sup>31</sup>

## 5. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber karena media sosial merupakan salah satu *platform* media siber. Namun menurut Nasrullah, media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

### 1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antar komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

### 2. Informasi

Informasi menjadi entitas penting dalam media sosial karena pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi.

### 3. Arsip (*Archive*)

---

<sup>31</sup> Efa Rubawati, Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah, *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong, 2018), hlm. 133. Diambil dari M<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586> diakses pada tanggal 24 Desember 2021.

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sosok yang menyatakan bahwa informasi ada dan tersimpan serta dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa saja.

#### 4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial menciptakan jaringan antar pengguna, yang tidak hanya memperluas pertemanan atau pengikut, tetapi dibangun melalui interaksi antar pengguna tersebut.

#### 5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri sebagai media bagi berlangsungnya suatu komunitas (masyarakat) di dunia maya. Media sosial memiliki keunikan dan pola, yang dalam banyak hal berbeda, yang tidak ada di masyarakat nyata.

#### 6. Konten oleh pengguna (UGC)

Di media sosial, konten sepenuhnya dimiliki dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang memberi pengguna peluang dan fleksibilitas untuk berpartisipasi hal ini berbeda dengan media lama (tradisional), di mana khalayak terbatas pada objek pasif atau target penyebaran informasi.

### 6. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah, ada enam kategori utama yang di distribusikan dari media sosial, yakni:

#### 1) Media Jejaring Sosial (*Social networking*)

Media ini merupakan media paling populer. Media tersebut merupakan alat yang banyak digunakan oleh pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk akibat atau dampak dari hubungan sosial tersebut di dunia maya. Ciri utama jejaring sosial adalah setiap pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan dengan pengguna yang sudah mereka kenal, bertemu di dunia nyata dan membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh, media sosial saat

ini ialah Meta (Facebook, Instagram, Whatsapp), Tik Tok dan lainnya.

## 2) Jurnal *online* (blog)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas sehari-hari mereka, mengomentari dan berbagi tautan web dan informasi satu sama lain. Awalnya, blog berbentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa di isi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini biasanya dibagi menjadi dua, yaitu kategori *personal homepage*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.

## 3) Jurnal *online* sederhana (*micro-blogging*)

Tidak seperti jurnal online (blog), Weibo (*micro-blogging*) adalah media sosial yang membantu pengguna menulis dan mempublikasikan aktivitas atau opini mereka. Contoh Weibo yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

## 4) Media berbagi (*media sharing*)

Situs media berbagi adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, termasuk dokumen (file), video, audio, gambar, dan lain-lain. Contoh media tersebut antara lain: Youtube, Flickr, Photo-bucket atau snapfish.

## 5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

*Bookmark* sosial adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita online tertentu. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan *LintasMe* di Indonesia.

#### 6) Media konten bersama (Wiki)

Media sosial ini merupakan sebuah website yang isinya merupakan hasil kerjasama para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, wiki memberikan pemahaman, sejarah, dan referensi buku atau tautan ke satu kata kepada pengguna. Dalam prakteknya, pernyataan ini dibuat oleh pengunjung, yang berarti bahwa semua pengunjung bekerja sama atau bekerja sama untuk menyelesaikan isi dari website ini.<sup>32</sup>

### 7. Manfaat Dakwah di Media Sosial

Meskipun demikian, menurut Murniati, dakwah melalui Internet dianggap, termasuk :

- a) Dapat menembus batas antara ruang dan waktu secara instan dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- b) Jumlah pengguna layanan Internet meningkat drastis setiap tahunnya. Hal ini juga berarti akan mempengaruhi jumlah penyerapan misi yang antusias dalam berdakwah.
- c) Pakar dan ulama yang dibalik dakwah “Media melalui internet juga dapat fokus menanggapi wacana atau peristiwa apapun menurut hukum syar’i.

Dari ketiga hal tersebut, membuat pesan dakwah melalui internet menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang merekam suka dan demikian pemaksanaan kehendak dapat dihindari. Keberagaman koneksi tersebut, dalam dakwah Islam online menjangkau segmen yang luas melalui penggunaan fasilitas website, email list, ajakan diskusi keagamaan atau pengiriman pesan moral. Dakwah

---

<sup>32</sup> A Setiadi, Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi, Jurnal, (Karawang, AMIK BSI Karawang, 2016), hlm 2-3. Diambil dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDI+A+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3Dq\\_RZxnRnwAAJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDI+A+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dq_RZxnRnwAAJ) diakses pada tanggal 9 Februari 2022.

melalui internet sangat efektif saat ini, dikarenakan mad'u adalah pengguna jejaring, di mana mereka yang aktif, interaktif dan kritis.<sup>33</sup>

## B. Tik Tok

Tik Tok adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek berisi lagu dan tarian. Dan merupakan gabungan dari dua aplikasi sebelumnya, yaitu *Douyin* dan *Musically*. Di negara asalnya (China), aplikasi Tik Tok bernama *Douyin*. Aplikasi ini resmi diluncurkan pada September 2016.

Dalam menciptakan Tik Tok, pendiri aplikasi, Zhang Yimin memiliki misi untuk mereka dan menyajikan momen kreatif dan berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. *Douyin* dalam produksinya adalah aplikasi untuk orang-orang kontemporer, untuk membuat video pendek unik dengan cepat dan mudah. Ini juga membawa kenyamanan. Ketika pengguna ingin berbagi video yang mereka buat dengan teman dan dunia. Tik Tok sekarang menjadi salah satu dari banyak media sosial dengan video viral yang berasal dari aplikasi ini.

Di Indonesia, Tik Tok mengalami masa *blockade* dan pemantauan. Namun, Tik Tok diizinkan kembali ke Indonesia pada 3 Juli 2018 dengan memenuhi 9 dari 10 persyaratan yang dibuat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dan sejak itu aplikasi Tik Tok mengalami lonjakan jumlah pengguna. Menurut Statista (2020), jumlah pengguna Tik Tok di Indonesia mencapai 30,7 juta. Dilihat dari jumlah tersebut, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat di dunia dengan pengguna Tik Tok terbanyak, setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil.<sup>34</sup>

Belakangan, menurut survei yang dirilis Sensor Tower, Tik Tok, aplikasi non-game, mampu menarik 63,3 juta pengguna baru pada Agustus

<sup>33</sup> Efa Rubawati, Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah, *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong, 2018), hlm. 133. Diambil dari M<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586> diakses pada tanggal 24 Desember 2021.

<sup>34</sup> <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada tanggal 7 Februari 2022.

2020 dari berbagai sumber. Hasil tersebut terlihat dari jumlah total unduhan di perangkat iOS dan Android. Dilihat dari angka di atas, jumlah pengunduh baru untuk aplikasi Tik Tok meningkat 1,6% pada periode yang sama tahun lalu. Menurut sumber yang sama, Indonesia sendiri termasuk negara yang menyumbang 11% dari total unduhan Tik Tok. Hal ini tidak terlepas dari maraknya penggunaan media sosial secara gratis. Tik Tok adalah salah satu media sosial yang digunakan pengguna untuk mengekspresikan diri dan suasana hatinya dalam bentuk video pendek dengan musik dan teks.<sup>35</sup>

Tik Tok adalah salah satu platform paling populer di luar sana. Sebagai salah satu media sosial, Tik Tok menyediakan cara untuk berbagi ide, video challenge, lip sync, lagu, tarian, nyanyian dan lainnya. Karena banyaknya pengguna, Tik Tok menawarkan peluang sebagai sarana informasi. Strategi yang dapat digunakan platform Tik Tok untuk menyebarkan informasi antara lain:

- a) Penggunaan hashtag: Hashtag (#) adalah tanda yang dirancang untuk membuat topik, acara, dll. Dengan hashtag yang diberikan atau digunakan, membantu orang-orang untuk menemukan informasi yang mereka cari/butuhkan.
- b) Ikuti tren: Strategi pemasaran dengan Tik Tok didasarkan pada video yang menggambarkan tren. Agar banyak yang melihatnya tertarik dan merespon.
- c) Berkolaborasi dengan influencer: Hal ini dapat dicapai dengan berkolaborasi dengan influencer populer dan pengikut. Ini memungkinkan untuk menarik lebih banyak orang dengan strategi promosi yang diterapkan melalui Tik Tok.

---

<sup>35</sup> Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I, Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* Vol. 3 No.1, (Jakarta: Universitas Dharma Andalas, 2021), hlm 4. Diambil dari <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/180> diakses pada tanggal 7 Februari 2022.

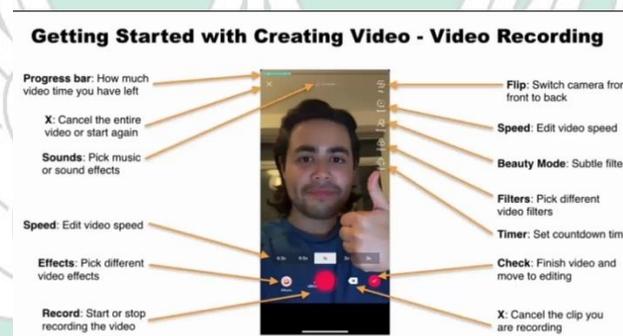
- d) Berikan deskripsi yang jelas: Seseorang akan tertarik pada video dengan deskripsi/isi yang jelas selain konten yang bagus. Memberikan gambaran yang lebih jelas kepada khalayak tentang apa yang disampaikan.
- e) Sering posting video unik dan lucu, atau ambil "stich" dari video TikTok orang lain.

Aplikasi TikTok adalah salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan. Menurut Hasiholan dkk (2020), aplikasi TikTok memiliki antarmuka yang sederhana dan ramah pengguna. Aplikasi TikTok menyediakan beberapa perangkat yang membuat pengalaman pengguna lebih mudah, seperti penghitung waktu (*timer*), memulai (*start*) dan menghentikan rekaman (*stop*), dll. Dan juga fitur-fitur dari aplikasi TikTok yang memungkinkan *users* menentukan penambahan efek khusus seperti gerakan lambat, efek kecantikan, layar hijau, transisi, stiker, teks, GIF, emoji, dan efek lainnya. Selain itu, pengguna dapat memilih musik sesuai keinginannya, kemudian pengguna dapat membuat video pendek sesuai dengan kreativitas dan musik favoritnya.

Aplikasi TikTok merupakan salah satu pengguna media sosial terpopuler bagi generasi millennial Y dan Gen Z. Menurut Rakhmayanti (2020), Generasi Y dan Generasi Z yang berusia 14 hingga 24 tahun mendominasi pengguna Tik Tok di Indonesia. Generasi ini lebih konsumtif dan impulsif karena merupakan generasi yang sering melakukan belanja online. Menurut Hasiholan, saat ini semakin banyak selebritis di Indonesia yang menggunakan TikTok sebagai media kehadiran publik, sehingga masyarakat Indonesia dapat mengikuti tren tersebut. Banyak selebriti yang mengunggah video yang mereka buat melalui akun TikTok mereka dan mem-posting ulang ke akun media sosial lainnya.

TikTok adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berbagi video pendek berisi lagu dan tarian. TikTok adalah penggabungan dua aplikasi sebelumnya, Douyin dan Musically. Di negara asalnya (China), aplikasi TikTok bernama Douyin. Aplikasi Douyin secara

resmi diluncurkan pada September 2016. Misi Zhang Yimin, pendiri Douyin APP, adalah merekam dan menyajikan momen kreatif dan berharga dari seluruh dunia melalui ponsel. TikTok dalam pembuatannya adalah aplikasi untuk orang-orang kontemporer untuk membuat video pendek unik dengan cepat dan mudah. Ini juga membawa kenyamanan ketika pengguna ingin berbagi video yang mereka buat dengan teman dan dunia. TikTok kini menjadi salah satu media sosial yang banyak bermunculan video viral dari aplikasi ini. Dalam memulai sebuah pembuatan video (*creating video*) dan *video recording* terdapat beberapa fitur yang digunakan untuk membuat kreasi video dan *recording*. Berikut ini adalah hasil screenshot fitur-fitur dalam create video - recording video dengan penjelasannya.



**Gambar 2.1 Pembuatan Video TikTok**

Sumber: Kelas TikTok Ads Marketing

- 1) Progress bar, adalah berapa banyak waktu untuk membuat video yang sedang berlangsung.
- 2) Tanda X, adalah untuk menutup (*close*) atau membatalkan video yang sedang direkam, dan dapat memulai lagi.
- 3) Sounds, adalah memilih musik atau *sound effect* (penambahan suara/musik) yang sesuai dengan keinginan sendiri.
- 4) Speed (kecepatan), merupakan edit video dengan kecepatan yang akan ditentukan saat merekam.
- 5) Effect, yaitu memilih perbedaan video efek saat merekam video dengan efek-efek yang sudah tersedia.

- 6) Record, yaitu memulai dan menghentikan proses merekam suatu video konten.
- 7) Flip (balik), merupakan tombol untuk mengubah arah balik kamera depan atau belakang.
- 8) Speed, untuk edit kecepatan video
- 9) Beauty mode, yaitu filter untuk mempercantik atau memperindah wajah.
- 10) Filters, yaitu terdapat banyak pilihan filter video yang dapat merubah video berwarna aesthetic, movie, dan sebagainya.
- 11) Timer, yaitu mengatur waktu saat memulai rekam video.
- 12) Check, yaitu untuk menyelesaikan atau proses *finishing* saat video yang direkam sudah *fixed* atau pasti. Dan berlanjut ke proses editing.
- 13) Tanda X bawah, yaitu untuk membatalkan atau mengulangi video saat terjadi kesalahan dalam perekaman.<sup>36</sup>

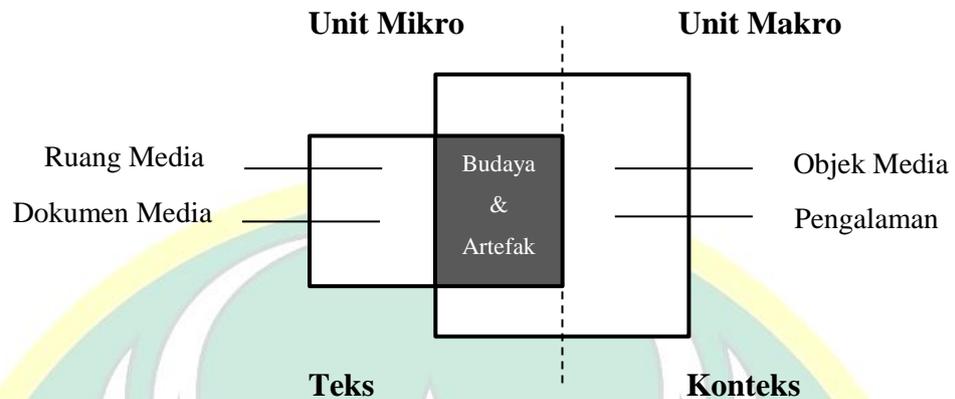
### C. Analisis Media Siber

Dari buku Rulli Nasrullah yang berjudul Etnografi Virtual Riset Teknologi, Budaya dan Sioteknologi di Internet terdapat Metode Analisis Media Siber (AMS) merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses analisis etnografi virtual. Setiap level di AMS memberikan gambaran tentang seberapa virtual Internet itu. Saat menganalisis budaya di Internet, AMS memerlukan analisis modular di tingkat mikro dan makro. Kedua unit analisis tersebut disederhanakan dalam teks dan konteks. Pada level mikro, Internet menjabarkan perangkat, tautan, hingga hal-hal yang dapat dilihat. Sedangkan, level makro mengamati konteks yang memunculkan teks itu dengan alasan yang mendorongnya. Level Mikro dan Makro dibagi menjadi empat level yaitu

---

<sup>36</sup> TikTok. Diambil dari <http://www.tiktok.com> diakses pada tanggal 8 Februari 2022.

Ruang Media, Dokumen Media, Objek Media, dan Pengalaman, sebagaimana dijelaskan pada gambar di bawah ini :



**Gambar 2.2 Level dalam Analisis Media Siber**

Ruang media dan dokumen media berada dalam unit mikro atau teks, sementara objek media dan pengalaman media berada dalam unit makro atau konteks. Namun, baik level objek maupun level pengalaman tidak sepenuhnya ada di ruang makro, yang tidak berarti bahwa itu tidak ada hubungannya dengan apa yang terjadi di ruang mikro. Setiap level relevan, dan apa yang dilihat dalam konteks pada dasarnya adalah teks dan teks yang sebelumnya diproses oleh langkah-langkah teknologi *cyber-media*. Oleh karena itu, level teks nyaman untuk analisis dan dapat digunakan sebagai laporan penelitian terpisah. Pengalaman di ruang media dan berbagi data dokumen media di level konteks objek media.

Secara garis besar, level-level dalam Analisis Media Siber sebagaimana dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 2.1**

**Analisis Media Siber**

| Level | Objek |
|-------|-------|
|-------|-------|

|               |  |
|---------------|--|
| Ruang Media   | Struktur perangkat media dan tampilan, berkaitan dengan langkah - langkah dalam perangkat atau aplikasi yang bersifat secara teknis. |
| Dokumen Media | Aspek makna, isi, teks/grafik sebagai peninggalan budaya.  |
| Objek Media   | Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas.  |
| Pengalaman    | Efek, motif, manfaat atau realita yang terkoneksi secara <i>offline</i> dan <i>online</i> termasuk mitos.                            |

Berdasarkan tabel Analisis Media Siber diatas, berikut ini penjelasan mengenai level ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman.

#### 1. Level Ruang Media

Level ini mengungkapkan struktur media di Internet. Media di sini berarti lokasi atau tempat interaksi. Seperti tata cara pembuatan akun, penerbitan konten, serta aspek grafis penyajian informasi yang merupakan salah satu uraian penjelasan dalam penelitian.

#### 2. Level Dokumen Media

Level dokumen media ini digunakan untuk melihat konten sebagai teks dan makna di dalamnya, yang kemudian diproduksi dan di distribusikan melalui Internet. Tingkat ini terutama menjawab faktor-faktor yang menjadi potongan budaya dalam penelitian etnografi hipotetis. Dengan teks yang dibuat pengguna (*encoding*) sebagai perbedaan penting pada tingkat (*decoding*) ini.

#### 3. Level Objek Media

Level ini merupakan unit spesifik yang melihat bagaimana cara aktivitas dan interaksi yang terjadi pada antar pengguna, baik mikro dan makro. Pada level ini menggunakan teknik pengumpulan data, melakukan pengamatan, ajukan pertanyaan tentang subjek, dan berpartisipasi dalam komunitas.

#### 4. Level Pengalaman

Level pengalaman adalah gambaran besar tentang apa yang dilakukan masyarakat atau komunitas di dunia *offline*. Ini berarti bahwa apa yang dilihat *online* ada hubungannya dengan dunia nyata. Pada level ini, mengungkap realitas di balik teks yang diunggah dan mengkonfirmasi motif dan efek yang dibuat.<sup>37</sup>



---

<sup>37</sup> Dr. Rulli Nasrullah, M. Si., *Etnografi Virtual Riset Teknologi, Budaya dan Sositologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 44-56.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan jenis penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif metode penelitian deskriptif (descriptive research) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Menurut Furchan, penelitian deskriptif mempunyai karakteristik: *Pertama*, penelitian deskriptif cenderung menggambarkan suatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur-ketat, mengutamakan objektivitas, dan dilakukan secara cermat. *Kedua*, tidak adanya perlakuan yang diberikan atau dikendalikan, dan tidak adanya uji hasil. Sementara Ronny Kountur, penelitian deskriptif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: *Pertama*, berhubungan dengan keadaan yang terjadi saat itu. *Kedua*, Menguraikan satu variabel saja atau beberapa variabel namun diuraikan satu persatu. *Ketiga*, variabel yang diteliti tidak dimanipulasi atau tidak ada perlakuan (treatment).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif di sini adalah jenis penelitian di mana temuan tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya. Menurut Saifuddin Azwar, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang analisisnya lebih menekankan pada proses inferensi deduktif dan induktif, serta pada proses menganalisis dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada pengaturan alam atau pada konteks suatu entitas, ini dilakukan karena ontologi alami membutuhkan keberadaan fakta secara keseluruhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari konteks. Pendekatan semacam ini berfokus pada penalaran berdasarkan realitas

sosial secara objektif dan melalui paradigma fenomenologis, yang berarti bahwa metode ini digunakan untuk tiga pertimbangan: Pertama, untuk memfasilitasi pemahaman berbagai realitas, Kedua, menghadirkan secara intrinsik antara peneliti dan kenyataan; Ketiga, metode ini lebih sensitif dan dapat menyesuaikan dengan bentuk nilai yang digunakan. Pendekatan kualitatif digunakan berdasarkan pertimbangan jika ada beberapa realitas yang memudahkan peneliti dalam melakukan studinya dan dengan pendekatan ini penajaman pengaruh dan pola nilai lebih sensitif untuk disesuaikan.<sup>38</sup>

Jenis penelitian deskriptif tersebut digunakan alat sebagai untuk menganalisa bagaimana bentuk dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam\_elmarusy serta kelebihan dan kelemahan akun @syam\_elmarusy.

#### **B. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November sampai selesai.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### a) Subjek Penelitian

Subjek penelitian meliputi pihak-pihak yang dapat memberikan informasi relevan yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Penelitian ini akun tiktok @syam\_elmarusy.

##### b) Objek Penelitian

Objek penelitian yang dikaji oleh peneliti adalah media sosial TikTok.

#### **D. Sumber Data**

##### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (tanpa intervensi). Data primer adalah data yang

---

<sup>38</sup> Taufik Rahman, Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Milenial Melalui Media Sosial, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Volume 10, Edisi II, Desember 2021, Hlm 3. Diambil dari <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/211/172>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 00.04 WIB.

berkaitan dengan objek yang diselidiki pada saat penyelidikan. Data primer pada penelitian ini diperoleh peneliti dari hasil screenshot postingan video yang di unggah pada akun @syam\_elmarusy. Kemudian dianalisis secara fokus sesuai dengan fokus penelitian.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data kajian yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui media perantara yang diperoleh dan direkam oleh pihak lain. Data sekunder biasanya dalam bentuk bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip.<sup>39</sup>

Sumber data sekunder yang di gunakan peneliti adalah ulasan atau komentar, artikel, dokumen, atau hasil penelitian terdahulu, sebagai buku yang berhubungan dengan masalah penelitian. Yakni Dakwah di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok @syam\_elmarusy.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### a. Dokumentasi

Dalam metode ini yaitu mencari data tentang hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan lain-lain.<sup>40</sup>

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengidentifikasi video TikTok mengenai postingan dan komentar-komentar netizen atau *followers*. Penelitian ini berdasarkan video unggahan akun TikTok @syam\_elmarusy yang diunggah pada bulan September hingga Desember tahun 2021. Peneliti mengambil beberapa video unggahan yang menarik untuk dokumentasi, yang terdapat pembahasan deskriptif.

Di bawah ini adalah data unggahan video TikTok pada bulan September – Desember 2021, sebagai berikut.

<sup>39</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), hlm. 44.

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 202.

**Tabel 3.1**  
**Data Unggahan Video TikTok September-Desember 2021**

| No | Bulan     | Tanggal                 | Caption   | Viewers & Like | Comment |
|----|-----------|-------------------------|---|----------------|---------|
| 1. | September | 14<br>September<br>2021 | Introspeksi diri, siapa tau emang azab #altiqtoqiah             | 3.5M & 543.2K  | 10.1K   |
|    |           | 14<br>September<br>2021 | Plz para centang biru. #altiqtoqiah                             | 1.0M & 186.6K  | 2505    |
|    |           | 21<br>September<br>2021 | #stich with 'Republika' sedia badik sebelum bidik. #altiqtoqiah | 145.5K & 12.6K | 115     |
|    |           | 30<br>September<br>2021 | Jaga auratmu Jamaah. #altiqtoqiah                               | 298.9K & 49.8K | 275     |
| 2. | Oktober   | 13<br>Oktober<br>2021   | Saling menjaga harga diri #altiqtoqiah                          | 1.1M & 115.0K  | 3370    |
|    |           | 19<br>Oktober<br>2021   | Rindu kami padanya ya Rasulullah #maulidnabi #altiqtoqiah       | 623.8K & 75.2K | 173     |
| 3. | November  | 08<br>November<br>2021  | #oneminutehikmah #altiqtoqiah                                   | 633.0K & 88.6K | 1505    |
|    |           | 12                      | Jazakallah kher   | 1.3M &         | 959     |

|    |          |                        |  |                   |      |
|----|----------|------------------------|--|-------------------|------|
|    |          | November<br>2021       | ilmunya<br>#altiqtoqiah  | 176.8K            |      |
|    |          | 26<br>November<br>2021 | Aurat laki-laki<br>dari pusar sampai<br>lutut, tapi laki2<br>mulia punya<br>malu. #altiqtoqiah | 6.9M &<br>610.8K  | 6686 |
| 4. | Desember | 02<br>Desember<br>2021 | -Diantara isi kitab<br>nabi Musa AS. -<br>#altiqtoqiah   | 175.4K &<br>21.8K | 102  |
|    |          |                        |  |                   |      |

Sumber : Beranda Postingan Akun Tik Tok @syam\_elmarusy.

#### F. Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses mengklasifikasikan data, menguraikannya menjadi unit-unit, menyusun menjadi pola, memilih yang penting dan apa yang akan dipelajari, serta menarik kesimpulan untuk dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>41</sup>

Pada tahap analisis data, peneliti akan melakukan analisis suatu objek yang akan diteliti dengan metode analisis media siber. Peneliti akan melakukan analisis dakwah etnografi virtual dan bagaimana kelebihan serta kelemahan pada akun TikTok @syam\_elmarusy. Peneliti akan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Mengamati setiap postingan-postingan yang ada.
- b) Mencari interaksi pengguna dengan antarpengguna serta kelebihan dan kelemahan dakwah di media sosial TikTok.
- c) Penarikan kesimpulan dengan cara memberikan penilaian terhadap data yang telah di analisis dan diteliti.

<sup>41</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 89.

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Profil Ustadz Syam

Ustadz Syam mempunyai nama lengkap yaitu Syamsuddin Nur Makka, berasal dari Maros, Sulawesi Selatan, lahir pada tanggal 15 September 1992 merupakan penulis naskah dan da'i. awal berdakwah melalui menjadi penulis naskah ceramah Ustadz Maulana pada program acara "Islam Itu Indah" di Trans Tv. Dan Ustadz Syam mendapatkan tawaran untuk menyampaikan dakwahnya bersama Ustadz Maulana. Namanya semakin dikenal karena selalu mengisi acara "Islam Itu Indah". Ustadz Syam mulai mengalami perkembangan dalam berdakwah dikarenakan pada saat itu Ustadz Maulana tengah menjalani ibadah umroh sehingga program acara yang biasanya di isi oleh Ustadz Maulana, digantikan sementara oleh Ustadz Syam dan Ustadzah Oki Setiana Dewi sebagai pengisi acara "Islam Itu Indah".<sup>42</sup>

Penampilan Ustadz Syam pada saat ceramah dalam acara Islam Itu Indah mengemas dengan gaya yang gaul ini dengan bahasa dalam menyampaikan tausyiah yang ringan dan lebih mudah diterima oleh khalayak. Dengan gaya tausyiah dan penyampaian yang mudah diterima karena lebih ke suatu gaya yang cenderung anak muda sekarang ini, sehingga tidak heran Ustadz Syam memiliki penggemar dari kalangan muda. Inilah penampilan potret Ustadz Syam, yang pada saat itu sedang melanjutkan S2 di PTIQ (Perguruan Tinggi Ilmu Alquran). Ia lulusan S1 Jurusan Dakwah merupakan anak seorang kiai pada kampung halamannya.

---

<sup>42</sup> Idntimes, "Ustadz Syam". Diambil dari [Perjalanan Ustaz Syam, dari Penulis Naskah Hingga Jadi Pendakwah \(idntimes.com\)](#) diakses pada tanggal 31 Januari 2022

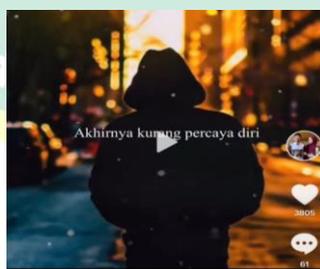
Berikut ini beberapa potret kehidupan Ustadz Syam yang mengikuti gaya bak millennial, dibawah ini :



**Gambar 4.1 Foto Instagram Ustadz Syam**

Sumber: Idntimes.com

Ustadz Syam saat ini juga memiliki aktivitas di media sosial layaknya anak muda zaman sekarang. Ia mulai aktif membuat konten di sebuah aplikasi TikTok yang biasa disebut Video TikTok (VT), pada tanggal 26 Februari 2020 adalah postingan pertama VT Ustadz Syam yang masih menggunakan ilustrasi dengan teks yang diikuti saat ia berbicara. Video tersebut menjelaskan tentang *bullying* dan *insecure* yang terjadi di sekitar lingkungan, dengan menulis caption “coba lahan baru” dengan hastag #ngajipakehati #kajian #kajianislam #quran. Dibawah ini adalah hasil screenshot dari video postingan pertama dalam akun @syam\_elmarusy.<sup>43</sup>



**Gambar 4.2 Postingan Pertama @syam\_elmarusy**

<sup>43</sup> Idntimes.com, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/santi-rizki/potret-ustadz-syam-yang-gayanya-kekinian-dan-millennial-banget-c1c2-1/10>

## B. Bentuk Dakwah Akun TikTok @syam\_elmarusy

Berikut ini bentuk dakwah yang terdapat dalam setiap unggahan video akun tiktok @syam\_elmarusy.

### 1. Unggahan Video Pada Tanggal 14, 21, dan 30 September 2021

| Tanggal           | Bentuk Dakwah   | Unsur Dakwah   | Capture Postingan   |
|-------------------|---|--|---|
| 14 September 2021 | Dakwah bil Qalam : Mengunggah konten video dengan fitur teks dan musik pada visualisasinya. | <p>- Subjek Dakwah : Ustadz Syam pemilik akun tiktok @syam_elmarusy</p> <p>- Objek Dakwah : Para pengguna media sosial tiktok yang melihat maupun pengikut akun @syam_elmarusy.</p> <p>- Materi Dakwah :<br/>           Emoji 1: Semenjak hijrah banyak di hujat orang INI UJIAN.<br/>           Emoji 2: Padahal setelah hijrah suka nyalahin orang, ya wajarlah dihujat.”<br/>           Maksud dari</p> |  |

|                         |   |  |   |
|-------------------------|---|--|---|
|                         |   | <p>ucapan yang dibuat melalui emoji atau <i>emoticon</i>.</p> <p>Ditujukan kepada mad'u untuk intropeksi diri, bahwa itu merupakan azab bagi orang setelah hijrah masih menyalahkan orang lain sehingga dihujat oleh netizen.</p> <p>- Media Dakwah :<br/>Audio visual yaitu video tiktok yang hanya diiringi dengan sound atau lagu pemilik akun lain dari aplikasi tiktok.</p> |   |
| 14<br>September<br>2021 | <p>Dakwah bil Lisan :<br/>Mengunggah konten video penjelasan terkait orang hafalan qur'an</p> | <p>- Subjek Dakwah :<br/>akun tiktok @syam_elmarusy (ustadz Syam)</p> <p>- Objek Dakwah :<br/>pengikut akun tiktok</p>   |  |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>dibandingkan dengan lagu atau musik dengan fitur</p> | <p>@syam_elmarusy atau mad'u</p> <p>- Materi Dakwah :<br/>Membahas tentang qur'an vs musik, ustadz syam menceritakan suasana rumah barunya, ia memperlihatkan ruangan khusus untuk murojaah atau bermain game online dengan kenyamanan dan kesunyian yang dicari. Karena untuk menghafal al-qur'an berbeda dengan menghafal buku pelajaran biasa, jangan disamakan orang yang menghafal buku pelajaran dengan orang yang hafalan al-qur'an, ada anak ynag hafal qur'an tidak</p> |  |
|--|---|--|--|

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>             mau mendengar musik wajar saja. Karena musik sangat mengganggu orang yang hafalan qur'an. Kecuali yang sudah profesional dalam menghafal sambil mendengarkan murojaah maupun musik. Tapi, bagi santri tahfiz jika kebanyakan musik didalam otak maka hafalan al-qur'an akan hilang. Karena menghafal al-qur'an sambil mendengarkan musik itu mudah hilangnya.           </p> <p>             - Media Dakwah :<br/>             Audio Visual yakni video tiktok dengan suara ustadz Syam yang diiringi           </p> |  |
|--|--|--|--|

|                   |  |   |  |
|-------------------|--|---|--|
|                   |  | menggunakan fitur musik atau lagu orang lain dari aplikasi tiktok.  |  |
| 21 September 2021 | Dakwah bil Lisan :<br>Memberikan penjelasan mengenai penyerangan ustadz di Batam melalui fitur tiktok yaitu stich video. | - Subjek Dakwah :<br>Ustadz Syam.<br><br>- Objek Dakwah :<br>Para pengguna akun tiktok.<br><br>- Materi Dakwah :<br>Pendakwah mengambil cuplikan video dari akun pengguna lain dengan menggunakan fitur pada tiktok yaitu stich video. Ustadz Syam menyampaikan maksud dari penyerangan ustaz di Batam, bahwa :<br>“Pelaku diduga odgj, orang dalam gangguan jiwa. Gausah diduga dipastikan aja pasti |    |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>odg. Ga mungkin orang yang jiwanya sehat mau menyerang seorang yang sedang memberikan materi, ga mungkin orang yang jiwanya sehat mau menyerang orang yang sedang memberikan kebaikan, menyampaikan pesan - pesan kebaikan, mendamaikan negara kita, kalau ada orang yang ga suka dengan kedamaian tersebut, ada orang yang tidak suka mempelajari agama pasti dia orang dalam gangguan jiwa. Karena orang yang jiwanya sehat, menyukai kebaikan-kebaikan</p> |  |
|--|--|--|--|

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>mau itu pelajaran agama atau pelajaran umum yang jelas kebaikan pasti mereka akan suka hanya orang-orang yang sakit jiwa yang gasuka kebaikan. Kalian tau kenapa disebut “laila qais laila majnun” karna dibutakan oleh cinta digilakan oleh cinta, kalau mencintai sesuatu gausah terlalu bisa jadi gila, atau dia fanatik dengan sesuatu atau dunia.”</p> <p>- Media Dakwah :<br/>Audio visual yaitu ustadz Syam menyampaikan dakwahnya melalui stich video.</p> |  |
|--|--|---|--|

|                                  |  |   |   |
|----------------------------------|--|---|---|
| <p>30<br/>September<br/>2021</p> | <p>Dakwah bil<br/>Lisan :<br/>Mengunggah<br/>konten<br/>dakwah dari<br/>acara tv<br/>'Islam itu<br/>Indah' dengan<br/>fitur <i>sticker</i><br/>tentang aurat<br/>wanita.</p> | <p>- Subjek Dakwah :<br/>Ustadz Syam<br/>pemilik akun tiktok<br/>@syam_elmarusy</p> <p>- Objek Dakwah :<br/>Para pengguna<br/>media sosial tiktok<br/>yang melihat<br/>maupun pengikut<br/>akun<br/>@syam_elmarusy.</p> <p>- Materi Dakwah :<br/>Ustadz Syam<br/>menyampaikan<br/>dakwahnya pada<br/>saat mengisi acara<br/>Islam itu Indah,<br/>isinya : "Menutup<br/>aurat itu adalah<br/>tidak menerawang<br/>dan tidak<br/>membentuk<br/>lekukan tubuh.<br/>Tidak menerawang<br/>dan tidak<br/>membentuk<br/>lekukan lekukan<br/>tubuh. Kalau ketat</p> |  |
|----------------------------------|--|---|---|

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>ya subhanallah<br/>berarti membentuk<br/>lekukan lekukan<br/>tubuh, kalau anak<br/>tok tok bilang<br/>begini, makan<br/>ketupat pake<br/>tempe, gak ketat ga<br/>FYP. Jadi, harus<br/>ketat dulu baru<br/>FYP”.</p> <p>Penyampaian isi<br/>materi di atas<br/>ditujukan pada<br/>generasi milenial<br/>maupun generasi z.</p> <p>- Media Dakwah :<br/>Audio visual.</p> |  |
|--|--|--|--|

**Tabel 4.1 Bentuk dakwah unggahan video tanggal 14, 21 dan 30  
September 2021**

**2. Unggahan Video Pada Tanggal 13 dan 19 Oktober 2021**

| Tanggal | Bentuk Dakwah | Unsur Dakwah | Capture<br>Postingan |
|---------|---------------|--------------|----------------------|
|---------|---------------|--------------|----------------------|

|                                |  |  |   |
|--------------------------------|--|--|---|
| <p>13<br/>Oktober<br/>2021</p> | <p>Dakwah Bil<br/>Lisan :<br/>Mengunggah<br/>konten video<br/>tiktok yang berisi<br/>akhlak dalam<br/>meminta-minta.</p> | <p>- subjek dakwah :<br/>(Informan) Ustadz<br/>Syam pemilik<br/>akun tiktok<br/>@syam_elmarusy</p> <p>- Objek dakwah :<br/>Mad'u (jamaah<br/>altiqtoqiah) atau<br/>pengguna tiktok.</p> <p>- Materi dakwah :<br/>Membahas tema<br/>orang yang<br/>meminta-minta<br/>apalagi minta<br/>unsubscribe.<br/>Berikut yang<br/>disampaikan<br/>informan.<br/>“Andai hidup ini<br/>bisa memilih<br/>maka tidak ada<br/>satupun oang yang<br/>memilih untuk<br/>menjadi orang<br/>yang tangannya<br/>dibawah alias<br/>meminta. Maka,<br/>kita akan memilih</p> |  |
|--------------------------------|--|--|---|

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>menjadi orang yang tangannya diatas untuk memberi. Tapi, kan engga semua orang ditakdirkan Allah menjadi orang mampu, ada ditargetkan Allah menjadi seorng target sedekah atau target zakat. Cuma memang dalam agama kita (Islam) ‘Ikhfah, ta’afuf’ yakni menjaga diri supaya tidak dibutuhkan manusia. Maka, meminta-minta itu adalah akhlak yang tidak baik, tapi menjatuhkan derajat orang lain juga akhlak yang buruk. Maka dari itu, ada orang yang meminta-minta ya kita</p> |  |
|--|--|---|--|

|                       |  |  |   |
|-----------------------|--|--|---|
|                       |  | <p>kasih aja<br/>(sedekah) urusan<br/>dia menipu atau<br/>apapun itu urusan<br/>dia dengan<br/>Tuhan”.</p> <p>- Media dakwah :<br/>Audio visual</p>  |   |
| 19<br>Oktober<br>2021 | <p>Dakwah bil<br/>Lisan:<br/>Melakukan<br/>ceramah di<br/>masjid Al-Kaffah<br/>yang unggah di<br/>akun tiktok<br/>@syam_elmarusy<br/>dalam acara<br/>maulid nabi<br/>dengan<br/>menceritakan<br/>kisah Rasulullah<br/>dengan Sayyidina<br/>Ali</p> | <p>- Subjek dakwah :<br/>Informan dari<br/>ustadz Syam<br/>pemilik akun<br/>@syam_elmarusy.</p> <p>- Objek dakwah :<br/>Jamaah masjid<br/>dan warga tiktok<br/>atau pengguna<br/>tiktok (mad'u).</p> <p>- Materi dakwah :<br/>Menceritakan<br/>kerinduan<br/>terhadap kisah<br/>Rasulullah.<br/>Terdapat dialog<br/>percakapan antara<br/>Rasulullah dengan<br/>Sayyidina Ali saat</p> |  |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>memakan kurma.</p> <p>Kata Sayyidina Ali : “Tunggu, jangan ada yang berdiri, kita hitung dulu siapa yang paling banyak makannya hari ini.”</p> <p>“Gimana caranya kita tahu?”</p> <p>Sayyidina Ali : “Kita hitung saja berapa biji kurma dihadapannya”</p> <p>Dia prank Nabi Sayyidina Ali : “Haa... siapa yang paling banyak makan biji kurmanya.. ternyata yang paling banyak engkau ya Rasulullah”</p> <p>Apa jawaban Rasulullah?</p> |  |
|--|--|---|--|

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>Jawabannya tidak kalah cerdas.</p> <p>Kata Rasulullah Saw : “Tunggu dulu!”</p> <p>“Yang paling banyak makannya hari ini bukan saya. Yang paling banyak adalah engkau Ali”</p> <p>Sayyidina Ali : “Kok, saya? Kan saya tidak ada biji kurma”</p> <p>Kata Rasulullah Saw : “Itulah saking rakusnya engkau, bijinya pun ikut kau makan”</p> <p>- Media dakwah :<br/>Audio visual.</p> |  |
|--|--|---|--|

**Tabel 4.2 Bentuk dakwah unggahan video tanggal 13 dan 19 Oktober 2021**

### **3. Unggahan Video Pada Tanggal 8, 12, 26 November 2021**

| Tanggal         | Bentuk Dakwah  | Unsur Dakwah   | Capture Postingan   |
|-----------------|--|--|---|
| 8 November 2021 | Dakwah bil Lisan : Melakukan dakwah melalui unggahan video tiktok yang mengkaji tentang malaikat maut. | <p>- Subjek dakwah : Pemilik akun tiktok @syam_elmarusy sebagai informan.</p> <p>- Objek dakwah : Jamaah altiqtoghiah (mad'u/pengguna tiktok).</p> <p>- Materi dakwah : Membahas turunnya malaikat maut di bumi. Informan menyampaikan, "Ternyata malaikat maut itu setiap hari mengunjungi manusia sebanyak 70 kali, datangnya setiap hari ngelihatn manusia, setiap hari berarti dalam</p> |  |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>satu hari ada 24 jam 1440 menit kurang lebih 21 menit sekali malaikat maut datang ngelihat kita. Dan malaikat maut tuh heran, herannya kenapa kok dia manusia bisa lupa sama Tuhan, sedangkan tinggal dicabut saja nyawanya mati nih orang. Subhanallah, maka kita engga boleh sama sekali untuk tidak tersambung dengan Allah, senantiasa mengingat Allah, melakukan pekerjaan dengan membaca Bismillah, selesai membaca Alhamdulillah, waktunya sholat</p> |  |
|--|--|---|--|

|                         |  |   |  |
|-------------------------|--|---|--|
|                         |  | <p>ya sholat, ada orang butuh ya dibantu, jadi teruslah berbuat kebaikan karena kita engga pernah tahu mencabut nyawanya kapan. Semoga kita semua husnul khotimah.”</p> <p>- Media dakwah :<br/>Menggunakan aplikasi tiktok yakni audio visual.</p> |  |
| <p>12 November 2021</p> | <p>Dakwah bil Qalam :<br/>Mengunggah konten video teks yang berisi kitab lubabul hadits.</p> | <p>- Subjek dakwah :<br/>Ustadz Syam dan Ulama</p> <p>- Objek dakwah :<br/>Mad'u (pengguna tiktok)</p> <p>- Materi dakwah :<br/>Dalam unggahan video tersebut terdapat fitur teks yang berisi,</p>  |  <p>وقال صلى الله عليه وسلم<br/>أحبوا العلماء فإنه جوارحهم<br/>أحبوا نعيمهم</p> <p>"Hindak syukamu semua<br/>bermulakan ulama,<br/>sorena meraka kudu pangsang<br/>dinao pang mudiha<br/>menyebut lab pan<br/>dimuliyakan"</p> <p>@Syams The CEO - 2021/11/12<br/>Jazakallah khair linumamati alhoqoqah<br/>2 Di Ko Karer: Arah New Pandang ...</p> |

|                  |   |   |   |
|------------------|---|---|---|
|                  |   | <p>“Handaknya kamu semua memuliakan ulama”, karena mereka itu orang-orang yang mulia menurut Allah dan dimulyakan.”</p> <p>Dengan keterangan dibawahnya yaitu Jazakallah kher ilmunya.<br/>#altiqtoqiah.</p> <p>- Media dakwah :<br/>Audio visual</p> |   |
| 26 November 2021 | <p>Dakwah bil Qalam :<br/>Mengunggah konten video dengan fitur teks yang mana memberitahu mad'u mengenai batasan aurat laki-laki.</p> | <p>- Subjek dakwah :<br/>Ustadz Syam dan Istri.</p> <p>- Objek dakwah :<br/>Pengikut trend atau pengguna tiktok.</p> <p>- Materi dakwah :<br/>“Aurat laki-laki dari pusar sampai lutut, tapi laki-laki yang mulia</p>                                 |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>punya malu.”</p> <p>- Media dakwah :<br/>Audio visual<br/>yakni diiringi<br/>fitur sound atau<br/>musik dari<br/>aplikasi tiktok.</p> |  |
|--|--|--|--|

**Tabel 4.3 Bentuk dakwah unggahan video tanggal 8, 12, dan 26 November 2021**

#### 4. Unggahan Video Tanggal 2 Desember 2021

| Tanggal         | Bentuk Dakwah   | Unsur Dakwah  | Capture Postingan   |
|-----------------|---|---|---|
| 2 Desember 2021 | <p>Dakwah bil Lisan :<br/>Mengunggah konten video menggunakan fitur dari tiktok yaitu fitur teks, yang berisi kitab lubabul hadits.</p> | <p>- Subjek dakwah : Akun @syam_elmarusy atau ustadz Syam sebagai informan.</p> <p>- Objek dakwah : Pengguna tiktok biasa disebut jamaah altiqtoqiah oleh sebutan dari akun</p> |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>@syam_elmarusy<br/>yang merupakan<br/>mad'u.</p> <p>- Materi dakwah :<br/>“Aku heran<br/>dengan orang<br/>yang meyakini<br/>adanya qadar, tapi<br/>ia masih tidak<br/>terima atau marah<br/>dengan keadaan<br/>nasibnya?”.</p> <p>“Aku heran<br/>dengan orang<br/>yang meyakini<br/>Hisab, tapi<br/>mereka tidak<br/>sibuk<br/>memperbaiki<br/>amalnya”.</p> <p>“Aku heran<br/>dengan orang<br/>yang<br/>dikecewakan oleh<br/>dunia, tapi<br/>mereka masih<br/>sibuk mengejar<br/>dunia.”</p> |  |
|--|--|--|--|

|  |  |                                   |  |
|--|--|-----------------------------------|--|
|  |  | - Media dakwah :<br>Audio visual. |  |
|--|--|-----------------------------------|--|

Dari hasil penelitian, terdapat bentuk dakwah menurut Samsul Munir Amin yang terbagi menjadi tiga yakni, dakwah bil lisan, dakwah bil hal, dan dakwah bil qalam pada akun TikTok @syam\_elamarusy. Peneliti mengambil dua metode berdasarkan bentuk dakwah pada akun Tik Tok @syam\_elmarusy yakni, bentuk dakwah bil Lisan dan bil Qalam. Tentunya sebagai pendakwah memiliki ciri khusus dalam berdakwah dalam memenuhi syarat bentuk dakwah pada akun tiktok @syam\_elmarusy, peneliti menguraikan bahwa :

#### 1. Dakwah bil Lisan

Isi postingan :

“Menutup aurat itu adalah tidak menerawang dan tidak membentuk lekukan tubuh. Tidak menerawang dan tidak membentuk lekukan lekukan tubuh. Kalau ketat ya subhanallah berarti membentuk lekukan lekukan tubuh, kalau anak tok tok bilang begini, makan ketupat pake tempe, gak ketat ga FYP. Jadi, harus ketat dulu baru FYP”.

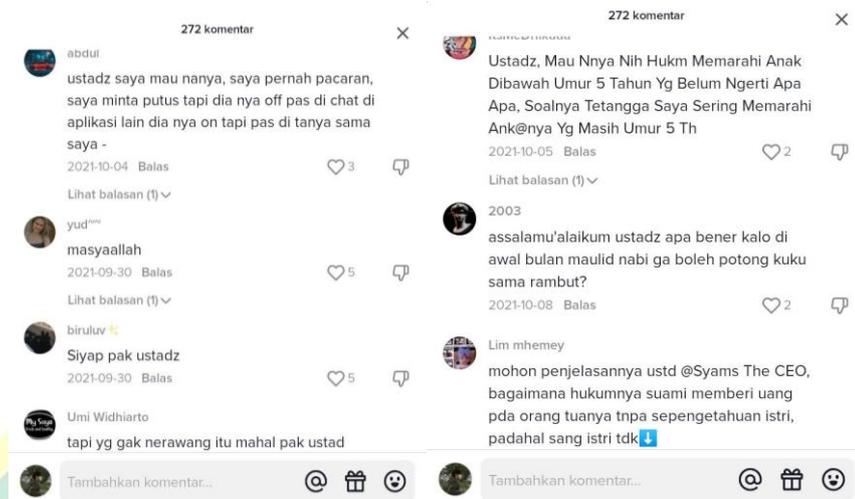
Penyampaian isi materi di atas ditujukan pada generasi milenial maupun generasi z.



**Tabel 4.4 Isi Postingan 30 September 2021**

Video yang berdurasi 29 detik tanda like 50.2 ribu dan komentar 273 dengan jumlah tayang 324.5 ribu yang diunggah di Tik Tok oleh akun @syam\_elmarusy pada tanggal 30 September 2019 berisi tentang ajakan dan himbauan kepada seluruh umat muslim bahwa akun @syam\_elmarusy menyuruh mad'u untuk menutup aurat dengan tidak menerawang dan membentuk lekukan tubuh. Dalam postingan ini dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah bil lisan dengan materi yang cocok yaitu dakwah kontemporer, yang dilakukan melalui media sosial karena pesan dakwahnya ditujukan kepada generasi milenial maupun generasi Z yaitu mad'u atau *followers* akun Tik Tok @syam\_elmarusy. Selanjutnya, para *followers* memberikan komentar pada postingan tersebut.





### Gambar 4.3 Komentar Postingan 30 September 2021

Komentar-komentar yang disampaikan oleh mad'u adalah sebagai bentuk balasan dari dakwah bil lisan yang dilakukan akun @syam\_elmarusy. Banyak yang menerima dan setuju atas penyampaian materi dakwah yang disampaikan oleh akun @syam\_elmarusy serta ada yang mempertanyakan hal lain, menyimpang dari materi dakwah yang disampaikan. Seperti yang tertulis dari balasan mad'u dengan pertanyaan 'bagaimana hukum suami memberi uang pada orang tuanya tanpa sepengetahuan istri' dari 273 komentar memang tak jarang akun @syam\_elmarusy membalas komentar tersebut. Adapun yang berterimakasih dan menjadi penyemangat bagi mereka melalui dakwah yang disampaikan ustadz Syam di media sosial Tik Tok maupun media audio visual seperti televisi dalam acara Islam Itu Indah. Ucapan pujian yang selalu ada dalam setiap kolom komentar, dengan mengucap masyaallah yang memiliki arti menunjukkan kekaguman seseorang, ekspresi seseorang sebagai bentuk menghormati dan pengingat bahwa semua pencapaian terjadi karena kehendak-Nya.

Isi Postingan :

“Pelaku diduga odgj, orang dalam gangguan jiwa. Gausah diduga dipastikan aja pasti odgj. Ga mungkin orang yang jiwanya sehat mau menyerang seorang yang sedang memberikan materi, ga mungkin orang yang jiwanya sehat mau menyerang orang yang sedang memberikan kebaikan, menyampaikan pesan-pesan kebaikan, mendamaikan negara kita, kalau ada orang yang ga suka dengan kedamaian tersebut, ada orang yang tidak suka mempelajari agama pasti dia orang dalam gangguan jiwa. Karena orang yang jiwanya sehat, menyukai kebaikan-kebaikan mau itu pelajaran agama atau pelajaran umum yang jelas kebaikan pasti mereka akan suka hanya orang-orang yang sakit jiwa yang gasuka kebaikan. Kalian tau kenapa disebut “laila qais laila majnun” karna dibutakan oleh cinta digilakan oleh cinta, kalau mencintai sesuatu gausah terlalu bisa jadi gila, atau dia fanatik dengan sesuatu atau dunia.”



**Tabel 4.5 Isi Postingan 21 September 2021**

Video yang berdurasi dengan jumlah tayang 145.5 ribu, like sebanyak 12.6 ribu dan 115 yang berkomentar, postingan 21 September 2021, dengan caption, #stich with 'Republika' sedia badik sebelum bidik. #altiqtoqiah. Di sini ustadz Syam mengambil video penyerangan terhadap ustadz di Batam yang terekam oleh kamera. Sebagai representasi dari materi dakwah yang di sampaikan melalui video ini, dari akun pengguna lain kemudian merekam ulang atau menanggapi apa yang telah terjadi dari video akun pengguna lain tersebut. Akun @syam\_elmarusy menjelaskan tentang kasus penyerangan ustadz saat berceramah di depan mad'u yang terjadi di Batam. Penyerang dinyatakan odgj (orang dalam gangguan jiwa), Hashtag #stich berarti menanggapi konten dari kreator sebelumnya.

#### Isi Postingan :

“Ternyata malaikat maut itu setiap hari mengunjungi manusia sebanyak 70 kali, datangnya setiap hari ngelihatn manusia, setiap hari berarti dalam satu hari ada 24 jam 1440 menit kurang lebih 21 menit sekali malaikat maut datang ngelihatn kita. Dan malaikat maut tuh heran, herannya kenapa kok dia manusia bisa lupa sama Tuhan, sedangkan tinggal dicabut saja nyawanya mati nih orang. Subhanallah, maka kita engga boleh sama sekali untuk tidak tersambung dengan Allah,



senantiasa mengingat Allah, melakukan pekerjaan dengan membaca Bismillah, selesai membaca Alhamdulillah, waktunya sholat ya sholat, ada orang butuh ya dibantu, jadi teruslah berbuat kebaikan karena kita engga pernah tahu mencabut nyawanya kapan. Semoga kita semua husnul khotimah.”

**Tabel 4.6 Isi Postingan 8 November 2021**

Video dengan durasi 59 detik, yang memiliki jumlah tayang 680.2 ribu, dengan like 90.3 ribu dan komentar 1525. Berdasarkan pemaparan materi dakwah yang disampaikan oleh ustadz Syam, yakni membahas tema tentang malaikat maut yang dibahas dalam acara televisi yaitu “Islam itu Indah” video unggahan dengan hashtag #oneminutehikmah #altiqtoqiah menuai komentar-komentar dan kritikan dari khalayak maupun *followers*.





**Gambar 4.4 Komentar Postingan 8 November 2021**

Dari beberapa komentar diatas, adalah sebagai sebuah balasan dari materi dakwah dalam metode bil lisan. Berbagai balasan hingga tanya jawab yang dilakukan khalayak maupun followers dari akun @syam\_elmarusy. Dapat dilihat pada akun seseorang yang bertanya bagaimana hukum bagi dua orang yang meninggal tetapi dikuburkan dalam satu liang lahat. Kemudian pertanyaan tersebut dijawab oleh pemilik akun. Tak jarang akun @syam\_elmarusy membalas satu persatu balasan atau komentar dari followersnya. Adapun komentar yang mendoakan kebaikan agar kematian yang mendatang semoga husnul khotimah. rata-rata yang berkomentar memberikan pertanyaan kepada akun tersebut dan ada satu komentar yang memahami dan mengulang kembali kalimat yang diucapkan ustadz Syam dari ceramahnya terhadap pengguna akun lainnya, yakni “teruslah berbuat kebaikan, karena kita tidak pernah tahu, malaikat maut itu nyabutnya kapan” kata nyabut adalah mencabut, yakni tugas dari malaikat Izrail. Berdasarkan balasan komentar yang dilakukan masyarakat virtual

pada akun @syam\_elmarusy, mereka menerima dan menyetujui dari materi dakwah dengan kecocokan terhadap mad'u dari komentar yang berdampak positif dan memotivasi diri ke arah kebaikan bagi unggahan video dan para pengguna akun tiktok.

Caption : Rindu Kami padamu ya Rasulullah #maulidnabi #altiqtoqiah

Isi Postingan :

Makan kurma, nabi bersama Sayyidina Ali. Sayyidina Ali iseng setiap dia makan kurma, dia pindahin bijinya di hadapan nabi, nabi engga perhatiin. Akhirnya, selesai.

Kata Sayyidina Ali : “Tunggu, jangan ada yang berdiri, kita hitung dulu siapa yang paling banyak makannya hari ini.”

“Gimana caranya kita tahu?”

Sayyidina Ali : “Kita hitung saja berapa biji kurma dihadapannya”

Dia prank Nabi

Sayyidina Ali : “Haa... siapa yang paling banyak makan biji kurmanya.. ternyata yang paling banyak engkau ya Rasulullah”

Apa jawaban Rasulullah? Jawabannya tidak kalah cerdas.

Kata Rasulullah Saw : “Tunggu dulu!”

“Yang paling banyak makannya hari ini bukan saya. Yang paling banyak adalah

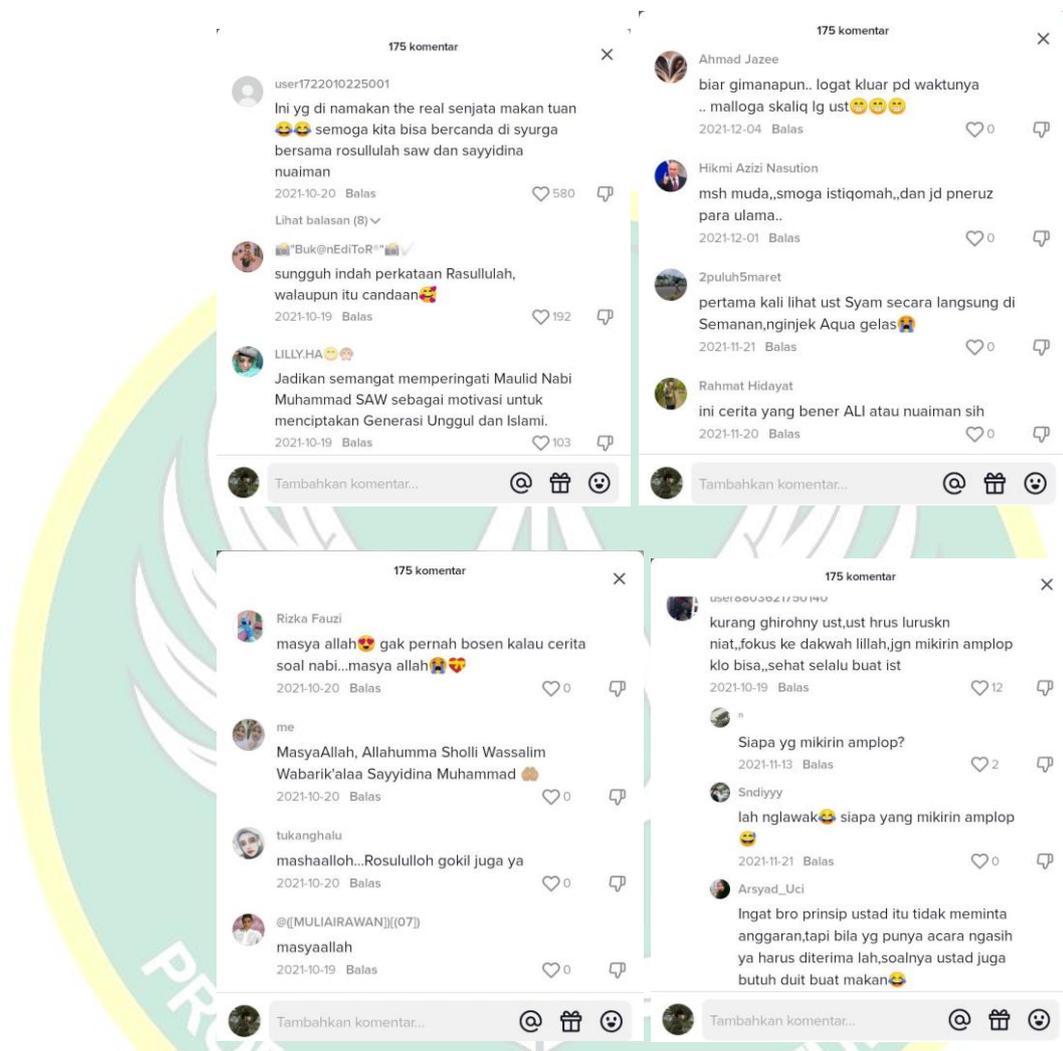


|   |  |
|---|--|
| engkau Ali”   |  |
| Sayyidina Ali : “Kok, saya?<br>Kan saya tidak ada biji kurma”                           |  |
| Kata Rasulullah Saw : “Itulah<br>saking rakusnya engkau,<br>bijinya pun ikut kau makan” |  |

**Tabel 4.7 Isi Postingan 19 Oktober 2021**

Video yang berdurasi 55 detik dengan jumlah tayang 652.5 ribu, like 76.2 ribu dan komentar 175 postingan yang diunggah 19 Oktober 2021 berjudul Rindu kami padamu ya Rasulullah #maulidnabi #altiqtoqiah. Dakwah atau ceramah dilaksanakan pada acara Maulid Akbar peringatan hari Maulid Nabi Muhammad saw yang diselenggarakan di Masjid Al-Kaffah. Ustadz Syam memberikan materi dakwah yakni membahas tentang tingkah laku Sayyidina Ali terhadap Rasulullah Saw. Ustadz Syam mengunggah tayangan ulang dari acara tersebut yang dibagikan kepada followers dan sekaligus memperingati hari Maulid Nabi agar senantiasa dapat mengingat kembali perjalanan dan perjuangan nabi terhadap dakwah Islam. Akun pemilik @syam\_elmarusy menggunakan bahasa anak milenial yang disebut bahasa gaul. Terdapat ucapan saat ceramah dalam isi dari postingan tersebut yakni kata “engga” seharusnya “tidak”. Adapun hal lain yang ditemukan pada saat ceramah, kata yang sering dibuat konten oleh anak muda masa kini yaitu “Prank” maksud dari kata tersebut adalah tindakan yang membuat seseorang kesal dan terkejut dari lelucon yang dibuatnya. Seperti yang diceritakan ustadz Syam pada ceramahnya, rasulullah yang tidak tahu apa-apa dibuat iseng oleh Sayyidina Ali dengan memindahkan biji kurma yang ia makan dihadapan Rasulullah, rasulullah menindakinya dengan tindakan cerdas dan tidak kalah dari Sayyidina Ali. Adapun komentar dari

mad'u menanggapi dakwah ceramah yang dilakukan oleh ustadz Syam terkait tema Maulid Nabi.



**Gambar 4.5 Komentar Postingan 19 Oktober 2021**

Berdasarkan komentar balasan dari para mad'u akun tik tok @syam\_elmarusy. Semua orang kagum dengan Rasulullah atas perbuatan selama perjalanan rasul dengan pengikutnya. Banyak mad'u mengucapkan masya allah serta sholawat nabi. Mad'u senang mendengar cerita dari Rasulullah yang disampaikan oleh ustadz Syam, memberikan motivasi dan semangat dalam memperingati Maulid Nabi Saw. Adapun yang tersinggung

mengenai komentar anggaran dakwah yang dilakukan ustadz Syam, balasan dari mad'u ialah “ingat bro prinsip ustadz itu tidak meminta anggaran, tapi bila yang punya acara ngasih ya harus diterima lah, soalnya ustadz juga butuh duit untuk makan” balasan dari mad'u secara mendukung ustadz Syam agar tidak tersinggung dengan komentar tersebut. Seperti jangan menolak rezeki yang telah diberikan oleh Allah Swt. Rezeki dalam bahasa arab yakni ar-Rizq artinya pemberian.

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونَ

Artinya : “Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku.”(Q.S. Al Baqarah:152)

Begitu banyak rezeki yang diberikan oleh Allah SWT kepada semua makhluk-Nya. Sebagai makhluk-Nya, kita hanya diwajibkan untuk selalu bersyukur pada setiap nikmat yang diberikan sekecil apapun.

## 2. Dakwah bil Qalam

Berikut ini Dakwah bil Qalam pada postingan 14 September dan 12 November 2021.

### 1. Postingan Tanggal 14 September 2021



**Tabel 4.8 Isi Postingan 14 Oktober 2021**

Video yang berdurasi 15 detik, diunggah pada tanggal 14 Oktober 2021 dengan caption di bawah postingan yaitu introspeksi diri, siapa tau emang azab. Materi dakwah ditujukan kepada seseorang yang sedang berhijrah namun dalam dirinya masih belum ada introspeksi diri karena seperti yang disampaikan dalam oleh akun @syam\_elmarusy bahwa yang berhijrah pun masih suka menyalahkan orang lain. Selanjutnya, reaksi followers mengenai dakwah dalam bil qalam yang dilakukan oleh akun @syam\_elmarusy.

2. Postingan Tanggal 12 November 2021

Isi postingan :

“Hendaknya kamu semua memuliakan ulama”, karena mereka itu orang-orang yang mulia menurut Allah dan dimulyakan.”

Caption :

Jazakallah kher ilmunya.

#altiqtoqiyah.



**Tabel 4.9 Isi Postingan 12 November 2021**

Video dengan durasi 16 detik yang diunggah pada tanggal 12 November 2021 menunjukkan bahwa terdapat kitab lubabul hadits yakni :

وقال ﷺ: أكرموا العلماء فإنهم عند الله كرماء مكرمون

Artinya, “Hendaknya kamu semua memuliakan ulama, karena mereka itu orang-orang yang mulia menurut Allah dan dimulyakan.” (Kitab Lubabul Hadits).

Dalam postingan 12 November 2021 dengan caption : Jazakallah kher ilmunya yaitu berterimakasih atas ilmunya, yang di unggah pada akun @syam\_elmarusy. Dalam video tersebut dakwah yang disampaikan mengajak umat muslim untuk saling menghormati yang memiliki kedudukan tinggi seperti para ulama-ulama. Materi dakwah pada postingan di atas berupa dakwah secara tulisan. Yang mana dalam video tersebut menggunakan fitur teks dari kitab lubabul hadits dan di latar belakang efek musik dari Tik Tok.

### 3. Postingan Tanggal 2 Desember 2021

Akun @syam\_elmarusy juga menggunakan fitur teks agar mudah dimengerti dan diterima oleh mad'u. Dengan caption atau keterangan dibawah video yaitu –Diantara isi kitab nabi Musa AS-. #altiqtoqiah. Hal ini termasuk golongan dengan metode dakwah bil qalam, yang mana media dakwahnya ialah visual dengan penambahan fitur musik dari aplikasi tiktok.

| Isi Postingan :   |  |
|---|---|
| <p>“Aku heran dengan orang yang meyakini adanya qadar, tapi ia masih tidak terima atau marah dengan keadaan nasibnya?”</p> <p>“Aku heran dengan orang yang meyakini Hisab, tapi mereka tidak sibuk memperbaiki amalnya.”</p> <p>“Aku heran dengan orang yang dikecewakan oleh dunia, tapi mereka masih sibuk mengejar dunia.”</p> |   |

**Tabel 4.10 Isi Postingan Tanggal 2 Desember 2021**

## C. Analisis Media Siber Pada Akun TikTok @syam\_elmarusy

### 1. Ruang Media

Dalam ruang media ini menunjukkan bagaimana struktur lingkungan di Internet, lingkungan disini adalah tempat terjadinya interaksi dengan media sosial yang digunakan. Proses dalam

pengenalan dalam terjadinya medium yaitu prosedur untuk membuat akun dan menerbitkan konten, dan aspek grafik maupun visual yang menjadi tampilan media. Agar peneliti mendapatkan data pada penelitian ini, peneliti fokus pada data yang dikumpulkan dengan melihat prosedur media daripada memposisikan diri sebagai pengamat atau partisipan. Misalnya, menguraikan prosedur membuat akun di Tik Tok, cara mempublikasikan video dengan tulisan atau tanda yang menempel pada sampul video yang akan di posting.

Media sosial Tik Tok digunakan untuk kegiatan bisnis, promosi, hiburan, informasi, mengenai organisasi, perusahaan, artis, komunitas, pendidikan, tokoh masyarakat dan sebagainya. Berikut ini adalah penjelasan mengenai pembuatan video Tik Tok, dimana seseorang harus memiliki aplikasi Tik Tok, atau membuka situs web: [www.tiktok.com](http://www.tiktok.com). Jika sudah memiliki akun Tik Tok pribadi, maka selanjutnya dapat membuat dan mengelola rekaman video atau video baru. Di bawah ini adalah prosedur membuat akun Tik Tok yang dikutip dari pusat bantuan aplikasi Tik Tok:

“Untuk menyiapkan akun Tik Tok:

1. Buka aplikasi.



**Gambar 4.6 Aplikasi TikTok**

**Langkah Pertama Membuka Aplikasi TikTok / Website**

2. Ketuk Profil di bagian bawah.

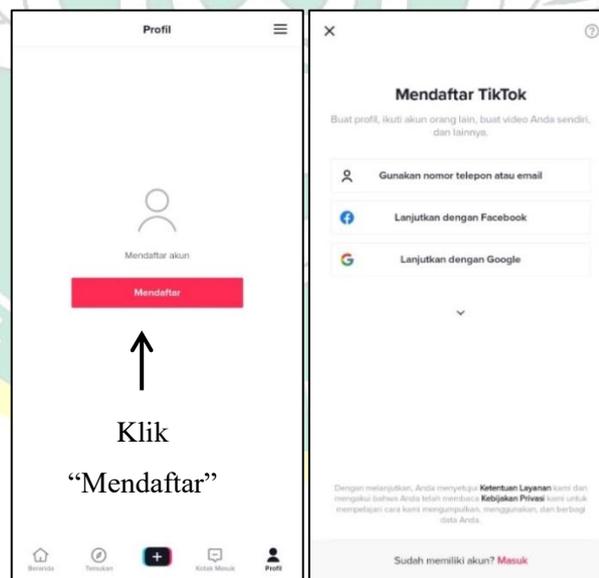


Tanda Profil

**Gambar 4.7 Beranda TikTok**  
Langkah Kedua Klik yang bertanda “Profil”

Sumber: <http://tiktok.com>.

3. Pilih metode untuk mendaftar.



**Gambar 4.8 Membuat Akun TikTok**  
Langkah ketiga mendaftar akun TikTok

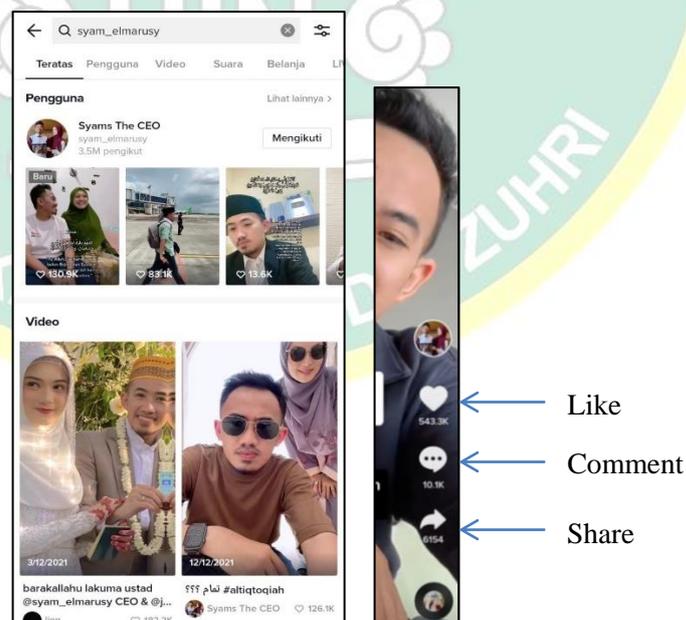
Pada metode mendaftar jika sudah mempunyai akun, klik “Masuk” berwarna merah dibawah. Jika belum memiliki akun dapat dengan mendaftar menggunakan nomor telepon yang aktif, Facebook, dan Google seperti yang tertera pada gambar di atas. Kemudian jika sudah mendaftar atau memasukkan akun yang sudah ada, maka dapat mengklik pada bagian temukan (*searching*) seseorang atau akun orang lain yang akan dicari. Seperti gambar dibawah ini:



Klik “Temukan (*searching*)”

**Gambar 4.9 Pencarian (Temukan)**

Dengan menetik akun yang akan dicari pada *searching* bertanda seperti kaca pembesar, kemudian akan muncul berbagai akun atau akun fake karena banyak menyerupai nama dengan pemilik akun yang dicari, jika tidak menulis nama akun dengan benar, maka harus mengingat real akun TikTok tersebut. Tampilan akan muncul seperti gambar dibawah ini:

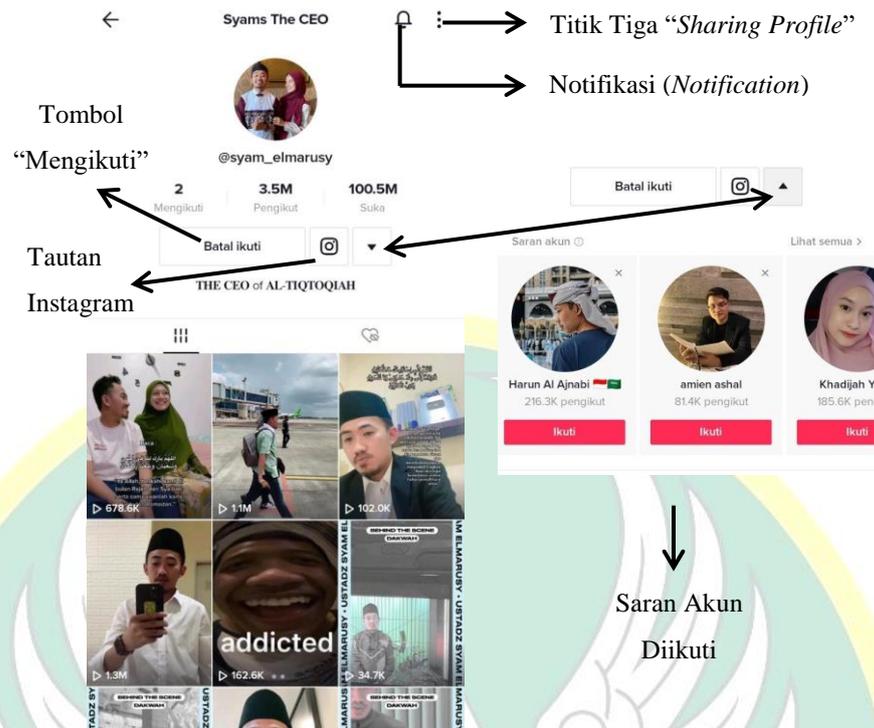


**Gambar 4.10 Searching Akun @syam\_elmarusy**

Sumber: [https://www.tiktok.com/@syam\\_elmarusy](https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy)

Terdapat tulisan ‘Pengguna’ yang akan di “klik”, karena itu merupakan sebuah akun real dengan penulisan yang benar dan setelah di “klik” akan muncul beranda atau profil, dengan berbagai fitur yakni tombol notifikasi yang berbentuk lonceng yang biasa disebut ‘Lonceng Notifikasi’, tanda tersebut untuk menyalakan atau mengaktifkan notifikasi saat akun @syam\_elmarusy sedang melakukan siaran langsung atau hal lainnya, lalu ada ‘titik tiga’ sebelah lonceng pada bagian pojok kanan atas untuk membagikan akun profil @syam\_elmarusy dengan berbagai via untuk mengirim atau sharing profil tersebut.

Interaksi lain yang diberikan antar pengguna dengan pengguna atau pemilik akun dapat melalui fitur *like*, *comment* dan *share*. Pada profil akun @syam\_elmarusy dapat dilihat dalam tampilan screenshot, bahwa pemilik akun mengikuti dua orang dengan pengikut sebanyak 3.5 juta pengikut dan total dari keseluruhan suka dalam postingan video sebanyak 100.5 juta likes. Dengan bio yang bertuliskan “THE CEO of AL-TIQTOQIAH” untuk mengikuti akun @syam\_elmarusy klik kotak berwarna merah “mengikuti”, terdapat juga ikon Instagram yang akan menuju ke akun instagram @syam\_elmarusy, lalu ada panah yang mengarah kebawah merupakan saran akun yang ingin diikuti yang akan muncul seperti dibawah ini:



**Gambar 4.11 Akun TikTok @syam\_elmarusy**

Sumber : [https://www.tiktok.com/@syam\\_elmarusy](https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy)

Pada level ruang media, peneliti menggambarkan bagaimana media di Internet diterapkan dan diatur, terutama dari perspektif teknis. Peneliti dapat memulai dengan bagaimana program yang membuat akun tersebut, terhubung ke jaringan, dapat berkomunikasi, dan apa program dalam media *cyber* itu. Yang dipelajari dalam prosedur perangkat teknologi.

Pertama, media siber mengandalkan berbagai media sosial lainnya dan tidak memerlukan partisipasi pengguna. Namun, pengguna perlu berpartisipasi aktif di media online dengan mengikuti prosedur tertentu. Kedua, komunikasi yang interaktif yang terhubung dengan akun lainnya dan terjadi keterlibatan prosedur yang harus diikuti tersebut. Ketiga, keunikan media *cyber* adalah akun yang terus hidup, terhubung, dan terkoneksi selama server atau lokasi yang menyimpan data terhubung ke jaringan Internet itu tetap hidup. Data

dari perangkat lunak *cybermedia* dapat diakses oleh mereka yang terhubung tanpa harus mengakses jaringan Internet. Misalnya, Anda selalu dapat membalas email, meskipun penerima tidak harus membacanya. Isi email yang kami kirimkan.

## 2. Dokumen Media

Level ini teks dan makna merupakan konten yang memiliki arti atau maksud didalamnya hingga konten tersebut diproses kembali dan didistribusikan di Internet. Peneliti juga dapat mengkaji artefak dan mempelajari bagaimana artefak tersebut menghasilkan entitas melalui interaksi dalam komunitas virtual.

Teks tidak hanya merepresentasikan pandangan dari pengguna melalui Internet, tetapi juga menunjukkan ideologi dan latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga menunjukkan identitas penontonnya. Pada level ini teks yang dipublikasikan menjadi pusat perhatian yang menitikberatkan pada teks, kalimat, foto, audio, audio-visual, maupun visual lainnya.

Konten yang berada dalam postingan-postingan akun TikTok @syam\_elmarusy berbentuk konten audio visual. Dapat dilihat pada video TikTok @syam\_elmarusy tanggal 14 September 2021 hingga 2 Desember 2021 rata-rata dari postingan video tersebut terlihat artefak budaya adalah dengan (#)hashtag “#altiqtoqiyah”. Hashtag ini merupakan panggilan atau sebutan “jamaah” dari akun tersebut saat berinteraksi dengan *follower* (pengikut) atau penonton.

Akun @syam\_elmarusy sering mengucapkan “jama’ah altiqtoqiyah. Secara budaya terlihat bahwa penyebutan “altiqtoqiyah” merujuk pada kata yang menonjol yaitu “tiqtoq” seperti penggunaan ucapan dalam bahasa arab yang berarti Tik Tok, maksudnya adalah jamaah yang khusus berada di Tik Tok. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara teks panggilan tersebut selain menjadi kebiasaan atau budaya untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain, melainkan

juga merupakan identitas untuk para jamaah Tik Tok akun @syam\_elmarusy, yang berhubungan dengan ceramah dakwahnya. Sebagai contoh dibawah ini gambar hasil *screenshot* dari akun@syam\_elmarusy postingan tanggal 14 September dan 30 September terdapat hastag #altiqtoqiyah, hastag ini biasanya ditulis setelah menulis caption (teks singkat).



**Gambar 4.12 Akun @syam\_elmarusy**

Sumber: [https://www.tiktok.com/@syam\\_elmarusy](https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy)

Postingan tersebut diiringi dengan fitur atau efek musik dari pengguna lain kemudian, akun @syam\_elmarusy memberikan penjelasan melalui fitur subtitle atau judul pada video yang bertuliskan : Semenjak hijrah banyak di hujat orang INI UJIAN. Padahal setelah hijrah suka nyalahin orang, ya wajarlah dihujat.”

Dalam akun @syam\_elmarusy, selain konten yang berisi dakwah, peneliti juga melihat terdapat konten yang tidak selalu tentang dakwah, konten tersebut merupakan hiburan atau kegiatan ustadz Syam bersama sang Istri, dengan bershawat, membaca al-quran, dan lain-lain. Adapun konten yang berbentuk gambar dan teks

berisikan dakwah maupun hadits. Terletak pada postingan 12 November 2021 terdapat hadits kitab lubabul :



**Gambar 4.13 Postingan Akun @syam\_elmarusy**

“Handaknya kamu semua memuliakan ulama”, karena mereka itu orang-orang yang mulia menurut Allah dan dimulyakan.” Caption : Jazakallah kher ilmunya. #altiqtadiyah. Makna yang terkandung pada postingan di atas ialah penyampaian materi yang ditujukan kepada umat dalam kata kamu semua adalah umat Islam agar memuliakan para ulama yang merupakan petinggi dalam memahami Islam.

Konten pada akun @syam\_elmarusy sesuai dengan jenis media sosial yakni berbagi media (*media sharing*) dimana konten ini membagikan video dan audio musik yang berkaitan dengan konten dakwah akun @syam\_elmarusy. Akun @syam\_elmarusy sendiri memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di Tik Tok seperti efek, stich video dan sebagainya.

### 3. Objek Media

Dalam level ini melihat bagaimana proses interaksi dan aktivitas pengguna dengan antarpengguna sesuai dengan data yang diperoleh. Data penelitian berupa teks yang ada di media siber maupun makna yang berada di sekitar teks tersebut. Pada level ini, seperti menggunakan teknik pengumpulan data layaknya praktik penelitian etnografi komunikasi dimana peneliti fokus dalam pengamatan, membuat beberapa pertanyaan pada subjek, bekerja sama pada aktivitas di dalam komunitas, atau melakukan pandangan maupun kepercayaan antarpengguna. Jika level ini hanya memfokuskan pada teks dari prosedur, maka di level ini peneliti mengalihkan bagaimana teks itu ditanggapi dengan pengguna siber lainnya.

Level objek media ini bisa dikatakan merupakan level yang penting, dikarenakan peneliti akan mencari dan mengungkapkan bagaimana interaksi serta aktivitas yang terjadi pada akun Tik Tok @syam\_elmarusy. Sesuai dengan teknik pengumpulan data, peneliti di sini melakukan observasi dan wawancara *online* untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Informasi yang diambil yaitu pemilik akun-akun yang aktif di media sosial, mengikuti kontennya dan tentunya di akun TikTok @syam\_elmarusy.

Berikut ini merupakan informasi terkait interaksi yang dilakukan antarpengguna pada akun @syam\_elmarusy yang didapatkan dari informan dari hasil wawancara *online* melalui komentar:

- a) Guadanis2. “Tidak Ada”.
- b) Salsabilaulia. “Ikut berkomentar dan memberi like”.
- c) Yshamrzlfn95b. “Ada . Ustadz Syam juga tidak jarang berinteraksi dengan orang lain seperti membalas komentar, stich komentar untuk dijawab dengan video, dsb.”
- d) Aurorafarah. “Memberikan like.”

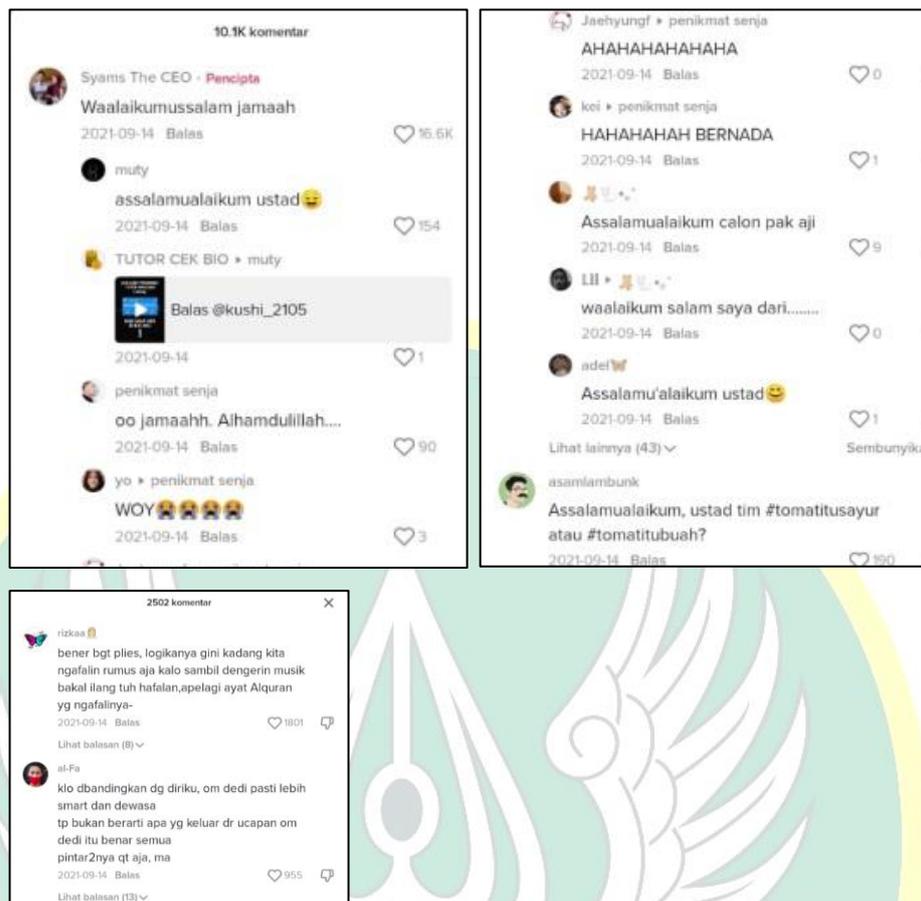
- e) Laelaanh. “Memberi like di unggahan konten tiktok Ustadz Syam.”
- f) Ourama. “Jarang kak, karena baru mengikuti.”<sup>44</sup>

Selain itu juga, dalam akun Tik Tok @syam\_elmarusy terjadi interaksi dan aktivitas antar para jamaah altiqtoqiyah di akun Ustadz Syam. Hal ini terlihat pada kolom komentar di samping postingan 9 September 2021. Interaksi dan komunikasi yang terjadi di kolom komentar ialah komentar atas jawaban masing-masing yang muncul di kolom komentar di postingan video tersebut. Di bawah ini postingan komentar jamaah altiqtoqiyah saat ustadz Syam membalas salam dengan “walaikumussalam jamaah” kemudian dibalas kembali oleh para jamaah altiqtoqiyah seperti saling menyapa dengan antarpengguna.



---

<sup>44</sup> Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.

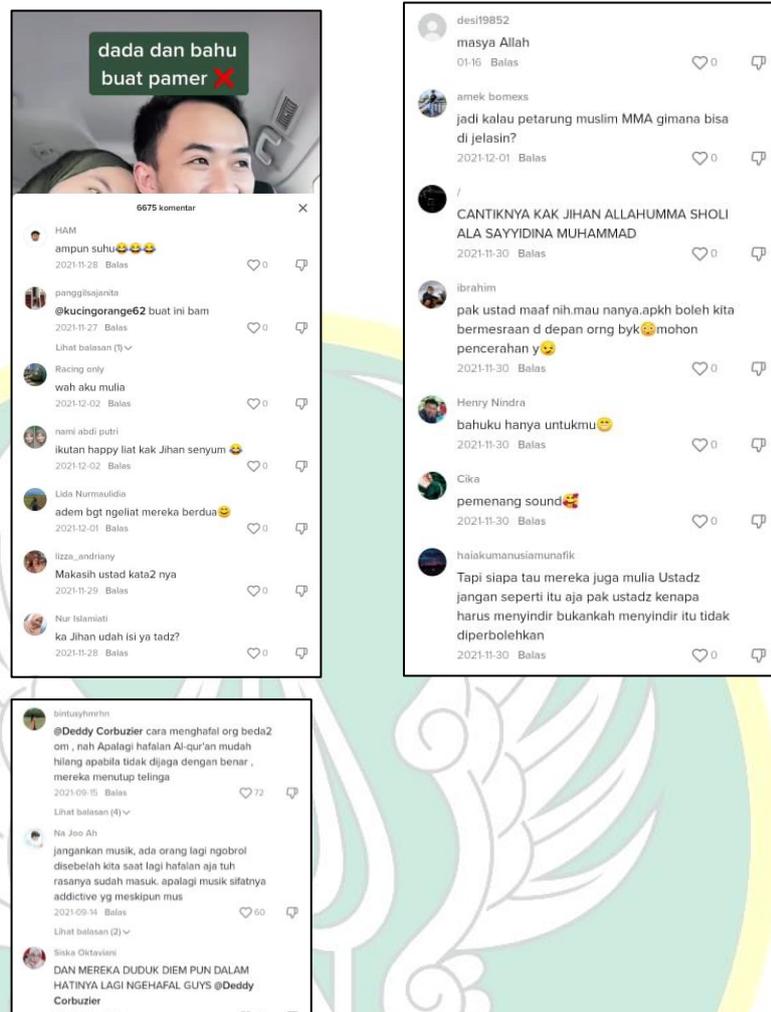


**Gambar 4.14 Tanggapan Komentar Saling Menyapa**

Hal lain dalam berinteraksi yang terjadi antarpengguna adalah saling memberikan jawaban saat menanggapi ceramah ustadz Syam pada postingan video TikTok “Qur’an Vs Musik” mereka saling berkomentar dalam postingan tersebut, seperti akun rizkaa :

“Bener bgt plies, logikanya gini kadang kita ngafalin rumus aja kalo sambil ngedengerin musik bakal ilang, apalagi ayat alquran yang hafalinnya-” dengan tanda suka ‘Like’ sebanyak 1801 pada postingan tersebut.

Terdapat juga berbagai komentar-komentar yang menghibur dan bertentangan dalam postingan video dengan caption “Aurat laki-laki dari puser sampai lutut, tapi laki2 mulia punya malu.



**Gambar 4.15 Tanggapan Komentar Postingan Video Akun @syam\_elmarusy**

Komentar di atas pada konten dengan caption “Aurat laki-laki dari pusar sampai lutut, tapi laki-laki mulia punya malu. #altiqtoqiyah” adalah postingan 36 November 2021, menuai komentar positif. Contohnya, komentar dari akun, “HAM : Ampun suhu”, dan “nami abdi putri : ikutan happy liat kak Jihan senyum”. Serta cibiran dari netizen seperti akun ibrahim dengan komentar “pak ustadz maaf nih, mau nanya.apkh boleh kita bermesraan di depan org byk\*emoticon\*mohon pencerahan y \*emoticon\* . Komentar tersebut, secara mencibir dengan halus, karena terdapat emoticon yang seakan

menyindir postingan di atas, bahwasannya ialah seperti netizen itu maha benar.

Dalam pengikut akun TikTok @syam\_elmarusy memiliki peran penting dalam tindakan berinteraksi dan aktivitas itu terjadi. Semua interaksi dan aktivitas pada akun @syam\_elmarusy meninggalkan jejak digital dengan memberikan tanda berupa “Like” atau “Komentar” pada saat terjadinya aktivitas dalam postingan tersebut. Dari postingan yang telah dipaparkan diatas, bahwa memberikan respon berupa “like”, “komentar”, serta “sharing” merupakan bagian yang penting untuk adanya interaksi dan aktivitas pada akun @syam\_elmarusy.<sup>45</sup>

Dalam hal ini, interaksi dan aktivitas yang dilakukan oleh *netizen* maupun pengikut akun @syam\_elmarusy dilihat dari kolom komentar dengan bagaimana cara mereka saling menanggapi balasan – balasan pada kolom komentar yang ada di beberapa postingan tersebut. Sehingga pengikut tertarik untuk berdiskusi dan konsultasi yang berhubungan dengan penyampaian materi konten akun @syam\_elmarusy.

#### **4. Pengalaman (*Experiental Stories*)**

Pada level ini, level pengalaman adalah gambaran bagaimana orang atau komunitas berada di dunia nyata. Pada level ini, peneliti mengungkap realitas teks yang diunduh atau dibuat untuk melihat bagaimana motivasi atau efeknya. Peneliti dapat menghubungkan kenyataan di dunia maya dengan dunia nyata

Level ini mewakili anggapan bahwa Internet hanyalah salah satu sarana yang digunakan oleh objek untuk berkomunikasi, meskipun dalam beberapa kasus, bahkan seringkali, komunikasi pada awalnya hanya untuk konsumsi mereka sendiri.

---

<sup>45</sup> TikTok, [https://www.tiktok.com/@syam\\_elmarusy](https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy)

Berdasarkan hasil wawancara online, peneliti memperoleh informasi tentang efek dan motivasi serta alasan informan lain dan pengikut akun TikTok @syam\_elmarusy.

- 1) “Tahu akun Tik Toknya dari Instagram terus saya mengikuti sampai ke Tik Tok, ngga sengaja scroll dakwahnya di Instagram.” Alasan informan Tik Tok Guadanis2
- 2) “Pas scroll-scroll Tik Tok ada dakwahnya tentang bulan Ramadhan, sama ayat Al-Quran beserta artinya. Dari situ saya tahu akun @syam\_elmarusy, saya ikuti konten dakwahnya mudah dipahami ada juga konten yang menghibur.” Alasan informan TikTok Bumbleebil.
- 3) “Kontennya menghibur, dakwahnya selalu terbaru mengikuti trend berkaitan Islam di TikTok jadi yang belum pernah tahu dan didengar jadi tahu.” Alasan informan Yshamrzlfn95.
- 4) “Saat itu ngga sengaja muncul di fyp tentang kontennya yang membahas Nishfu Sya’ban, nah terus aku kepoin Tik Toknya aku lihat-lihat ternyata konten dakwahnya seru juga mengikuti gaya bicara anak zaman sekarang yang mudah dipahami.” Alasan informan Aurorafarhah.
- 5) “Menurut saya konten dakwahnya, konten yang sesuai dengan anak-anak generasi milenial saat ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan mudahnya mengunggah video di media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu cara terbaik untuk generasi saat ini dan para orang tua. Dan memberikan motivasi untuk memperbaiki diri.” Laelaanh.
- 6) Dari explore kak, pas yang istri ustadz nangis. Jarang si kak komen dan like soalnya baru follow. Alasannya karena

kontennya bagus juga masuk ke dakwah jadi adem aja hatinya.“ Ourama<sup>46</sup>

#### **D. Kelebihan dan Kelemahan Dakwah TikTok @syam\_elamarusy**

Jika dakwah berhasil dilaksanakan, maka penggunaan Internet untuk dakwah merupakan wujud integrasi antara Islam dan teknologi informasi. Maka, seluruh dunia akan tahu bagaimana sebenarnya ajaran Islam itu. Selain itu, dakwah merupakan salah satu kejayaan umat Islam di bidang teknologi dan informasi yang akan mempengaruhi situs lainnya melalui Internet.

Kelebihan dakwah di Internet yakni membawa keuntungan lebih yang telah didapatkan saat ustadz melakukan dakwah lewat Internet. Seperti yang kita tahu, orang-orang yang sibuk dengan kehidupannya, tidak ada waktu menonton berita TV atau membaca koran. Melalui Internet kebutuhan manusia dalam mencari informasi sudah menjadi kebutuhan utama serta menjadi jalan metode alternative dalam menggali informasi. Apalagi sekarang lebih mudah karena adanya media sosial. Dengan kemudahan tersebut, informasi kini dapat diakses tanpa terkendala ruang dan waktu.

Selain kelebihan dakwah di atas, dakwah di media social juga mempunyai kelemahan, seperti mempermudah jalur akses keluar masuknya berbagai hacker yang dapat memblokir akun, dapat menggunakan akun pengguna tanpa izin, atau membajak akun pengguna. Hal ini menimbulkan suatu keresahan bagi masyarakat di mana mendapatkan pesan atau informasi dari akun pengguna namun setelah diselidiki ternyata akun pengguna telah dibobol. Agar dakwah melalui media sosial dapat berjalan dengan baik, perlu adanya batasan tautan atas nama lembaga atau lembaga Dakwah.

---

<sup>46</sup> Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.

Dari hasil yang didapat mengenai kelebihan maupun kekurangan dalam berdakwah. Maka dari itu, peneliti menemukan hasil data yang lain berdasarkan informan-informan yang aktif di media sosial terkait kelebihan dan kekurangan dakwah di Tik Tok tentunya pada akun @syam\_elmarusy, di bawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Temuan Data Hasil Penelitian**

| <b>Informan</b> | <b>Kelebihan</b>   | <b>Kelemahan</b>  |
|-----------------|--|---|
| Guadanis2       | Mudah dipelajari dan dipahami saat berdakwah di Tik Tok. Mudah ditangkap pembahasannya.  | Tidak suka melihat Ustadz Syam berdakwah di Tik Tok karena saya tidak suka TikTok lebih melihat dakwahnya di Instagram.                                       |
| Salsabilaulia   | Tidak memakan waktu yang lama dakwahnya simple lebih ke intinya, mengikuti trend yang ada di TikTok, Memanfaatkan fitur-fitur yang ada, Menampilkan ayat Al-Qur'an beserta artinya di dalam videonya sehingga penonton ikut membaca. | Tidak selalu atau jarang berinteraksi dengan pengguna TikTok maupun <i>followers</i> di dalam komentar videonya, Konten yang disajikan bersifat random (acak) |
| Yshamrzlfn95    | Cara penyampaiannya santai, Topiknya   | Tidak ada   |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
|              | biasanya sangat relate dengan kondisi yang sekarang, seperti membahas trend yang sedang viral, disertakan dengan penjelasan baik atau buruknya.   |  |
| Aurorafarhah | Tidak Ada   | Tidak Ada  |
| Laelaanh     | Kontennya tidak selalu tentang ceramah melainkan ustadz Syam juga kerap melakukan duet sholawat, belajar mengaji atau challenge ngaji, Tanya jawab dengan <i>followers</i> memberikan kisah inspiratif, hingga membagikan video dakwah yang diselipi komedi namun mendidik dengan penyampainnya yang asik dan menghibur sehingga mendapat banyak perhatian. | Mungkin terkadang kurang nyaman jika selalu mengikuti permintaan netizen maupun <i>followers</i> nya, Lebih baik membuat konten dengan ide kreativitas sendiri daripada permintaan dari netizen. |
| Ourama       | Kontennya ada dakwah campur komedi atau lucu-lucuan.  | Buat iri soalnya selalu suka pamer kemesraan sama istrinya.  |

Berdasarkan hasil data temuan dari informan-informan diatas, bahwa kita dapat mengetahui dengan adanya dakwah di media sosial sangat mempermudah generasi saat ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebab adanya teknologi yang semakin maju. Semua orang akan tahu bahwa ajaran Islam sangat mudah dipahami. Dakwah di media sosial melalui Tik Tok pada akun @syam\_elmarusy tidak hanya membuat konten dakwah melainkan juga ada konten hiburan, supaya pengguna akun lainnya tidak bosan dengan hal yang monoton. Banyak dari informan yang termotivasi, menjadi lebih tahu, terhibur, dan berdampak positif bagi mereka.<sup>47</sup>

Berdasarkan hasil wawancara online, peneliti memperoleh informasi tentang efek dan motivasi serta alasan informan lain dan pengikut akun TikTok @syam\_elmarusy.

- 7) “Tahu akun Tik Toknya saat scroll Instagram dan Tik Tok. Lebih mudah dipelajari konten dakwahnya. Jadi lebih pintar.” informan Guadani2
- 8) “Dari Tik Tok. Penjelasannya tidak memakan waktu yang lama, mendapat pengetahuan yang belum pernah didapat dan didengar.” informan Salsabilaulia
- 9) “Dakwahnya dibawakan dengan santai, topiknya relate, membahas trend yang tengah marak. Termotivasi, mendapatkan pengetahuan baru, ikut terhibur dengan kontennya.” informan Yshamrzlfn95.
- 10) “Konten dakwah ustadz syam memberikan dampak positif dan menambah pengetahuan” informan Aurorafarah.
- 11) “Menurut saya konten dakwahnya, konten yang sesuai dengan anak-anak generasi milenial saat ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan mudahnya mengunggah video di media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu cara terbaik

---

<sup>47</sup> Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.

untuk generasi saat ini dan para orang tua. Dan memberikan motivasi untuk memperbaiki diri.” Laelaanh.

- 12) “Dari explore kak, pas yang istri ustadz nangis. Jarang si kak komen dan like soalnya baru follow. Alasannya karena kontennya bagus juga masuk ke dakwah jadi adem aja hatinya.” Ourama<sup>48</sup>



---

<sup>48</sup> Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Media sosial merupakan situs jaringan internet yang menghubungkan ke seluruh dunia, dengan berbagai macam-jenis media sosial yaitu blogging, media *sharing*, *social net-working*, dan lain-lain. Dakwah di media sosial menjadi tantangan dakwah di era modern ini, banyak pendakwah baru yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwahnya. Melalui media baru da'i maupun ustadz dengan mudah mengekspos kegiatan dakwah dari majelis maupun membuat konten yang mereka buat. Peneliti meneliti dakwah pada akun Tik Tok @syam\_elmarusy menggunakan bentuk dakwah melalui media sosial dengan metode yang ada. Hal ini peneliti menemukan bentuk-bentuk bagaimana dakwah di media sosial yang dilakukan pada akun @syam\_elmarusy, antara lain, mengambil dua metode dari Samsul Munir Amin dakwah bil Lisan dan dakwah bil Qalam. Dakwah bil Lisan merupakan dakwah yang bertatap muka langsung dengan mad'u namun seiring perkembangan dakwah. Dakwah melalui media sosial menjadi alternatif bagi pengguna media sosial yang digunakan anak milenial saat ini. Karena sifatnya yang mudah diakses dan diterima serta mempermudah untuk menambah informasi dan pengetahuan tentunya tentang Islam. Bentuk kedua yakni dakwah bil Qalam, terdapat postingan dari akun @syam\_elmarusy yang membagikan dakwahnya dalam bentuk tulisan pada postingan tanggal 12 November dan 21 Desember 2021. Dakwah tersebut berisi kitab lubabul hadits da nisi dari kitab nabi Musa as.

. Tentunya dalam dakwah di media sosial pada akun Tik Tok @syam\_elmarusy terdapat kelebihan dan kekurangan dimana peneliti mengambil data dari hasil wawancara online berdasarkan informan-informan yang aktif di media sosial yang mengikuti akun

@syam\_elmarusy di Tik Tok. Informan mengatakan bahwa kelebihan dakwah yang dilakukan oleh ustadz Syam ialah memotivasi, menambah wawasan dan pengetahuan, konten yang diberikan menghibur, tidak membosankan pendengar, serta mudah untuk dipahami. Kelemahan yang didapat dari mad'u tentang dakwah media sosial akun @syam\_elmarusy yaitu pemilik akun jarang membalas komentar atau pertanyaan yang ditanyakan oleh mad'u.

## **B. Saran**

### **1. Bagi pemilik akun TikTok @syam\_elmarusy**

Diharapkan lebih mengembangkan lagi ide-ide kreativitas dalam berdakwah dan selalu menyajikan konten yang bermutu yang mudah dipahami generasi z maupun milenial. Tidak berhenti dalam memberikan motivasi-motivasi melalui dakwah ustadz Syam.

### **2. Bagi masyarakat**

Diharapkan masyarakat khususnya generasi z dan milenial menyebarkan dakwah yang di telah ditonton melalui akun dakwah @syam\_elmarusy kepada keluarga, teman, kerabat dan share ke media sosial lainnya. Agar dapat memperluas ajaran agama Islam, menambah wawasan dan pengetahuan tentang Islam.

### **3. Bagi peneliti**

Semoga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan mengembangkan dakwah di media sosial menurut studi etnografi virtual, dengan analisis yang berbeda dalam memahami dakwah di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh. 2017. Ilmu Dakwah. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Aminuddin. 2016. Media Dakwah. E-Journal. Kendari: Institut Agama Islam Negeri Kendari. Diambil dari <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786>.
- Amin, Samsul Munir. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah.
- Ardial. 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- A Rohman, Dudung. 2019. Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. Jurnal Diklat Keagamaan. Vol. XIII No. 2, hlm 6. Bandung : Balai Pendidikan dan Keagamaan Bandung.
- A Safitri, dkk. 2021. Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis Vol. 3 No.1, hlm 4. Jakarta: Universitas Dharma Andalas. Diambil dari <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/180>
- Creswell, J.W. 1998. Qualitative Inquiry and Research Design. Inc.California : Sage Publications.
- Cresswell, John W. 2019. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewa, dkk. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). 2021. Yogyakarta: Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya, BSI. Diambil dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/viewFile/10132/4733>
- Hasan, Mohammad. 2013. Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hayati, Dinda Rizky. 2021. Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Diambil dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/>
- Helmi, Muhammad. 2019. Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa), Jurnal Mutakallimin, Vol. 2, No. 1, hlm 1. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al-Banjari. Di ambil dari

<https://ojs.uniskabjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3417/2295>

<https://databoks.katadata.co.id>

[https://www.tiktok.com/@syam\\_elmarusy](https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy)

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/santi-rizki/potret-ustadz-syam-yang-gayanya-kekinian-dan-millennial-banget-c1c2-1/10>

Ilahi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Kasman, Suf. 2004. Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Al-Qalam dalam Al-Quran. Jakarta: Teraju.

M, Ahmad Pakhri. 2017. Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram), Skripsi, Makassar: Universitas Islam Alauddin. Diambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8160/1/Ahmad%20Pakhri%20M.pdf>.

Mutiawati, Imas. 2018. Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. Diambil dari <http://eprints.walisongo.ac.id/9496/1/SKRIPSI%20LENGKAP.pdf>.

Najamuddin. 2008. Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.

Nasrullah, Rulli. 2018. Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli. 2020. Metode Penelitian Jurnalisme Pendektan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ngalimun. 2020. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Parama Ilmu.

Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. Perspektif e-Business. Yogyakarta: Andi.

Prajarto, Nunung. 2018. Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @lambe\_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 15 No. 1. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diambil dari <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/1367>.

Putri, Adella Widyanti. 2021. Pesan Dakwah Melalui Media Sosial TikTok : Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Konten Tik Tok Husain Basyaiban. Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati. Diambil dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/44074/>.

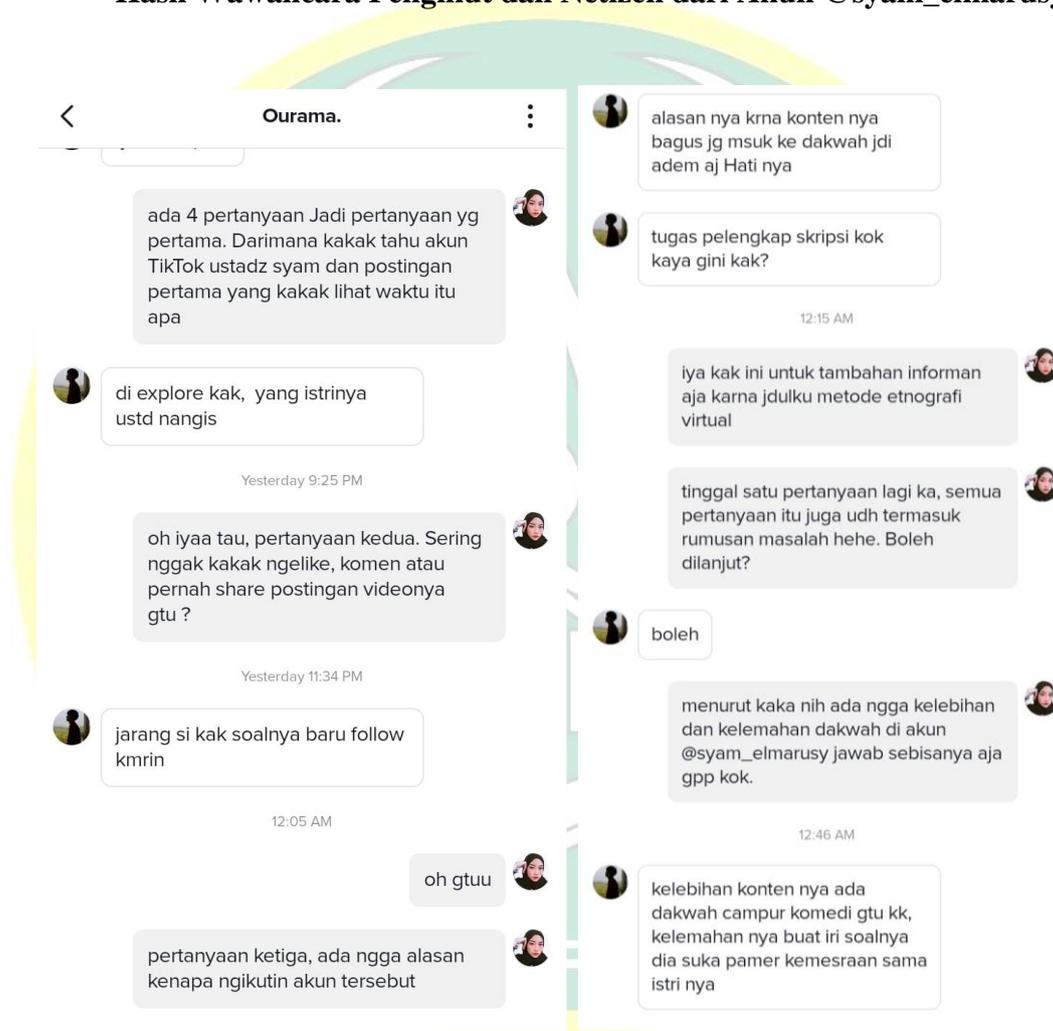
Putri, WSR, N Nurwati, M Budiarti. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. E-Journal. Sumedang: Universitas Padjajaran. Diambil Watie, Errika Dwi

- Setya. 2008. Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*. Vol III No. 1 Edisi 1 Juli. Semarang: Universitas Semarang. Diambil dari <https://journals.usm.ac.id/index.php/themessenger/article/view/270/172>.
- Rahman, Taufik. 2021. Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Milenial Melalui Media Sosial, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Volume 10, Edisi II, Desember, hlm 3. Jambi: STAI an-Nadwah Kuala Tungkal. Diambil dari <http://ejournal.annadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/211/172>.
- Rubawati, Efa. 2018. Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, hlm 133. : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong. Diambil dari <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586>
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Sanwar, Aminudin. 2009. Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi. Semarang: Gunungjati.
- Saputra, Wahidin. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: PT. Graha Grafindo Husada.
- Sari, Dila Mayang. 2021. Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi). *Skripsi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Saifuddin. Diambil dari <http://repository.uinjambi.ac.id/7196/>.
- Setiadi A. 2016. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi, *Jurnal*. Hlm 1. Diambil dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDIA+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3Dq\\_RZxnRnwAAJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDIA+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dq_RZxnRnwAAJ)
- Sugiono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- TikTok. Diambil dari <http://www.tiktok.com> diakses pada tanggal 8 Februari 2022.
- Watie, EDS. 2008. Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*. Vol. III No. 1 Edisi 1 Juli. Semarang: Universitas Semarang. Diambil dari <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/viewFile/270/172>.
- Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.
- Wibawa, Agung Tirta. 2019. Fenomena Dakwah di Media Sosial Youtube. *Jurnal Rasi*. Vol 1 No 1. Bandung: Universitas Muhammadiyah Bandung. Diambil dari <http://www.ejournal.umbandung.ac.id/index.php/RASI/article/view/23>.

Zhu, Chengyan, Xiaolin Xu, Wei Zhang, Jianmin Chen, Richard Evans. 2020. How Health Communication Via Tik Tok Makes a Difference: A Content Analysis of Tik Tok Accounts Run by Chinese Provincial Health Committees. *Jurnal Int. J. Environ. Res. Public Health*. Wuhan: Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). Diambil dari [www.mdpi.com/journal/ijerph](http://www.mdpi.com/journal/ijerph)

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Hasil Wawancara Pengikut dan Netizen dari Akun @syam\_elmarusy



Email \*

salsabilaaulia1999@gmail.com

1. Apa yang membuat anda tertarik dengan akun TikTok Ustadz Syam

Penjelasannya tidak memakan waktu lama

2. Darimana anda bisa tahu adanya akun tersebut dari tiktok

3. Adakah interaksi yang terjadi antara anda dengan akun @syam\_elmarusy. Contohnya berkomentar atau memberi like

terkadang ikut berkomentar serta memberi like dalam videoany

4. Menurut anda adakah kelebihan dan kekurangan dakwah di TikTok Ustadz Syam?

Kelebihan : tidak memakan waktu lama, mengikuti trend di tiktok, memanfaatkan fitur-fitur yang ada, menampilkan ayat Al-Qur'an beserta arti dlm videonya sehingga penonton dapat ikut membaca.

Kekurangan : tidak selalu berinteraksi dengan pengguna tiktok lainnya didalam kolom komentar videonya, konten yang disajikan bersifat random.

5. Apa yang anda dapatkan setelah melihat konten dakwah di TikTok Ustadz Syam. Apakah anda termotivasi atau memberikan dampak yang positif bagi anda. Berikan tanggapan anda?

Mendapat pengetahuan yg belum pernah didapat/didengar.

yshamrzlfn95@gmail.com

1. Apa yang membuat anda tertarik dengan akun TikTok Ustadz Syam

Karena berisi dakwah yang dibawakan secara santai, dan karena termasuk Ustadz muda jadi bisa lebih masuk dan diterima anak muda sekarang

2. Darimana anda bisa tahu adanya akun tersebut Lewat fyp

3. Adakah interaksi yang terjadi antara anda dengan akun @syam\_elmarusy. Contohnya berkomentar atau memberi like

Ada. Ustadz Syam juga tidak jarang berinteraksi dengan orang lain seperti membalas komentar, men-stitch komentarnya untuk dijawab dengan video, dsb

4. Menurut anda adakah kelebihan dan kekurangan dakwah di TikTok Ustadz Syam?

Kelebihannya: cara penyampaiannya santai, topiknya biasanya sangat relate dengan kondisi sekarang (seperti membahas trend yang sedang marak, disertakan penjelasan baik atau buruknya, dll)

5. Apa yang anda dapatkan setelah melihat konten dakwah di TikTok Ustadz Syam. Apakah anda termotivasi atau memberikan dampak yang positif bagi anda. Berikan tanggapan anda?

Termotivasi, mendapatkan pengetahuan baru, memberikan dampak yang positif, kadang ikut terhibur dengan kontennya.

K.H. SAIFUDDIN

Email \*

guadanis2@gmail.com

1. Apa yang membuat anda tertarik dengan akun TikTok Ustadz Syam

Lebih mudah dipelajari

2. Darimana anda bisa tahu adanya akun tersebut

Saat scrool ig dan tiktok

3. Adakah interaksi yang terjadi antara anda dengan akun @syam\_elmarusy. Contohnya berkomentar atau memberi like

Tidak

4. Menurut anda adakah kelebihan dan kekurangan dakwah di TikTok Ustadz Syam?

Kekurangannya hanya dia berdakwah lewat tiktok tidak lebih, dan kelebihanannya mudah ditangkap pelajarannya

5. Apa yang anda dapatkan setelah melihat konten dakwah di TikTok Ustadz Syam. Apakah anda termotivasi atau memberikan dampak yang positif bagi anda. Berikan tanggapan anda?

Jadi lebih pintar

13/02/22 20.19 dikirimkan

Email \*

aurorafarhah@gmail.com

1. Apa yang membuat anda tertarik dengan akun TikTok Ustadz Syam

Konten dakwah ustad syam

2. Darimana anda bisa tahu adanya akun tersebut

Dari tiktok dan Instagram

3. Adakah interaksi yang terjadi antara anda dengan akun @syam\_elmarusy. Contohnya berkomentar atau memberi like

Memberi like

4. Menurut anda adakah kelebihan dan kekurangan dakwah di TikTok Ustadz Syam?

Tidak ada

5. Apa yang anda dapatkan setelah melihat konten dakwah di TikTok Ustadz Syam. Apakah anda termotivasi atau memberikan dampak yang positif bagi anda. Berikan tanggapan anda?

Memberikan dampak positif serta menambah pengetahuan

14/02/22 07.44 dikirimkan

OF. K.H. SAIFUDDIN ZUH

Email \*

laelaamanatunnikmah@gmail.com

1. Apa yang membuat anda tertarik dengan akun TikTok Ustadz Syam

Menurut saya konten-konten yang diunggah oleh Ustadz Syam yaitu konten-konten yang sesuai dengan anak-anak generasi milenial saat ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan mudahnya mengunggah video di media sosial adalah salah satu cara yang terbaik menyebarkan hal baik ke pada para generasi milenial dan para orang tua

2. Darimana anda bisa tahu adanya akun tersebut

Dari teman saya

3. Adakah interaksi yang terjadi antara anda dengan akun @syam\_elmarusy. Contohnya berkomentar atau memberi like

Interaksi yang terjadi yaitu saya memberikan like di unggahan konten tiktok Ustadz Syam

4. Menurut anda adakah kelebihan dan kekurangan dakwah di TikTok Ustadz Syam?

Kelebihan dari dakwah di tiktok Ustadz Syam yaitu tidak melulu tentang ceramah secara lisan, Ustadz Syam juga kerap mengikuti format konten TikTok yang sedang tren, seperti duet salawat, challenge mengaji, tanya jawab, kisah inspiratif, hingga membagikan video dakwah yang disertai komedi namun mendidik, karena penyampaian yang asik dan kadang mengibur, Ustadz Syam mendapat banyak perhatian. Sedangkan kekurangan dakwahnya yaitu mungkin terkadang kurang nyaman jika harus selalu mengikuti permintaan dari netizen, dan mungkin sebaiknya tidak semua permintaan netizen dilakukan ustadz syam.

5. Apa yang anda dapatkan setelah melihat konten dakwah di TikTok Ustadz Syam. Apakah anda termotivasi atau memberikan dampak yang positif bagi anda. Berikan tanggapan anda?

Saya setelah menonton dakwahnya saya merasa mendapatkan motivasi untuk memperbaiki diri lebih baik lagi dan dampaknya positif untuk diri saya





## Daftar Riwayat Hidup

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Zsa Zsa Syaharani
2. NIM : 1717102130
3. Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 06 Agustus 1999
4. Alamat : Jl. Raya Blora-Tawangharjo,  
Kec. Tawangharjo, Kab.Grobogan. 58191
5. Nama Ayah : Sri Sudiantoro
6. Nama Ibu : Athik Hidayati Faizana

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : SDN 1 Tawangharjo, 2011
2. SMP/MTs, tahun lulus : SMPN 1 Tawangharjo, 2014
3. SMA/MA, tahun lulus : SMAN 1 Wirosari, 2017

### C. Pengalaman Organisasi

1. MPK di SMAN 1 Wirosari
2. Adiwiyata SMAN 1 Wirosari
3. Komunitas Fixlens

Purwokerto, 12 April 2022



**Zsa Zsa Syaharani Chaya K**

NIM. 1717102130