

**GAYA KOMUNIKASI NING UMI LAILA PADA PLATFROM
MEDIA TIKTOK**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Disusun Oleh:

WIWIT MUSTAQIM
NIM. 2017102149

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Wiwit Mustaqim

NIM : 2017102149

Jenjang : S-1

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Judul : **Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Pada Platfrom Media TikTok**

Menyatakan dengan ini bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "**Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Pada Platfrom Media TikTok**" adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 10 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Wiwit Mustaqim
NIM. 2017102149



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553,
www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**“GAYA KOMUNIKASI NING UMI LAILA PADA PLATFROM MEDIA
TIKTOK”**

Yang disusun oleh Wiwit Mustaqim NIM. 2017102149 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari **Rabu tanggal 16 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Komunikasi dan Penyiaran Islam** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

M. Rifqi Atsani, M. Kom
NIP 19911222 2022031 002

Sekretaris Sidang/Penguji II

Muh. Hikamudin Suyuti, S.S. M.S.I
NIP 1983012 12023211 010

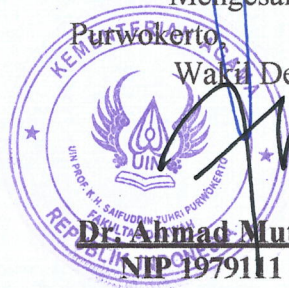
Penguji Utama

Dr. Enung Asmaya, M.A
NIP 19760508 2002122 004

Mengesahkan,

Purwokerto,

Wakil Dekan,



Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si
NIP 1979111 52008011 018

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari mahasiswa :

Nama : Wiwit Mustaqim
NIM : 2017102149
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Pada Platfrom
Media TikTok.

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam mengikuti sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 10 Oktober 2024

Pembimbing



M. Rifqi Atsani. M.Kom
NIP 19911222 2022031 002

GAYA KOMUNIKASI NING UMI LAILA PADA PLATFROM MEDIA TIKTOK

Wiwit Mustaqim

NIM. 2017102149

ABSTRAK

Kehidupan masyarakat banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana bertukar faham atau berinteraksi dengan orang banyak melalui jejaring internet. Salah satunya dalam komunikasi media sosial pada platfrom media tiktok. Pada penelitian ini, Gaya komunikasi ning umi laila yang terdapat dalam platfrom media sosial tiktok dengan akun pribadinya yaitu @lailarrahmah88. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ning umi laila berkomunikasi pada media sosial tiktok dan gaya komunikasi yang digunakan pada platfrom media tiktok pada akun @lailarrahmah88. Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu content analisis atau analisis isi dalam bukunya Burhan Bungin yang mengatakan terdapat tiga teknik dalam penelitian yaitu Menemukan objek penelitian, mengklarifikasi data berdasarkan objek penelitian, dan Prediksi atau menganalisa hasil data. Peneliti juga menggunakan Teori Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss tentang gaya komunikasi pada media sosial tiktok.

Hasil penelitian melalui teknik content analisis menunjukkan bahwa terdapat objek penelitiannya gaya komunikasi ning umi laila, lalu mengklarifikasi bahwa ning umi laila berkomunikasi melalui beberapa konten video, komentar dan fitur live dengan audiens, memprediksi bahwa komunikasi memiliki berbagai fitur dalam sebuah konten sehingga dapat berkomunikasi atau berhubungan baik dengan audiens. Ning umi laila menggunakan 3 gaya komunikasi dalam teori stewart L. Tubbs & Sylvia Moss yaitu gaya komunikasi controlling style, gaya komunikasi equalitarian style, dan gaya komunikasi structuring style.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Media Sosial TikTok, Ning Umi Laila.

**NING UMI LAILA'S COMMUNICATION STYLE ON THE TIKTOK MEDIA
PLATFORM**

**Wiwit Mustaqim
NIM. 2017102149**

ABSTRACT

Many people's lives use social media as a means of exchanging understanding or interacting with people through the internet network. One of them is in social media communication on the TikTok media platform. In this study, Ning umi Laila's communication style contained in the social media platform tiktok with her personal account is @lailarrahmah88. This researcher aims to find out how Ning Umi Laila communicates on TikTok social media and the communication style used on the TikTok media platform on @lailarrahmah88 account. This researcher uses a descriptive qualitative approach with a data collection method. The data analysis technique used in this study is content analysis or content analysis in his book Burhan Bungin which said there are three techniques in research, namely finding the research object, clarifying data based on the research object, and predicting or analyzing data results. The researcher also used Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss' theory of communication styles on the social media tiktok.

The results of the research through the content analysis technique show that there is an object of research on Ning Umi Laila's communication style, then clarify that Ning Umi Laila communicates through several video contents, comments and live features with the audience, predicting that communication has various features in a content so that it can communicate or have a good relationship with the audience. Ning umi Laila uses 3 communication styles in the theory of Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, namely controlling style, equalitarian style, and structuring style.

Keywords: Communication Style, TikTok Social Media, Ning Umi Laila.

MOTTO

“Tetap menjadi bayang-bayang yang membuat semua itu berdimensi”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamiin. Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan dalam menyelesaikan penelitian ini. Peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas do'a, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan oleh kedua orang tua dan seluruh keluarga. Peneliti mempersembahkan hasil karya sederhana ini kepada kedua orang tua, keluarga, dan semua pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini. Peneliti juga berterima kasih kepada diri sendiri yang mampu dan sanggup dalam menyelesaikan penelitian ini terlepas dari halangan dan cobaan yang dilewati.



KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Pada Platfrom Media Tiktok”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia, menuju kebahagiaan di dunia dan akhirat. Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. Saifudin Zuhri Purwokerto.

Peneliti menyadari dalam menyusun skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

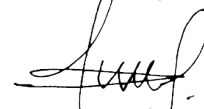
1. Prof. Dr. H. Ridwan M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatussholihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. M. Rifqi Atsani M.Kom, Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk membimbing, mengarahkan, mengoreksi, memberikan masukan dan dukungan kepada peneliti dengan penuh kesabaran selama penelitian dan penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh mahasiswa.

7. Kedua Orang Tua, bapak Daliman dan ibu Pujiyati yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan motivasi kepada peneliti kapanpun dan dimanapun.
8. Adik pertama wafi Imam Muhayat sudah memberikan semangat dan do'a disaat bersama-sama menjalani hidup tanpa bersanding dengan kedua orang tua.
9. Adik kedua Karimah Hidayati Hanifah yang selalu menjadikan peneliti motivasi semangat untuk menjalani kehidupan.
10. Seluruh kakak-kakak dan adik-adik peneliti yang selalu hadir dan mendukung peneliti dalam menuntut ilmu selama perkuliahan.
11. Teman-teman kelas KPI D angkatan 2020 yang sudah dan sedang berjuang bersama-sama dalam menuntut ilmu dan berbagi pengalaman selama perkuliahan.
12. Raihanah Salsabila kelas BKI B Angkatan 2021 selaku teman dekat peneliti yang selalu memberikan semangat, dorongan yang luar biasa dimanapun dan kapanpun, semoga do'a tulusnya akan terkabul *Aamiin, YRA.*
13. Teman-teman KKN 53 Desa Karangdawa yang sudah berbagi pengalaman dalam menyelesaikan tugas pengabdian.
14. Diri sendiri yang sudah mampu dan sanggup menyelesaikan studi perkuliahan diharapkan dapat terus maju dan berkembang di masa depan.

Hanya ucapkan terima kasih yang dapat peneliti sampaikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan dipermudah urusan yang baik dalam segala hal. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat peneliti harapkan. Namun sekecil apapun makna terkandung dalam tulisan ini diharapkan ada manfaatnya, *Aamiin.*

Purwokerto, 10 Oktober 2024

Peneliti,



Wiwit Mustaqim
NIM 2017102149

DAFTAR ISI

GAYA KOMUNIKASI NING UMI LAILA PADA PLATFROM MEDIA TIKTOK	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	8
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Kajian Pustaka	12
G. Sistematika Peneitian	15
BAB II	16
LANDASAN TEORI	16
A. Gaya Komunikasi	16
B. Dakwah	24
C. Media Sosial	27
D. Tiktok	28
E. Tiktok sebagai Media Dakwah (Ning Umi Laila)	29
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	33
C. Sumber Data Penelitian.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Profil Ning Umi Laila	38
B. Konten Ning Umi Laila pada Platfrom Media Tiktok	42
C. Analisis Isi (Content Analisis)	70
D. Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Berdasarkan Teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss	77
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101
RIWAYAT HIDUP.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Podcast Ning umi laila tentang biodata diri	39
Tabel 2 : Akun Tiktok Pribadi Ning Umi Laila	42
Tabel 3 : Konten @Lailaarramah Tema 2 Cara Agar Berangkat ke Tanah Suci Mekkah	44
Tabel 4 : Komentar Terhadap Konten Video Ning Umi Laila tentang 2 Cara Agar Berangkat ke Tanah Suci Makkah	46
Tabel 5 : Video Konten Ning Umi Laila Saat di Masjid Nabawi	48
Tabel 6 : Konten @Lailaarramah88 Tema Lupa Lupa Ingat	49
Tabel 7 : Komentar Terhadap Konten Tema Lupa Lupa Ingat	51
Tabel 8 : Konten @Lailaarramah88 Sholawat Walisongo Ning Umi Laila	53
Tabel 9 : Komentar terhadap konten sholawat walisongo Ning Umi Laila	54
Tabel 10 : Konten @Lailaturramah88 Tentang Konten Pengalaman Remaja Saat Ini	56
Tabel 11 : Komentar Audiens Terhadap Konten Ning Umi Laila	57
Tabel 12 : Screenshot Live Ning Umi Laila pada Platfrom Media TikTok	59
Tabel 13 : Screenshot Wawancara Komunitas Resmi Ning Umi Laila	61
Tabel 14 : Konten Kontroversial Ning Umi Laila Sindir Rhoma Irama yang beredar pada Platfrom TikTok	66
Tabel 15 : Komentar Terhadap Video Kontroversial Ning Umi Laila	67
Tabel 16 : Konten Video Gaya Komunikasi Controlling style Ning Umi Laila pada platfrom media tiktok	80
Tabel 17 : Konten Video Gaya Komunikasi Equalitarian Style Ning Umi Laila Platfrom Media TikTok	83
Tabel 18 : Komentar Audiens Terhadap Konten Ning Umi Laila	85
Tabel 19 : Konten Video Gaya Komunikasi Structuring Style Ning Umi Laila Platfrom Media TikTok	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kalangan masyarakat sangat antusias dengan yang namanya media dan informasi baru yang belum mereka ketahui, bahkan informasi yang menarik dan menghibur juga sangat disukai oleh kalangan masyarakat. Informasi dapat memperluas pengetahuan. Masyarakat pada umumnya sangat memiliki jiwa penasaran atau perasaan yang dapat diungkapkan dengan perkataan atau Tindakan, namun berbagai permasalahan dalam kehidupan, banyak yang tidak memiliki kesempatannya untuk berekspresi tentang permasalahannya, maka media salah satu alternatif yang mudah untuk diakses bagi masyarakat dalam menjalankan kehidupannya.¹

Sejak awal khalayak media adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan hanya kalangan tertentu. Pengelola media di Indonesia hingga kini masih terus mengembangkan kemampuannya dalam upaya menghadapi dunia baru dan menyediakan program-program unggulan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta dapat bersaing satu sama lain.²

Banyak masyarakat yang mengfungsikan media sebagai alat untuk mempermudah kegiatan berkomunikasi dengan masyarakat lain. Mereka dapat mengekspresikan berbentuk komentar, ucapan bahkan bentuk konten video dalam sebuah medsos. Media memiliki peran penting bagi kehidupan masyarakat yang berfungsi sebagai media informasi menggunakan jejaring internet dan alat interaksi sosial dengan masyarakat.³

¹ Andini, 'Analisis Mengenai Metode Dakwah Islami Melalui Platform Tiktok Pada Gen Z', 4.02 (2024), 7823–30.

² Husnul Khatimah, 'Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat', *Tasamuh*, 16.1 (2018), 119–38 <<https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>>.

³ Astari Clara Sari, 'Komunikasi Dan Media Sosial', January 2019, <<https://www.researchgate.net/publication/329998890>>.

Media sosial telah banyak merubah dunia. Tingkatan komunikasi melebuh dalam satu wadah yang disebut media sosial. Media sosial merupakan salah satu media yang dapat berinteraksi dengan orang banyak dibandingkan dengan media lainnya. Manusia merupakan bagian dari makhluk sosial yang tidak akan lepas dengan bersosialisasi terhadap masyarakat lain.¹ Komunikasi adalah kunci utama dalam kehidupan masyarakat dalam bertukar paham untuk mendapatkan segala informasi. Peran komunikasi pada masyarakat dapat mempermudah mendapatkan informasi dalam bertukar argument atau pendapat degan masyarkat.² komunikasi tidak akan lepas dari kehidupan manusia dimna mereka selalu menggunakannya sebagai alat penyampaian pesan melalui verbal maupun noverbal.

Masyarakat biasanya menyampaikan pesannya menggunakan gaya yang biasa digunakan dalam kesehariannya dan memiliki mereka memiliki banyak cara agar mendapatkan feedback dari setiap individu. Cara atau gaya berkomunikasi menjadi lebih penting dari isi pesan saat berkomunikasi. Adanya gaya komunikasi dapat mempermudah pemahaman dalam isi pesan yang telah disampaikan. Dari komunikasi tersebut juga dapat menyempurnakan dalam memahami lawan bicara mereka saat berkomunikasi.³

Gaya komunikasi merupakan kegiatan atau proses saat berkomunikasi yang dapat mempengaruhi oleh factor kepribadian seseorang. Alasan masyarakat harus memperhatikan gaya komunikasi dalam media sebab menghindari adanya konflik sosial dalam media sosial. Diera modern, seorang penting memperhatikan aturan media saat

¹ Rastyka Dhela Gyta, '*Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)*' (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021).

² Rahmi Yuliana, '*Peran Komunikasi Dalam Organisasi*', *Jurnal STIE Semarang*, 4.May 2014 (2012), 53.

³ Ardiansyah Wijaya and Muktarruddin Muktarruddin, '*Gaya Komunikasi Akun Tiktok @msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z*', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18.3 (2024), 1966 <<https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3442>>.

berkomunikasi dengan tujuan dalam pandangan masyarakat terhadap agama islam terutama bagi pendakwah menciptakan citra yang lebih baik.⁴

Peran gaya komunikasi sangat berpengaruh penting yang dapat menarik perhatian audiens dan mendorong kepada hal yang baik bagi pembicara sehingga mendapatkan nilai positif dalam cara penyampaianya. Dalam penyampaian pesan, sangat penting diperhatikan supaya isi pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Media sosial selain untuk berinteraksi dan berkomunikasi juga digunakan masyarakat sebagai media dakwah.⁵

Perkembangan zaman yang semakin modern, masyarakat mendapatkan berbagai informasi melalui media salah satunya yaitu media sosial Instagram, Whatsapp, Twitter, Facebook, Tiktok dan lain sebagainya, namun dari berbagai media sosial tersebut, hanya media tiktok yang saat ini perkembangannya sangat pesat dikalangan masyarakat di banding dengan media lainnya seperti Instagram yang jauh lebih lama.⁶

Media tiktok dirilis pada tahun 2016 sudah mencapai 500 jt pengguna media tiktok dalam playstore sedangkan media Instagram dirilis 2010 mencapai 1M pengguna. Menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024 Tiktok di Indonesia dapat dijangkau sekitar 126,83 juta pengguna. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara terluas pengguna tiktok ke-2 di dunia.⁷ Mengapa media tiktok sangat berkembang karena didalam media tiktok terdapat beberapa situs yang seluruh masyarakat dapat menggunakan media tiktok sebagai alat berkomunikasi dan mudah diakses.

⁴ Ria Amelinda, Jumriani Jumriani, and Andriani Andriani, 'Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram Di Media Sosial', *Palita: Journal of Social Religion Research*, 8.2 (2023), 251–62 <<https://doi.org/10.24256/pal.v8i2.4893>>.

⁵ Mutiaradha Syaifitri, *Strategi Komunikasi Interaktif Muslimahdaily. Com Dalam Mempertahankan Followers Melalui Media Sosial Instagram*, Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2021.

⁶ A Nurhasanah, S C P Day, and ..., 'Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live Di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan', *JSSH (Jurnal Sains ...)*, 7.September 2023 (2023), 69–77 <<https://doi.org/10.30595/jssh.v7i2.16304>>.

⁷ Rismaka Palupi and others, 'Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern', *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1 (2021), 89–104 <<https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>>.

Aplikasi TikTok merupakan platform dengan efek khusus yang unik dan menarik, di mana pengguna dapat membuat, mengedit, dan berbagi video pendek dengan durasi bervariasi mulai dari 15 detik, 60 detik, hingga 3 menit, lengkap dengan musik pendukung dan filter wajah.⁸ Ada beberapa alasan mengapa TikTok begitu populer, salah satunya adalah sebagai sarana hiburan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Hal ini dikarenakan keunikannya dalam membagikan video pendek yang mampu menarik perhatian.

Informasi terkini hanya bisa didapatkan melalui majalah, surat kabar, radio atau televisi, kini TikTok telah menjadi sarana informasi dalam format video pendek. Media social tiktok juga dapat memosisikan dirinya sebagai alat untuk mendapatkan informasi, menyebarkan informasi, dengan berkomunikasi.⁹ Aplikasi ini juga memberikan ruang yang mudah diakses oleh siapa saja untuk menjadi pencipta, sehingga siapapun dapat menjadi sumber informasi, berkreasi dan menyebarkan informasi.

Media tiktok menjadikan salah satu alternatif yang tepat sebagai sarana berdakwah. Tiktok juga menyediakan berbagai fitur didalamnya sebagai alat menyebarkan informasi baik video konten maupun live streaming. Video dakwah kerap mendapat tanggapan atau komentar dari warganet, dan banyak yang merasa terinspirasi untuk menjalani hidup lebih baik setelah menonton video tersebut.¹⁰

Pendakwah sekarang ada yang kurang memahami etika pada media sosial sehingga terkadang mendapat kritik tajam dalam menyikapi suatu konten. Masyarakat membutuhkan apa itu informasi atau berita tentang Politik, Pendidikan, Fenomena Alam, bahkan informasi terkait keagamaan

⁸ Yuni Fitriani, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital', *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5.4 (2021), 1006–13 <<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>>.

⁹ Maria Ulfa Batoebara, 'Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan', *Network Media*, 3.2 (2020), 59–65 <<https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>>.

¹⁰ Yulia Nafa Fitri Randani and others, 'Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial', *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3.1 (2021), 587–601 <<https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>>.

juga masyarakat perlu mengetahui seperti datangnya romadhon, dan hukum-hukum islam yang belum mereka ketahui, terkadang masyarakat belum paham tentang ajaran agama islam yang lebih mendalam.

Media berperan penting bagi kehidupan masyarakat yang disebut media dakwah. Hal ini membuka peluang munculnya kreator-kreator muda yang berdakwah melalui platform media tiktok. Dapat diketahui bahwa semakin bergantinya zaman, disitulah semakin berkembang alat atau transportasi yang di gunakan bagi pendakwah agar selalu mengikuti dengan adanya perubahan, maka belajar dari hal tersebut dapat diterapkan atau dimanfaatkan sebagai media dakwah.¹¹ Pendakwah dalam penyampaian pesan melalui media sosial yang sangat cepat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat baik tanggapan negative maupun positif, namun pendakwah juga berhati hati jangan salah menggunakan atau memanfaatkan sarana media dalam menyampaikan dakwahnya karena sangat berdampak bagi masyarakat luas.

Pengertian dakwah menurut M. Quraish Shihab adalah seruan menuju kesadaran dan upaya untuk mmenjadi lebih sempurna, baik bagi individu maupun manusia.¹² Dakwah merupakan salah satu kegiatan menyebarkan informasi atau ajaran agama islam kepada masyarakat sehingga memahami pesan dakwah yang telah disampaikan. Media dakwah merupakan jejaring menggunakan internet sehingga dapat menyebarkan informasi islam secara meluas. Para dai yang menyampaikan pesan di era media sosial saat ini menghadapi tantangan yang besar dan harus selalu mengkaji sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin cepat. Selain itu, dengan beragamnya kebutuhan dan kepentingan manusia yang semakin kritis akibat luasnya akses informasi, maka perlu semakin adaptif. Pendakwah harus mempelajari kebudayaan masyarakat sebagai target untuk

¹¹ Wisnu Nugroho Aji and Dwi Bambang Putut Setiyadi, *'Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra'*, 4.1 (2020), 1–23.

¹² Sholihatul atik Hikmawati and Luluk Farida, *'Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang'*, *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.1 (2021), 1–11.

menjadikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik serta terkesan sempurna dalam penyampaian dakwahnya. Dakwah merupakan kegiatan menyebarkan ajaran Islam berdasarkan keyakinan Islam.

Banyaknya pendakwah muda yang menjadikan tiktok sebagai media dakwah seperti pada akun tiktok kadam sidik mencapai 6jt followers dan video yang terbanyak dari akun Kadam Sidik 7jt views. Selain itu, akun tiktok hiyung agam mencapai 1jt followers dan video yang terbanyak dari akun Agam Fachrul 1jt views dan masih banyak pendakwah lainnya. Beberapa pendakwah lainnya, ada salah satu pendakwah yang menarik untuk diteliti yaitu Ning Umi Laila seorang pendakwah muda cantik berumur 24 tahun yang saat ini sedang viral dibicarakan pada media sosial, bahkan karyanya mencapai 2,3jt pengikut dan video yang terbanyak viewrsnya sehingga 41jt viewrs.¹³ Konten Ning Umi Laila selain sebagai pendakwah lewat pesan, juga berdakwah lewat nyayian yang digunakan oleh ulama terdahulu. Maka Ning Umi Laila melanjutkan dakwah para ulama terdahulu dengan memperkenalkan tembangannya atau sholawat guna mempermudah memahami isi pesan dakwah yang disampaikan.

Pendakwah muda ini juga memiliki kecantikan dan karismanya sehingga banyak yang mengikuti dan menyukai beliau, disamping beliau ceramah juga tidak kalah penting dengan suaranya yang membawai lagu sholawat “Alamate anak sholeh iku papat” dan juga sholawat “walisongo new” hingga pendengar dapat menarik hatinya menjadi menyukai beliau sebagai penggemarnya.¹⁴ Dari video yang beredar di sosial media bahkan penceramah ini sampai di undang pada salah satu stasiun televisi acara kajian islam.

Ummi Lailatul Rahmah Hadi atau yang disebut Ning Umi Laila pendakwah asal Surabaya ini yang berprofesi sebagai penceramah. Pendidikan yang ditempuh lulusan PP. Mambbaul Sholihin Gersik, PP.

¹³ Akun tiktok @lailaarramah88 diakses 10 Mei 2024 pada pukul 20.15 WIB

¹⁴ Islamic Communication and others, 'Makna Lagu Alamate Anak Sholeh Dalam Perspektif Pesan Dakwah', 7.1 (2024), 1-21.

Sunan kalijaga Simo Surabaya, dan saat ini sedang menempuh pendidikan S1 universitas islam negeri sunan ampel. Ning Umi Laila merupakan putri ustadz Edy Rahmatulloh atau masyarakat sering menyebutnya Kyai Granat selaku pengasuh pondok pesantren Rahmatulloh di Surabaya.¹⁵

Ning Umi Laila dikenal dengan dai muda yang gaya komunikasinya berbeda dengan pendakwah lainnya sehingga banyak masyarakat yang mengagumi beliau. Dakwah bagian dari komunikasi, maka dalam gaya berdakwah didukung oleh model komunikasi yang baik dan efektif sehingga isi pesan dakwahnya tersampaikan kepada audiens.¹⁶ Gaya berdakwah yang membawakan khas kebudayaan biasanya terbilang unik dan mengesankan sehingga banyak yang menyukai karena dengan keunikan tersebut dapat membawakan lelucon ataupun Bahagia bagi pendengar dan dari berbagai pendakwah hanya adat jawalah kerap digunakan sebagai gaya berkomunikasi mereka, salah satunya pendakwah muda Ning Umi Laila. Konten atau video yang di unggah pada media tiktok, banyak penggemar Ning Umi Laila yang menjadikan dakwahnya sebagai konten mereka bahkan tanggapan netizen banyak yang memuji kecantikan dan keunikan dalam berdakwah.¹⁷

Keunikan tersebut sebagai alasan masyarakat menyukai gaya komunikasinya, namun dari gaya komunikasi tersebut juga menyebabkan kontroversi yang dapat menimbulkan keresahan pada media sosial. Saat ceramahnya di pemalang pada 10 April 2024 sehingga mendapatkan isu negative tentang beliau yang membuat dunia media sosial memanas terkait berita tersebut. Terdapat video viral yang terjadi pada ceramahnya berisi tentang menyindir artis legend dangdut rhoma irama sehingga banyak

¹⁵ Liyana Rakhmawati, 'Dakwah Para Ning Di Media Sosial; Rujukan Perempuan Belajar Agama Era Derasnya Konten Radikalisasi', *Dakwatuna : Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto*, 1.01 (2023), 23–37.

¹⁶ Monica Indriya Pramesti and Assyifa Qolbi Sanjaya, 'Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah', *Analytical Biochemistry*, 11.1 (2023), 1–5 <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0A>>.

¹⁷ M. Syukur Ifansyah and others, 'Analisis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumâ€™ah Amin', *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 5.2 (2023), 11 <<https://doi.org/10.52833/masjiduna.v5i2.115>>.

netizen yang membicarakan hal tersebut dengan mengadu argument atau pendapat dengan adanya video viral yang beredar, bahkan MUI menanggapi kejadian tersebut dan memberikan teguran baik bagi warga netizen maupun penceramah Ning Umi Laila. Adanya kontroversial saat ceramah Ning Umi Laila mengakibatkan menurunnya tingkat pengikut Ning Umi Laila dan mendapat teguran langsung dari MUI pemalang jawa tengah.

Merujuk pada beberapa penjelasan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui gaya komunikasi Ning Umi Laila pada platfrom media tiktok sehinga dapat menarik audiens, maka peneliti mengangkat sebuah judul, *“Gaya Komunikasi Ning Umi Laila pada Platfrom Media Tiktok”* pada penelitian ini.

B. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan peneliti agar memudahkan pembaca dalam memahami peneitian ini agar terhindar dari kesalahpahaman. Berikut penegasan istilah yang digunakan penelitian ini;

1. Gaya Komunikasi

Gaya Komunikasi merupakan cara atau ciri khas yang biasanya di gunakan oleh seseorang dalam menyampaikan informasi atau berkomunikasi. Gaya komunikasi digunakan sebagai cara seseorang mendapatkan tanggapan dari penerima. Persamaan dari gaya komunikasi tergantung dari pesan yang ingin disampaikan. Menurut Stewart L. Tubbs dan Syvia Moss terdapat 6 gaya komunikasi yaitu; The Controlling Style, The Equalitarian Style, The Structuring Style, The Dynamic Style, The Relinquising Style dan The Withdrawal Style.¹⁸ Gaya komunikasi dapat membuat karakter seseorang memiliki gaya komunikasi tersendiri yang melekat pada dirinya. Setiap individu menggunakan gaya komunikasi yang berbeda tergantung dengan kondisi dan situasi seperti tertekan, sedih, menangis dan marah.

¹⁸ Fajar Arif Pratama, 'Gaya Komunikasi Orangtua Dalam Meningkatkan Minat Mengaji', *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.2 (2023), 39–46.

2. Dakwah

Dakwah sendiri merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik. Dakwah tidak hanya dilakukan oleh tokoh agama atau ulama, setiap muslim bisa melakukan dakwah karena dakwah tidak hanya ceramah agama saja.¹⁹ Pesan dalam sebuah dakwah dapat tersampaikan dengan baik oleh para pendengarnya, maka dalam menyampaikan dakwah harus mengikuti perkembangan zaman. Pada zaman dulu masjid digunakan sebagai media dakwah, tetapi saat ini dakwah dapat dilakukan melalui media-media sosial yang lain sehingga memudahkan bagi para pendakwah maupun pendengarnya.²⁰ Unsur unsur dakwah terdapat 6 yaitu, subjek dakwah, objek dakwah, materi dakwah, tujuan dakwah, metode dakwah, dan media dakwah.

3. Media Sosial

Boyd mengungkapkan bahwa media sosial merupakan serangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus, berkolaborasi atau bermain bersama. Keunggulan media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna (UGC), di mana konten dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor seperti dalam media massa tradisional. Van Dijk menggambarkan media sosial sebagai platform yang memusatkan perhatian pada keberadaan pengguna dan membantu mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai medium online yang memperkuat hubungan antar pengguna dan membentuk ikatan sosial.²¹

¹⁹ Hisny Fajrussalam and others, 'Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar Di Media Sosial Tiktok', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), 1647–59.

²⁰ Lismawati Lismawati, Kusnadi Kusnadi, and Selvia Assoburu, 'Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul Di Media Sosial Tiktok', *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 12 (2024), 17 <<https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.2284>>.

²¹ Nasrullah, R. *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017. Hal 46

Media sosial adalah suatu tempat atau sarana berkomunikasi bertukaran pendapat atau ide gagasan yang di buatkan sebuah konten melalui beberapa platform internet yang tersedia, media sosial juga berperan sebagai alat penyampaian pesan melalui jejaring internet yang dimana di publikasikan kemasyarakat luas sehingga dapat menimbulkan pendapat atau argument dalam sebuah konten.²² Media sosial sangat membantu masyarakat dalam berbagai kepentingan yang dalam kehidupan dan dapat membantu mendapatkan informasi melalui media sosial internet. Masyarakat lebih cepat berkembang dengan adanya media sosial karena dari perkembangan zaman yang semakin maju media sosial dengan masyarakat pasti selalu mengikuti zamannya yang selalu berkembang.

4. Tiktok

Merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menggunakan internet dan menyediakan berbagai platform video musik untuk membuat konten video. Diluncurkan awal September 2016, Tik Tok berasal dari Tiongkok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik pendek secara mandiri. Selama periode 2018 hingga 2019, Tik Tok menjadi aplikasi paling populer yang diunduh, mencapai 45,8 juta unduhan, mengungguli aplikasi populer lainnya seperti Instagram dan WhatsApp. Menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024 Tiktok di Indonesia dapat dijangkau sekitar 126,83 juta pengguna. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara terluas pengguna tiktok ke-2 di dunia.²³ Dari penjelasan diatas menerangkan bahwa tiktok adalah sebuah aplikasi yang paling terpopuler sehingga banyak masyarakat yang menggunakan dan dapat di jadikan media dakwah yang sedang trend pada zaman sekarang.

²² Clara Sari. *Hal. 53*

²³ Wisnu Nugroho Aji and Dwi Bambang Putut Setiyadi, '*Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra*', 4.1 (2020), Hal.76

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan sebelumnya, permasalahan yang diajukan penulis adalah bagaimana gaya komunikasi Ning Umi Laila pada platform media tiktok?

D. Tujuan Penelitian

Adanya penelitian ini, penulis bertujuan yaitu agar mengetahui gaya komunikasi Ning Umi Laila pada platform media tiktok.

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian dapat memberikan manfaat secara teoritis dan juga dari segi praktis yang keduanya bisa di jelaskan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan program studi komunikasi penyiaran islam, khususnya dibidang gaya komunikasi. Penulis berharap ini dapat menambahkan wawasan dan pemahaman mengenai dinamika gaya komunikasi dalam media sosial tiktok.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu menambahkan wawasan yang luas sehingga dapat mengetahui perkembangan media sosial yang sedang digunakan. Peneliti juga mengharapkan agar dapat menjadi pendakwah dan dapat mempengaruhi masyarakat dalam membuat konten dakwah.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan prasyarat untuk meraih gelar sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain di bidang yang serupa.

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada penulis terkait peneliti terdahulu dan sebagai acuan dasar dalam penelitian untuk mengetahui beberapa permasalahan pada masyarakat. Kajian Pustaka menghubungkan peneliti yang ada dengan peneliti sebelumnya guna sebagai bahan referensi karena memiliki topik yang sama dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan penulis, yaitu;

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Dinda Rizky Hayati tentang “Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis” dari Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan Ikhwan Mukhlis mengapa memilih media tiktok sebagai media dakwah islam, selain itu juga ingin mengetahui cara membuat konten di akun tiktoknya @ikhwanmukhlis_. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif yang dimana penulis mewawancarai Ikhwan Mukhlis sebagai peran utama dalam mendapatkan informasi dalam penelitiannya dan juga menganalisis isi konten yang telah dibuat oleh Ikhwan Mukhlis dan aspek yang akan diteliti adalah pendakwah Ikhwan Mukhlis, dengan menganalisis pendapatnya terkait alasan penggunaan Tiktok sebagai media dakwah serta proses pembuatan konten dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan. Dalam penggalan data penulis membutuhkan pengamatan secara mendalam baik dengan observasi, wawancara maupun dokumentasi. Persamaan dari penelitian Dinda Rizky Hayati yaitu penelitian tentang cara membuat konten yang menarik di aplikasi tiktok dan juga cara bagaimana berdakwah di media sosial tiktok.²⁴

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Suhardi Edision tentang “Analisis Persepsi Komentar Netizen Pada Akun Tiktok Ali Hamzah” dari Institut Agama Islam Negeri Curup. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis isi dengan memahami isi komunikasi dalam konten

²⁴ Dinda Rizky Hayati, *‘Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis’*, Skripsi, 2021

yang di unggah. Objek penelitian skripsi suhardi yaitu Komentar netizen pada akun tiktok Ali Hamzah dan subjek penelitiannya mengkaji bagaimana persepsi dari komentar. Persamaan dalam penelitian ini dari metode penelitian dengan analisis isi yang memahami komunikasi dalam platform media tiktok sedangkan Perbedaan dalam penelitian ini dari subjek yang sangat berbeda tentang bagaimana gaya komunikasi Ning Umi Laila pada platform media tiktok.²⁵

Ketiga, Karya ilmiah yang ditulis oleh Anggita Falestyana Sari dan Lutfhi Ulfa Ni'amah dengan judul "Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @Baysasman00)". Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis isi pesan melalui analisis data dan informasi dengan objek penelitiannya akun tiktok @Baysasman00 sedangkan subjek penelitian analisis isi pesan dakwah. Persamaan dari penelitian ini yaitu metode penelitian sama kualitatif dengan pendekatan analisis isi dan perbedaannya adalah subjek yang diteliti yang meneliti tentang isi pesan dakwah pada media tiktok sedangkan penulis meneliti tentang gaya komunikasi pada media tiktok.²⁶

Keempat, Karya ilmiah yang ditulis oleh Monica Amelia Putri dengan judul "Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok di UIN Raden Intan Lampung". Peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek penelitiannya yaitu dakwah melalui media tiktok sedangkan subjek penelitiannya yaitu persepsi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam. Persamaan dari penelitian ini yaitu metode penelitian yang sama menggunakan metode kualitatif deskriptif namun perbedaannya dari objek

²⁵ Suhardi Edison, 'Analisis Persepsi Komentar Netizen Pada Akun Tiktok Ali Hamza', *Skripsi*, 1.1 (2023).

²⁶ Anggita Falestyana Sari and Lutfhi Ulfa Ni'amah, 'Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ Baysasman00)', *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2.1 (2022).

dan subjek yang meneliti tentang gaya komunikasi pada platform media tiktok.²⁷

Kelima, Karya ilmiah yang ditulis oleh Rismaka Palupi, Umi Istiqomah, Fella Vidia Fravisdha, Nur Lail Septiana, Ailyn Maharung Sarapil. dengan judul “Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern”. Peneliti menggunakan metode peneliti kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi dengan objek penelitiannya yaitu media dakwah di era modern sedangkan subjek penelitiannya yaitu analisis pengguna aplikasi tiktok. Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif namun perbedaannya tentang objek dan subjek yang meneliti pada gaya komunikasi Ning Umi Laila.²⁸

Keenam, Karya ilmiah yang ditulis oleh Aziz Iskandar, Mulkan Habibi. dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @Husein_Hadar)”. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui postingan dengan objek penelitiannya yaitu Media sosial Instagram pada akun @Husein_Hadar sedangkan subjek penelitiannya yaitu Gaya komunikasi dakwah Habib Jafar. Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam metode penelitian menggunakan kualitatif dan mengenai subjek tentang gaya komunikasi namun perbedaannya dalam objek media menggunakan Instagram.²⁹

Keenam, Karya ilmiah yang ditulis oleh Marwah Rahmawati dengan judul “Efektivitas dakwah akun tiktok @Dinda Z di masa pandemic covid-19”. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif pendekatan

²⁷ Monica Amelia Putri, ‘Persepsi Mahasiswa Komunikasi Islam Terhadap Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Di UIN Intan Lampung’, Skripsi, 2023.

²⁸ Rismaka Palupi and others, ‘Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern’, *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1 (2021), <<https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>>.

²⁹ Azis Iskandar and Mulkan Habibi, ‘Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar)’, *Jurnal Kemuhammadiyah Dan Integrasi Ilmu*, 1.1 (2022).

deskriptif melalui postingan dengan objek penelitiannya yaitu efektivitas dakwah saat masa pandemik covid-19 sedangkan subjek penelitiannya yaitu Akun TikTok @Dinda_Ibrahim. Persamaan dari penelitian ini yaitu teorinya yang menggunakan teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss tentang Komunikasi di Media sosial dan subjek medianya melalui media tiktok namun perbedaannya yaitu dari metode penelitian yang menggunakan kuantitatif dan objek penelitiannya yang mengetahui efektivitas dakwah.³⁰

G. Sistematika Penelitian

Agar pembaca dapat dengan mudah memahami isi penelitian ini, penulis merencanakan struktur pembahasan utama yang terdiri dari lima bab, yang meliputi:

BAB I. Pendahuluan, dalam bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian Pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II. Kerangka Teori, dalam bab ini membahas tentang teori yang bersangkutan dengan pokok permasalahan komunikasi dalam media yang akan dijabarkan dalam penelitian terkait gaya komunikasi Ning Umi Laila.

BAB III. Metode Penelitian, dalam bab ini menjelaskan terkait jenis penelitian dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV. Penelitian dan pembahasan dalam bab ini berisi mengenai pembahasan dan hasil penelitian dari berbagai sumber data dan analisis pengumpulan data serta observasi dalam gaya komunikasi Ning Umi Laila pada platform media tiktok.

BAB V. Penutup, dalam bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh, saran rekomendasi serta penutup.

³⁰ Marwah Rahmawati, 'Efektivitas Dakwah Akun Tik Tok @ Dinda Z Di Masa Pandemi Covid-19', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 2022.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gaya Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan pesan yang telah di sampaikan dapat diterima dengan baik. Menurut Didik Hariyanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses berbagi makna dalam bentuk pesan komunikasi antara pelaku komunikasi.¹

Secara terminology, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, maka komunikasi dapat melibatkan orang banyak dan saling bertukar paham dengan orang lain.² Komunikasi juga salah satu hal penting saat ingin mengungkapkan sesuatu agar pesan dapat di terima dan mudah dipahami oleh oranglain. Manusia saat berkomunikasi juga memerlukan gaya komunikasi yang baik dan dapat menjadikan arahan saat berkomunikasi.

2. Tujuan Komunikasi

Terdapat tujuan komunikasi yang menjadikan komunikasi dapat berjalan dengan baik setelah mencapai beberapa tujuan komunikasi. Tujuan komunikasi diadakan sebagai target komunikasi kepada orang lain agar memastikan pesan komunikasi yang disampaikan benar diterima dan dipahami dengan baik. Hakikat komunikasi adalah sebuah proses pernyataan antara manusia, dimana yang dinyatakan yaitu sebuah pemikiran atau perasaan kepada orang lain dengan suatu pemahaman.

¹ Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan Oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright © 2021 . Authors All Rights Reserved, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2021.*

² Muhammad Rajab, 'Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi KomunikaSI Jurnal Dakwah Tablight, 15(1),69-90', *Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi KomunikaSI Jurnal Dakwah Tablight, 15(1),69-90, 2014, 69-90.*

Komunikasi memiliki tujuan tersendiri yang dinyatakan oleh Onong Uchjana Effendy pada buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi:

a. Perubahan Sikap,

Salah satu tujuan komunikasi untuk merubah sikap seseorang dan dapat terjadi setelah komunikasi berlangsung.

b. Perubahan Pendapat,

Komunikasi juga bertujuan untuk mengubah pendapat seseorang yang setelah diberikan pesan yang lebih baik.

c. Perubahan Perilaku,

Tujuan komunikasi ini dapat merubah perilaku kesehariannya. Perubahan perilaku dapat terjadi apabila terdapat kesesuaian antara komunikator dengan komunikan.

d. Perubahan Sosial,

Perubahan ini dapat terjadi apabila penyampaian komunikan dijadikan tatanan dalam bermasyarakat dalam penyesuaian lingkungan terjadinya komunikasi.¹

3. Peran Komunikasi

Komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan bermasyarakat agar dapat menyampaikan pesannya. Komunikasi juga berperan sebagai pentingnya memahami orang lain dalam berbagai penyampaian dalam berkomunikasi. Peran komunikasi menjadikan salah satu alternatif menghubungkan pemahaman terhadap masyarakat.

Peran komunikasi dapat mengelola berbagai konflik ataupun masalah yang sedang dihadapi agar tidak menyebabkan kesalahpahaman dalam sebuah masalah. Peran komunikasi menjadikan motivasi atau pengaruh besar bagi masyarakat dengan adanya komunikasi juga dapat memfasilitasi sebuah keputusan yang ingin diterapkan.² Pernyataan diatas menyimpulkan bahwa komunikasi

¹ Arif Munandar, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*, 2022 hal. 42.

² Muhammad Fikri Akbar, Erwin Putubasai, and Asmaria Asmaria, 'Peran Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat', *Komunika*, 2.2 (2019), 11–27 <<https://doi.org/10.24042/komunika.v2i2.6027>>.

berperan penting dalam kehidupan masyarakat dan menjadikan alat menghubungkan antara masyarakat.

4. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan suatu cara seseorang berinteraksi kepada orang lain yang dapat mencerminkan kepribadian dan kebiasaan dalam komunikasi. Gaya komunikasi juga dapat mempengaruhi seseorang agar pesan dikirim dan diterima dalam interaksi sosial. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, dalam bukunya yang berjudul *human communication; Prinsip-prinsip dasar* terdapat 6 gaya komunikasi yaitu;

a. *The Controlling Style* (Gaya Mengendalikan)

Gaya Komunikasi *the controlling style* merupakan komunikasi yang memiliki sifat mengendalikan suasana ataupun kondisi dengan maksud memberi perintah kepada audiens dan lebih menekankan komunikator dibandingkan komunikan yang bentuknya satu arah. Gaya komunikasi ini biasanya digunakan saat memberikan pesan dan memaksa untuk pendengar menerima isi pesan yang telah disampaikan sehingga mengatur tingkah perilaku maupun pemikiran seseorang.³

Tingkat mengendalikan seseorang agar mematuhi apa yang telah disampaikan oleh komunikator. Gaya komunikasi *controlling* tidak mengharapkan feedback dari audiens, namun memaksa audiens mengikuti perintah yang telah disampaikan. Ciri-ciri dari gaya komunikasi tersebut terdapat sifat mengendalikan suasana atau kondisi. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*. Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak

³ Zulfa Deliana, 'Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan *Controlling Style* Terhadap Motivasi Kerja Karyawan *Waghe Coffe & Eatery*', 2020, 1–23.

mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Jadi komunikator tidak memperdulikan adanya feedback atau tidak dari komunikan, dan gaya komunikasi ini lebih kearah menyebarkan informasi.

b. *The Equalitarian Stye* (Gaya Keterbukaan)

Gaya komunikasi ini identic dengan kesamaan dan keterbukaan ditandai dengan berlaku arus pesan yang disampaikan kepada audiens. Tindak gaya komunikasi equalitarian secara terbuka, setiap gagasan yang diungkap secara rilleks atau tenang. Ciri-ciri gaya komunikasi ini ditandai dengan arus penyebaran yang bersifat dua arah. Biasanya gaya komunikasi ini digunakan ketika menjalin hubungan yang lebih akrab. Dengan jenis ini, komunikan atau audiens dapat dianggap gagasan dalam susasana yang tenang, santai dan informal, memungkinkan setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan pada suasana terbuka sehingga dapat memahami karakter audiens.⁴

The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two-way traffic of communication). Orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup yang lainnya. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam kelompok atau antara satu dengan yang lainnya.⁵

⁴ Oleh Suparman, Kamaluddin Tajibu, and Arifuddin Tike, 'The Implementation Of Equalitarian Style Communication In Preserving The Towani Tolotang Wedding Culture', *Jurnal Mercusuar*, 4.2 (2023), 293–302.

⁵ *Pengertian, Tipe dan Jenis Gaya Komunikasi* (kajianpustaka.com) diakses tanggal 5 Oktober 24

c. *The Structuring Style* (Gaya Berstruktur)

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan verbal maupun lisan guna sebagai perintah yang harus dilaksanakan. Gaya komunikasi identic atau memiliki ciri yang berbeda dari gaya komunikasi lainnya yaitu sebuah pesan yang disampaikan untuk memperkuat arahan yang harus dilakukan dan bertujuan mempengaruhi audiens sehingga mendapatkan informasi penting dalam menjelaskan jawaban dari pertanyaan yang muncul. Komunikator cenderung memberikan perhatiannya kepada keinginannya untuk mempengaruhi oranglain dengan berbagi informasi.⁶

Pengirim pesan lebih memberi perhatian pada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Pada gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal maupun lisan guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul. seperti contoh seseorang berbicara dengan tujuan mempengaruhi konteks penyampaian pesan kepada komunikan dan dalam pesannya terpenuhi setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.⁷

d. *The Dynamic Style* (Gaya Komunikasi Dinamis)

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki ciri maupun sifat yang agresif, yaitu gaya komunikasi yang mempengaruhi seseorang diantara suasana komunikator dianggap kritis dan membutuhkan tindakan tertentu. Gaya komunikasi ini biasanya digunakan sebagai hal yang sulit untuk di mengerti dan memerlukan

⁶ Firdaus Azwar Ersyad and Chusni Nurlaili Nurlaili Lil Jannah, 'Gaya Komunikasi Cak Dave Dalam Membentuk Karakteristik Suroboyoan', *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1.3 (2021), 154–58 <<https://doi.org/10.53866/jimi.v1i3.12>>.

⁷ *Gaya Komunikasi Structuring Style – Diznet Indo Zahira diakses tanggal 5 oktober 2024*

tindakan khusus agar audiens dapat memahami pesan yang disampaikan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah komunikasi yang agresif, komunikasi yang agresif ini bertujuan untuk merangsang penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif jika digunakan dalam mengatasi persoalan. Namun biasanya penerima pesan tidak mengerti apa yang dimaksud dari pemberi pesan.⁸

e. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih menampilkan kesediaan diri komunikator untuk menerima tanggapan, kritikan, maupun saran dari pendapat audiens atau komunikan. Gaya komunikasi tersebut biasanya mengemukakan suatu kejadian yang menurutnya lebih tinggi keilmuannya maupun pengetahuannya. Ciri gaya komunikasi *relinquishing* bersifat penerimaan atas kritikan dan tanggapan yang telah diungkapkan. Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, dari pada keinginan untuk perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Maksud dari gaya komunikasi ini adalah pengirim pesan atau sender bekerja sama dengan orang lain. Gaya komunikasi lebih efektif, untuk orang-orang dalam suatu kelompok atau organisasi yang melibatkan banyak orang. Karena apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipertanggung-jawabkan.⁹

f. *The Withdrawal Style*

Ciri gaya komunikasi ini cenderung menyendiri, menghindari komunikasi, dan selalu mengalihkan suatu persoalan atau masalah yang sedang terjadi. Adanya persoalan atau masalah dengan komunikan akan mendorong komunikator menggunakan

⁸ Renova Astriningsih, 'Memahami Gaya Konflik Budaya Konteks Tinggi Dan Rendah Dalam Konflik Kesalahpahaman Hubungan Pertemanan', 2011.

⁹ Oki and Nurjanah, Nurjanah Muhammad, 'Gaya Komunikasi Comic Komunitas Stand Up Indo PKU Pekanbaru', *Jom Fisip*, 4.1 (2017).

gaya komunikasi tersebut. Contoh dalam persoalan yang diungkapkan “Saya tidak terlibat dari permasalahan ini”, gaya komunikasi ini dipakai untuk berkomunikasi dengan oranglain dari beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini hanya muncul dengan melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memaknai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini dapat dikatakan mengalihkan persoalan. Misalnya saya tidak ingin ikut campur dengan urusan ini pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindar dalam berkomunikasi dengan orang lain.¹⁰

Gaya Komunikasi merupakan upaya dalam menyampaikan isi pesan agar dapat diterima dengan baik dan lebih terkesan. Dalam penyampaian pesan, gaya komunikasi sangat penting digunakan seseorang saat berkomunikasi. Biasanya seseorang dapat mengenal gaya komunikasi disaat menyampaikan pesan. Gaya komunikasi yang digunakan pada Ning Umi Laila dalam teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss terdapat 3 macam gaya komunikasi. Maka hal tersebut berperan penting bagi seseorang untuk mengenal karakter disetiap individu maupun kelompok. Dari penjelasan dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan dapat membuahkan karakter seseorang dalam berkomunikasi. Gaya komunikasi juga untuk menghindari kesalahpahaman atau bertukar paham dari berbagai konflik.

¹⁰ Fany Ariani and Wulan Trigartanti, *‘Impression Management Seorang Selebgram Sebagai Eksistensi Diri Melalui Media Sosial Instagram’*, *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 3.2 (2022), 1–6.

5. Gaya Komunikasi Pada Platform Media Sosial

Adapun gaya komunikasi pada media sosial yang menjadikan setiap individu lebih mengenal dan lebih mudah dari bentuk tindakan yang diberikan pada platform media sosial. Gaya komunikasi yang interaktif yaitu gaya komunikasi yang dimana pengguna tidak hanya mengambil konten tetapi dapat berinteraksi dalam sebuah konten melalui Likes, Sharing, maupun Komentar. Media sosial juga menyediakan berbagai cara berinteraksi dengan upaya meningkatkan perasaan kehadiran sosial dan keterlibatan¹¹

Gaya komunikasi pada platform media sosial sangat mempermudah dalam berinteraksi dan dalam menyampaikan pesan hingga mendapatkan feedback atau tanggapan dari berbagai fitur yang tersedia. Biasanya komunikasi dalam media sosial sering kali menghasilkan keberhasilan dalam berinteraksi pada platform media sosial.¹² Dengan hal ini, informasi tidak hanya diberikan secara informatif, melainkan dirancang untuk merangsangkan pemikiran, Tindakan, bahkan perasaan. Penjelasan diatas menerangkan bahwa gaya komunikasi interaktif memiliki ciri khas yang digunakan pada gaya Ning Umi Laila saat berceramah, Ning Umi Laila selalu menyediakan sarana komunikasi agar dapat melihat tanggapan dari para audiens terkait pesan yang telah di berikan dan membalasnya sesuai dengan teori gaya komunikasi tersebut. Pada gaya komunikasi pada media sosial, ning umi selalu mengajak para audiens untuk mengikuti pesan yang

¹¹ Yoana Lestonac Elita Wumbu, 'Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat', *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1.3 (2021), 92–99 <<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i3.193>>.

¹² Nora Usrina, 'Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2021), 1689–99.

telah disampaikan dan menyarankan untuk menyebarluaskan informasi yang telah diberikan pada audiens.¹³

B. Dakwah

Dakwah adalah upaya ajakan atau panggilan dari seorang Da'i kepada Mad'u, yang konteksnya berkaitan dengan ajaran agama Islam yang sesuai dengan Alquran dan Hadis. Tabligh merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain, yang dilakukan oleh seorang mubaligh. Khotbah, sebagai bentuk dakwah yang disampaikan secara lisan pada acara keagamaan seperti sholat Jumat, khotbah hari raya, khotbah pernikahan, dan sebagainya, yang biasanya diucapkan oleh seorang Khotib. Fatwa adalah penjelasan atau keterangan agama mengenai suatu masalah yang muncul, yang diberikan oleh seorang Mufti dan umumnya berkaitan dengan hukum Islam. Tabsyir adalah memberikan informasi keagamaan kepada orang lain yang bersifat menggembirakan, seperti berita tentang janji-janji Allah terhadap pahala dan surga bagi orang yang beriman.¹⁴

Dakwah merupakan bentuk komunikasi khas di mana seorang komunikator menyampaikan pesan yang berlandaskan pada ajaran Alquran dan Sunnah. Tujuannya adalah untuk mengajak orang lain untuk melakukan amal saleh sesuai dengan pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi dakwah adalah pola pikir dalam merencanakan kegiatan untuk mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak melalui penyampaian gagasan. Orientasi strategi dakwah difokuskan pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dengan kerangka pemikiran sistematis untuk bertindak dalam melakukan komunikasi.¹⁵

Adapun unsur unsur yang terdapat dalam dakwah, unsur tersebut wajib di kenal sebagai pengetahuan saat menyebarkan informasi atau

¹³ Dipo Hartanto, '*Gaya Komunikasi Pelatih Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate Cabang Bandung Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa 2022/2023.*', 2023.

¹⁴ Nihayatul Husna, '*Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an*', *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1.1 (2021), 97–105.

¹⁵ Aldi Fatriadi, '*Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Di Masa Pandemi Covid-19*', *Osf Preprints*, 2020, 11.

mengirim pesan pesan dakwah yang ingin disampaikan agar dapat di terima dengan baik, maka sebelumnya mengenal terlebih dahulu terkait unsur unsur dakwah yaitu;

a. Subjek Dakwah (Da'I)

Pada salah satu unsur dakwah terdapat subjek pelaku dakwah yang berperan sebagai menyampaikan isi pesan dalam berdakwah disebut Da'i. Dalam dakwah, Da'I berperan utama untuk menyampaikan isi pesan yang dibawanya dengan tujuan agar pesan dapat tersampaikan dan diterima dengan baik. Jadi pengertian Da'I bersifat universal karena setiap orang muslim termasuk kategori Da'I yang menyampaikan pesan tentang ajaran agama islam.¹⁶

b. Objek Dakwah (Mad'u)

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dari kegiatan dakwah. Mereka adalah individu atau kelompok yang telah terpapar atau terpengaruh oleh kebudayaan, baik kebudayaan asli mereka maupun kebudayaan lain di luar Islam. Objek dakwah ini bukanlah entitas statis melainkan dinamis, yang senantiasa berubah seiring dengan perubahan sosial dan kultural dalam masyarakat.¹⁷

Objek dakwah memberikan tanggapan yang berbeda-beda terhadap pesan dakwah berdasarkan latar belakang kultural dan sosial mereka. Respon ini bisa berupa penerimaan, penolakan, atau modifikasi dari pesan yang diterima, tergantung pada relevansi pesan dakwah dengan konteks kehidupan mereka.

c. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan berdakwah cara seseorang untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam bentuk

¹⁶ Pattaling, 'Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah', *Jurnal Farabi*, 10.2 (2013), 143–56.

¹⁷ Khairan Muhammad Arif, Ahmad Luthfi, Ahmad Suja'i, 'Urgensi Manajemen Dalam Dakwah', *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5.1 (2022), 37–50 <<https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>>.

kegiatan yang nyata dan praktis untuk mencapai tujuan. Menurut Kemp, Dick, Carey, yang diambil oleh Karman, Metode dakwah merupakan cara guna untuk melaksanakan strategi dakwah.¹⁸

Metode berdakwah dengan cara yang baik yaitu tanpa mencela, meremehkan terhadap lawan bicara, sehingga tujuan berdakwah bukan untuk merendahkan orang lain, namun untuk menyadarkan dan menyampaikan kebenaran kepada audiens atau lawan bicaranya.

d. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan suatu kegiatan berkomunikasi dalam menyampaikan pesan dengan mencapai tujuan dakwah, maka pentingnya mengetahui tujuan agar memiliki sasaran audiens yang di hadapinya. Tujuan dakwah merupakan salah satu cara atau arahan dari gerak kegiatan dakwah, sebab tanpa tujuan tidak akan terarah dalam melakukan kegiatan dakwah.

Tujuan dakwah memiliki peran penting dalam menentukan serta mempengaruhi pilihan metode dan media yang digunakan. Sasaran dakwah dan strategi yang dipakai juga sangat ditentukan oleh tujuan tersebut.

e. Materi Dakwah

Isi dakwah berasal dari Al-Qur'an dan Hadis yang mencakup aqidah, syariah, serta akhlak, beserta beragam ilmu yang diambil darinya. Materi yang disampaikan oleh seorang dai harus sesuai dengan keahlian yang dimilikinya.¹⁹ Selain itu, materi tersebut harus disesuaikan dengan metode, media, dan target dakwah. Maka dari persoalan tersebut perlu dicermati serta di pelajari agar tidak salah penyampaian pesan saat dakwah.

Dan saat penyampaian materi dakwah harus menunjukkan ilmu yang sesuai ajaran islam kepada masyarakat sehingga dapat

¹⁸ K Karman, *'Tafsir Ayat-Ayat Pendidikan'*, Rosda Karya Bandung, 2019, 85–102.

¹⁹ Pattaling, *'Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah'*, *Jurnal Farabi*, 10.2 (2013), 143–56.

tersampaikan dengan baik dan terkesan bijaksana. Maka materi dalam komunikasi dalam tujuan dakwah selalu terhubung erat saling melengkapi maka dengan sendirinya akan sangat luas dan komplek dalam materi dakwanya.

f. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat atau tempat sebagai jalannya dakwah komunikasi berlangsung. Dari berbagai media juga memberikan banyak sekali fasilitas bagi dakwah untuk menyampaikan isi pesan dakwahnya agar dapat di kirim dan diterima dengan baik dan efektif. Media dakwah sangat penting di pelajari dan digunakan para da'I seperti media sosial yang akan membantu mempermudah dalam menyampaikan pesan, dan lebih luas jangkauan sasaran yang di tuju dalam berdakwah.²⁰

Penjelasan diatas menyimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak seseorang menjadi lebih baik dengan unsur nilai norma agama yang sesuai dengan kaidah hukum islam yaitu Alquran dan Hadist.

C. Media Sosial

Boyd mengungkapkan bahwa media sosial merupakan serangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus, berkolaborasi atau bermain bersama.²¹ Keunggulan media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna (UGC), di mana konten dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor seperti dalam media massa tradisional.

Van Dijk menggambarkan media sosial sebagai platform yang memusatkan perhatian pada keberadaan pengguna dan membantu mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat

²⁰ Anas Habibi Ritonga, 'Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah Dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga', *Hikmah*, 14.1 (2020), 87–102.

²¹ Nasrullah, R. *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, Hal. 78.

dianggap sebagai medium online yang memperkuat hubungan antar pengguna dan membentuk ikatan sosial.²²

Maka media sosial merupakan suatu tempat atau sarana berkomunikasi bertukaran pendapat atau ide gagasan yang di buatkan sebuah konten melalui beberapa platform internet yang tersedia, media sosial juga berperan sebagai alat penyampaian pesan melalui jejaring internet yang dimana dipublikasikan ke masyarakat luas sehingga dapat menimbulkan pendapat atau argument dalam sebuah konten.

D. Tiktok

Merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menggunakan internet dan menyediakan berbagai platform video musik untuk membuat konten video. Diluncurkan awal September 2016, TikTok berasal dari Tiongkok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik pendek secara mandiri. Selama periode 2018 hingga 2019, TikTok menjadi aplikasi paling populer yang diunduh, mencapai 45,8 juta unduhan, mengungguli aplikasi populer lainnya seperti Instagram dan WhatsApp.²³

Menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024 TikTok di Indonesia dapat dijangkau sekitar 126,83 juta pengguna. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara terluas pengguna tiktok ke-2 di dunia. Penjelasan diatas menerangkan bahwa tiktok adalah sebuah aplikasi yang paling terpopuler sehingga banyak masyarakat yang menggunakan dan dapat di jadikan media dakwah yang sedang trend pada zaman sekarang. Penggunaan aplikasi TikTok memberikan dampak positif dengan mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan imajinatif dalam berkarya. Pengguna juga menjadi lebih percaya diri dan berani menampilkan kemampuannya di hadapan publik.²⁴

²² Clara Sari, *hal. 125*.

²³ Aji and Setiyadi, *Hal. 98*.

²⁴ Idza Carolin and others, 'Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022', *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3.1 (2023), 35–40 <<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>>.

Tiktok merupakan aplikasi atau alat informasi yang sangat luas sehingga menjadikan tempat pencarian untuk mendapatkan segala informasi yang diinginkan.²⁵ Masyarakat juga banyak yang memfungsikan berbagai macam kegunaan dan biasanya masyarakat sekarang menjadikan tiktok sebagai alat konten kreator yang mempermudah berbicara dan berkarya didalam public sehingga dapat didengan banyak masyarakat. Tiktok biasanya menjadikan alat mengekspresikan diri seseorang bentuk video dan mempublikasikan melalui aplikasi tiktok. Dalam penyesuaian karakteristik diusia muda yang cenderung selalu ingin mengekspresikan dirinya dengan bentuk sebuah konten kreator.

Informasi terkini hanya bisa didapatkan melalui majalah, surat kabar, radio atau televisi, kini TikTok telah menjadi sarana informasi dalam format video pendek. Media social tiktok juga dapat memposisikan dirinya sebagai alat untuk mendapatkan informasi, menyebarkan informasi, dengan berkomunikasi.²⁶ Aplikasi ini juga memberikan ruang yang mudah diakses oleh siapa saja untuk menjadi pencipta, sehingga siapapun dapat menjadi sumber informasi, berkreasi dan menyebarkan informasi. Media tiktok menjadikan salah satu alternatif yang tepat sebagai sarana berdakwah. Tiktok juga menyediakan berbagai fitur didalamnya sebagai alat menyebarkan informasi baik video konten maupun live streaming. Video dakwah kerap mendapat tanggapan atau komentar dari warganet, dan banyak yang merasa terinspirasi untuk menjalani hidup lebih baik setelah menonton video tersebut.

E. Tiktok sebagai Media Dakwah (Ning Umi Laila)

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dakwah kepada audiens. Menurut Asmuni

²⁵ Ayu Febriana, 'Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustadz Syam Di Akun @syam_elmarusy', *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11.02 (2021), 186–187 <<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.>>.

²⁶ Maria Ulfa Batoebara, 'Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan', *Network Media*, 3.2 (2020), 59–65 <<https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>>.

Syukur, media dakwah meliputi semua hal yang dapat dijadikan sarana untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.²⁷ Media dakwah yang dimaksud adalah sarana yang digunakan oleh seorang pendakwah, seperti pemilik akun TikTok, untuk menyampaikan pesan kepada para pengikutnya. Kehadiran media sosial memberi banyak kesempatan bagi seorang da'i untuk memperluas cakupannya dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan tren yang sedang populer, sehingga pesan tersebut lebih mudah diterima oleh pendengar atau pengikutnya.²⁸

Media saat ini sangat terpopuler di masyarakat namun tidak semuanya memanfaatkan media tersebut sebagai media dakwah yang menyempikan isi konten mereka sebagian konten dakwah yang didalamnya terdapat pesan pesan dakwah. Media dakwah merupakan media komunikasi dalam penyampaiannya memiliki unsur pesan dakwah sehingga mendapatkan isi pesan dakwah kepada komunikator atau audiens yang melihatnya, Ada salah satu konten kreator di Indonesia yang dijuluki sebagai “Ning Umi Laila” yang masih berusia 24 tahun, diusia mudanya ning umi memanfaatkan berbagai banyak media sosial yang salah satunya media tiktok dengan guna sebagai alat menyebarkan informasi seputar ceramahnya.²⁹ Meskipun Ning Umi Laila sudah cukup terkenal di masyarakat sekitar dengan berprofesi sebagai pendakwah, namun beliau ingin mengembangkan bakatnya di media sosial guna sebagai memperluas segala informasi yang disampaikan. Ning Umi dikenal masyarakat sebagai penceramah yang cantik rupawan dengan membawakan beberapa sholawat dan pelawak dalam berdakwah.

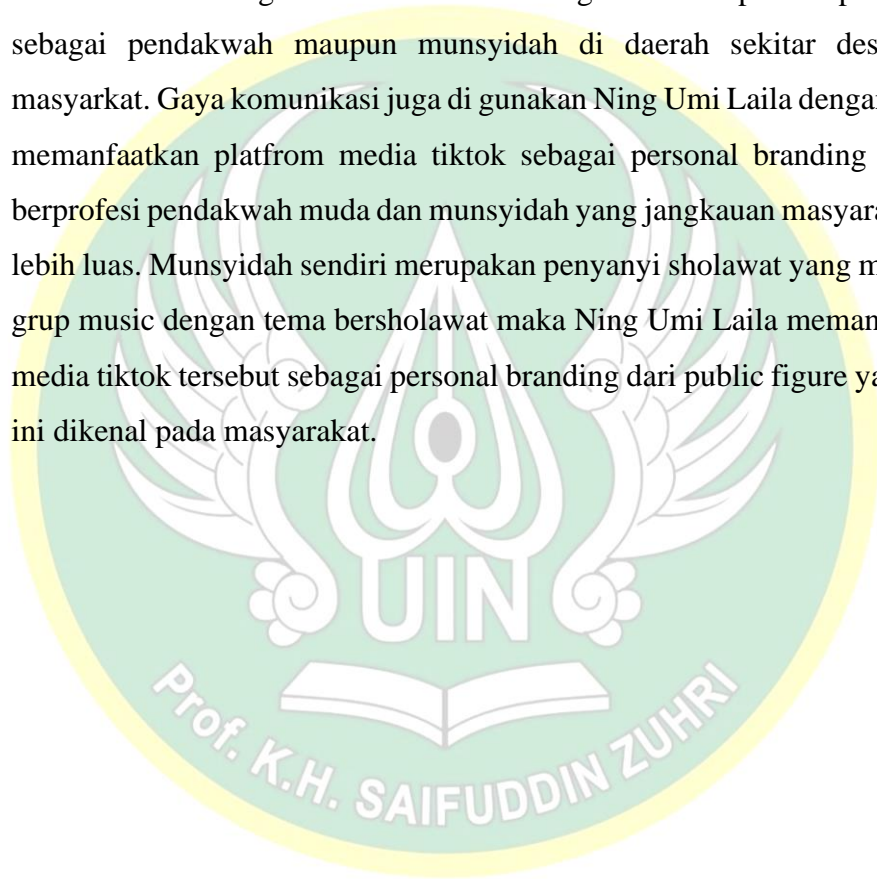
Gaya komunikasi yang digunakan terbilang unik karena audiens cepat menangkap isi pesan yang disampaikan kepada masyarakat dari usia

²⁷ Asmuni Syukir, M. Natsir, *Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), Hlm. 61

²⁸ Dinda Rizky Hayati, 'Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis', *Skripsi*, 2021, hal.68.

²⁹ Pipin Seltika and Sri Astuti, 'Da'wah Method Ning Umi Laila in Youtube Video "Ibu Ibu Luweh Seneng Pengajian Opo Rasan-Rasan"', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 7.1 (2023), hal. 93–103.

kecil hingga usia tua. Gaya komunikasi tersebut dapat membantu Ning Umi Laila dalam menyebarkan segala informasi pada platform media sosial dan yang jangkauannya sangat luas tersebut, Ning Umi Laila perlu menggunakan gaya komunikasi yang terbaik agar terhindar dari kesalahpahaman dari masyarakat atau audiens. Ketenaran Ning Umi Laila membuat karyanya maupun profesinya semakin meningkat dari platform media sosial bahkan dirinya pada masyarakat juga sering mengundang beliau untuk mengisi acara tertentu dengan menampilkan profesinya sebagai pendakwah maupun munsyidah di daerah sekitar desa pada masyarakat. Gaya komunikasi juga di gunakan Ning Umi Laila dengan upaya memanfaatkan platform media tiktok sebagai personal branding dengan berprofesi pendakwah muda dan munsyidah yang jangkauan masyarakatnya lebih luas. Munsyidah sendiri merupakan penyanyi sholawat yang memiliki grup music dengan tema bersholawat maka Ning Umi Laila memanfaatkan media tiktok tersebut sebagai personal branding dari public figure yang saat ini dikenal pada masyarakat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, fakta, atau realitas. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam, bukan hanya sekadar pada permukaannya.¹ Landasan teori digunakan sebagai panduan untuk memastikan fokus penelitian pada fakta yang teramati di lapangan, sementara metode yang digunakan didasarkan pada referensi dari jurnal sebelumnya.²

Jenis penelitian deskriptif kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang membantu dalam pengumpulan data observasi dengan analisis isi pada platform media tiktok seperti video konten dakwah Ning Umi Laila yang diunggah pada konten creator media tiktok. Pendekatan deskriptif kualitatif membantu peneliti untuk mengumpulkan data observasi dalam platform media tiktok dan mengetahui gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori gaya komunikasi (*Communication Style*) menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam bukunya *Human Communication; Prinsip-prinsip dasar* terdapat 6 gaya komunikasi, namun yang penulis ambil dalam penelitian ini hanya 3 gaya komunikasi yaitu; *The Controlling Style*, *The Equalitarian Style*, *The Structuring Style*. Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi ceramah Ning Umi Laila pada platform media tiktok yang berupa video konten dengan jumlah penonton terbanyak.

¹ Ahmad Rijali, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), hal. 81 <<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>.

² Aldi Fatriadi, 'Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok'. Hal. 83.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dan Objek penelitian merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan ketika melakukan penelitian karena keduanya memiliki keterkaitan yang dapat mempermudah melakukan penelitian.¹

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian mengarahkan kepada topik yang menjadikan titik fokus dan orang yang terlibat penelitian. Penelitian ini menjadikan Platform Media Tiktok sebagai subjek penelitian.

b. Objek

Objek penelitian merupakan salah satu permasalahan yang akan diteliti. penelitian ini menjadikan gaya komunikasi Ning Umi Laila dalam dakwahnya pada media sosial yang dijadikan sebagai objek penelitian.

C. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada peneliti dalam menganalisis sebuah data. Data Primer dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.² Adapun data dan sumber data penelitian ini yang merupakan sumber data diperoleh langsung dari performan penelitian. Pada penelitian ini dapat diperoleh dari beberapa konten-konten dakwah Ning Umi Laila pada platform media tiktok dan juga hasil wawancara dengan narasumber yang berkaitan, Dalam penelitian sumber data primer berupa video dakwah Ning Umi Laila di Tiktok dengan jumlah tontonan terbanyak.

¹ Surokim, *'Riset Komunikasi: Buku Pendamping Bimbingan Skripsi'*, Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur, 2016, Hal. 285.

² Pira Suswita and others, *'Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny'*, *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4.1 (2023), 173–81.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan orang lain maupun dokumen. Data Sekunder biasanya berupa arsip bukti yang telah disusun oleh penulis terdahulu.³ Sumber data sekunder merupakan sumber data pendukung atau data tambahan untuk memperkuat sumber referensi yang relevan dengan penelitian seperti, Website, Jurnal artikel, dan Skripsi.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan segala informasi atau data dalam suatu objek penelitian atau kejadian yang terjadi dilapangan. Dalam metode tersebut terdapat berbagai metode pengumpulan data yang digunakan;

a. Observasi

Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap obyek penelitian. Kegiatan observasi dilakukan dengan melihat aktivitas, kejadian, peristiwa dan obyek maupun subjek suatu kejadian. Observasi terbagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan. Observasi partisipan biasanya dilakukan melalui masyarakat sekitar atau sebuah organisasi, sedangkan observasi non partisipan biasanya dilakukan sebagai pengamatan dari luar.⁴

Metode observasi ialah pengamatan dan pencatatan secara systematic terhadap fenomena yang di teliti dengan maksud untuk

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2018 hal. 23.

⁴ Ayu Nihlatun Ni'amah, 'Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok', 2022, p. 42.

mendapatkan data sebagai pemecahan masalah.⁵ Tahap observasi berarti mencatat data dari hasil perilaku objek sasaran yang diamati. Di penelitian ini, observasi dilakukan peneliti terhadap gaya komunikasi dalam beberapa unggahan konten ceramah Ning Umi Laila di platform media tiktok.

b. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data dari hasil tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara langsung bertemu, sambungan telepon, dan forum diskusi offline maupun online.⁶ Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara melalui media sosial yang berkaitan dengan konten gaya komunikasinya Ning Umi Laila saat berdakwah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya. Studi dokumentasi memberikan wawasan tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti.⁷ Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, catatan, bahkan rekaman peristiwa yang dihimpun untuk menjadikan sebuah data peneliti. konten agar memperkuat peneliti sebagai sumber referensi. Dokumen pendukung dalam penelitian ini berupa peristiwa yang terjadi di media sosial platform tiktok dari berbagai unggahan video konten maupun fitur

⁵ Elsa Santika Prawintyas, 'Persepsi Mahasiswa Kpi Terhadap Pesan Dakwah Digital Pada Akun Tiktok @Hafidddd (Studi Mahasiswa Kpi Angkatan 2018 Uin Raden Intan Lampung)', *Skripsi*, 2.1 (2023), 1–59 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0A>.

⁶ Mita Rosaliza, 'Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif', *Jurnal Ilmu Budaya*, 2015, 9.

⁷ Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, 'Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif', *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), 1–9 <<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>>.

tiktok yang digunakan sebagai bentuk komunikasi Ning Umi Laila dalam media sosial tiktok.

E. Teknik Analisis Data

Analisis Data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan berbagai temuan bagi orang lain.⁸ Peneliti menggunakan Teknik analisis isi atau (*Content Analisis*) yang dapat mempermudah dalam mengumpulkan data sebagai peneitian ini. Teknik Analisis ini umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif. Salah satu tokoh utama dalam pengembangan analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memperkenalkan teknik symbol coding untuk mencatat lambang atau pesan secara terstruktur, kemudian memberikan interpretasi atasnya. Terdapat beberapa definisi yang berkaitan dengan analisis isi.

Secara umum, analisis isi diartikan sebagai metode yang mencakup semua analisis terhadap isi teks, namun di sisi lain, istilah analisis isi juga dapat merujuk pada pendekatan analisis yang lebih spesifik. Analisis Isi atau Content Analisis merupakan teknik analisis yang memiliki langkah-langkah dengan upaya mempermudah peneliti melakukan peneitiannya. Secara teknik, analisis tersebut mencakup beberapa upaya yaitu klasifikasi lambing-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat predeksi. Menurut Burhan Bungin dalam bukunya “Analisis Data Penelitian Kualitatif” mengatakan bahwa content analisis sering digunakan dalam analisis-analisis verifikasi. Teknik ini adalah yang paling abstrak untuk menganalisis data-data kualitatif. Content Analisis memiliki tiga syarat yaitu; Obyektivitas, pendekatan sistematis dan generalisasi.⁹ Teknik analisis tersebut juga memiliki Tiga Teknik dalam penelitian yaitu

⁸ Edison, *hal. 37.*

⁹ Bungin, Burhan. *Analisis data penelitian kualitatif. Jakarta: rajawali pers citra niaga buku perguruan tinggi, 2010 Hal.85*

Menemukan objek penelitian, mengklarifikasi data berdasarkan objek penelitian, dan Prediksi atau menganalisa hasil data.

Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis.¹⁰ Peneliti menggunakan analisis konten atau *Content Analisis* Teori Holsti yang mengemukakan yang sering digunakan sebagai bentuk visualisasi pesan. Kajian *Content Analisis* atau analisis isi yaitu mendeskripsikan serta menganalisis mengenai gaya komunikasi Ning Umi Laila dalam media sosial tiktok dan data yang diperoleh berasal dari dokumentasi video konten pada akun tiktok Ning Umi Laila untuk bahan menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti, dan memberikan paparan penafsiran pesan yang terkandung dalam sebuah konten.¹¹ Analisis isi juga membantu peneliti untuk mencari kesimpulan dalam penelitiannya dan mempermudah peneliti untuk menganalisis isi sebuah video konten Ning Umi Laila dalam platform media tiktok dan mengetahui gaya komunikasi Ning Umi Laila saat berdakwah.

¹⁰ A.M.Irfan Taufan Asfar, 'Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik', *January*, 2019 hal. 21 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>>.

¹¹ Unsiyatul Uyun, 'Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok', *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.2 (2023), Hal. 125 <<https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993>>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Ning Umi Laila

Umi Lailatul Rahma Hadi atau biasa dikenal dengan sebutan Ning Umi Laila Laila salah satu putri dari KH. Edy Rahmatulloh, M.EI atau Kyai Granat yaitu pengasuh pondok pesantren Rahmatulloh Surabaya. Pemuda kelahiran 8 Agustus 2000 ini sudah berani berbicara di depan umum (ceramah). Saat ini Ning Umi Laila baru saja lulus pendidikan dengan gelar sarjana di UIN Sunan Ampel Surabaya dengan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Ning Umi Laila sejak kecil sudah belajar ilmu agama yang diajarkan oleh kedua orangtuanya dan sejak SD mulai mencari ilmu agama di PP. Mambaul Ihsan Sedayu, saat SMP PP. Mambaul Sholihin Gersik dan SMAnya di PP. Sunan Kalijogo Simo Surabaya.

Akun tiktok Ning Umi Laila yaitu @lailaarrmah88 (Umilaila), saat ini sudah mencapai 2,3jt Followers (pengikutnya) dan 1jt Likers (yang menyukai), Ning Umi Laila sering kali membuat konten tentang menyanyikan lagu sholawat dan beberapa konten berdakwah Ning Umi Laila. Media tiktok Ning Umi Laila juga dijadikan sebagai strategi marketing dalam penjadwalan ceramah karena di bio tiktok Ning Umi Laila terdapat kontak person yang dimana masyarakat dapat meminta Ning Umi Laila berceramah dimasyarakat dengan cara menghubungi kontak person manager Ning Umi Laila. Berdasarkan pengamatan peneliti terkait media tiktok terdapat beberapa akun tiktok yang membawakan konten ceramah Ning Umi Laila yang pertama ada akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yang didalamnya berupa konten keseharian Ning Umi Laila dan ada juga konten dakwahnya.

Peneliti menemukan data berupa informasi mengenai biodata Ning Umi Laila dan perkembangan dakwahnya dari konten podcast rumah cerita chanel youtube TV9 News Media. Peneliti mengambil data tersebut dikarenakan terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam menggali segala informasi dari Ning Umi Laila secara wawancara langsung, berikut hasil video podcast berisikan tentang biodata Ning Umi Laila dan sejarah perkembangan Ning Umi Laila selama berdakwah hingga sekarang, kutipan video berikut;

Tabel 1 : Podcast Ning umi laila tentang biodata diri

Akun Tiktok	Keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut pada akun tiktok TV9 Nusantara diupload 2023-1-26 yang berisi tentang memperkenalkan diri dan latar belakang Ning Umi Laila Konten tersebut terdapat pembicara yaitu Mella Amelia sebagai Host acara podcast rumah cerita.</p>	<p>Video konten mencapai 10,6 juta penonton, 393,5 ribu yang menyukai, 1.592 komentar,</p>

Konten tersebut merupakan video podcast dalam acara Podcast Rumah Cerita dalam akun @tv9nusantara yang diupload pada 26 January 2023 yang didalam video tersebut bahwa Ning Umi Laila berasal dari Surabaya, Kenjeran yang lokasinya dekat pesisir pantai. Ning Umi Laila juga mengatakan dia hanya meneruskan yang diberikan kepada kedua orangtuanya karena kedua orangtuanya merupakan toko ulama besar di

daerah tersebut. Ning Umi Laila juga mengatakan bahwa awal beliau berdakwah karena keterpaksaan keadaan keluarganya yang diharuskan untuk berceramah. Ning Umi Laila saat pertama kali berceramah pada kelas 3 SMP untuk mengganti ayahnya yang sedang sakit. Sejak kejadian tersebut Ning Umi Laila selalu mengikuti ayahnya berceramah dan mempelajari isi ceramah yang disampaikan oleh Kyai Granat atau ayahnya Ning Umi Laila. Dari kejadian tersebut Ning Umi Laila sudah terbiasa dengan profesinya sebagai penceramah tanpa didampingi oleh ayahnya bahkan audiens lebih suka dengan ceramahnya Ning Umi Laila.

Sewaktu ketika Ning Umi Laila juga pernah berceramah disalah satu acara pengajian namun kali ini berbeda dengan biasanya. pengajian tersebut menduduki dua ceramah yaitu Ning Umi Laila dengan Kyai sesepuh yang sudah besar ilmu agamanya, dan pada saat itu setelah selesai berceramah Ning Umi Laila sebagai penceramah pertama lanjut dengan penceramah kedua yaitu kyai tersebut namun saat menyampaikan dakwahnya, kyai malah menyarankan kepada panitia terhadap Ning Umi Laila mengapa anak gadis sekecil ini sudah di jadikan pendakwah pertama dan akhirnya Ning Umi Laila berkecil hati dengan perkataan yang telah di berikan namun ayahnya Ning Umi Laila atau Kyai Granat meredakan dan memberi semangat kembali dengan perkataan “memang menjadi orang baik itu mudah namun menjadi orang bermanfaat itu yang sulit dan tetaplah berusaha menjadi orang yang bermanfaat” dan “pasti ada yang pro dan kontra, jadi orang baik itu gampang, namun jika menjadi orang bermanfaat itu sulit maka ada beberapa cobaan yang mestinya di hadapi oleh pendakwah” ucap ayahnya waktu itu.¹

¹ Mella Ameliyah, Umi Lailatul Rahma Hadi, “*Profil Ning Umi Laila Yang Sebenarnya Panutan Para Anak Muda Sampai Emak-Emak: Podcast Rumah Cerita*”, diakses 12:30, 19 Maret 2023.

Kejadian diatas menjadikan suatu penyemangat bagi Ning Umi Laila selama berceramah dan menjadikan motivasi dalam kehidupan Ning Umi Laila, maka alasan Ning Umi Laila tetap menjadikan ceramah sebagai profesi yang pastinya berguna bagi masyarakat luas. Ning Umi Laila sendiri mengakui lebih susah berceramah dikalangan anak muda atau remaja di bandingkan dengan ibu ibu atau bapak bapak, maka Ning Umi Laila mengakui sendiri dari tanggapan tersebut bertindak dengan menggantikan cara gaya komunikasi berceramahnya dengan membawakan musik pop dimasukan dengan lirik lagu sholawat dengan tujuan menjadikan landasan ilmu agar menjadi lebih muda ditangkap oleh audiens dan Ning Umi Laila juga suka mengedepankan lawakan atau candaan dengan tujuan audiens agar tidak bosan mendengarkan ceramah yang disampaikan oleh audiens.

Podcast Rumah cerita, Ning Umi Laila mengatakan kepada audiens jika berdakwah tidak hanya dengan ceramah saja, melainkan berfokus dengan niat yang ingin dilakukan hal baik tersebut menjadikan nilai dakwah, dengan contoh seperti kameramen yang melakukan kerjanya dalam menyoting kegiatan berceramah itu sudah merupakan hal berdakwah. Ada contoh lebih simplenya kita berbicara atau sebut saja nongkrong karna anak muda dan itu melarangkan temannya berbuat buruk dan tetap menjadi orang baik, hal tersebut tanpa disadari sudah menjadikan nilai berdakwah yang dimana mereka memberikan hal baik tersebut dengan niat hanya karena Allah swt semata, dan pastinya semua akan mendapatkan keberkahan dalam kehidupannya.

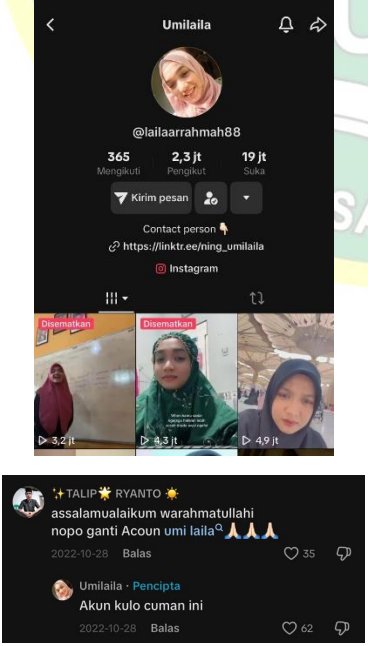
Pesan terakhir untuk pemuda sekarang yang diungkapkan dalam podcast rumah cerita, Ning Umi Laila mengatakan berdakwah tidak harus dengan ceramah, namun bisa dengan berbagai macam profesi atau kerjaan dengan niat sebagai berdakwah dan tetap niat dijalan Allah SWT itu sudah menjadikan salah satu contoh berdakwah. Maka tidak hanya berceramah saja bisa memanfaatkan ilmu agama, dengan cara apapun bisa berdakwah dan tetap dijalan Allah SWT sehingga dapat berguna bagi masyarakat

lainya. Ning umi laila juga memiliki tiktok pribadinya dan sudah memiliki tim media untuk meminimalisir suatu kegiatan atau kontak person manager yang mengatur segala jadwal ceramah dengan masyarakat dan Ning Umi Laila juga memiliki tim khosidahan atau hadroh yang setiap acara dapat menikmati rasa kenyamanan dalam mendengarkan lantunan sholawat. Berbagai banyaknya kegiatan, Ning Umi Laila disela sela kesibukannya, beliau menyempatkan diri untuk membuat konten keseharian dan video cuplikan dakwahnya di tiktok pribadi Ning Umi Laila @lailaarrmah88.

B. Konten Ning Umi Laila pada Platfrom Media Tiktok

Berdasarkan pengamatan peneliti terkait media tiktok terdapat beberapa akun tiktok yang berisi video konten gaya komunikasi ceramah Ning Umi Laila dan akun tersebut menjadi alternatif agar audiens dapat menarik perhatian terhadap dakwahnya Ning Umi Laila, berikut akun tiktok Ning Umi Laila;

Tabel 2 : Akun Tiktok Pribadi Ning Umi Laila

Akun Tiktok	Keterangan	Jumlah Konten
	<p>Akun tiktok pribadi Ning Umi Laila dan kontak person jadwal pengajian Ning Umi Laila yang terdapat pada Bio tiktok @lailaarrmah88 dan berisi tentang keseharian dalam bernyanyi sholawat dan video konten berdakwah. Tiktok tersebut mencapai 2,3jt pengikut dan 19jt yang menyukai konten Ning Umi Laila.</p>	<p>76 Postingan</p>

Berbagai segi keunikan dari bersholawat, berkomedil atau ngelawak saat berkomunikasi itu membuat audiens tertarik dan menyukai video konten Ning Umi Laila sehingga dari ketertarikan tersebut dapat menjadikan salah satu upaya keberhasilan dalam menyampaikan isi pesan dakwahnya dan mempertahankan image dirinya sebagai pendakwah.² dari beberapa konten yang beredar berharap dapat lebih dekat kepada pendakwah dan lebih berteman karena hal tersebut adalah salah satu gaya komunikasi Ning Umi Laila dalam berdakwah. Dalam berdakwah, Ning Umi Laila selalu membawakan ajakan atau pendekatan kepada audiens.

Konten-konten dakwah Ning Umi Laila yang beredar di media sosial tiktok banyak yang menjadikan motivasi sebagai cara gaya komunikasi yang baik di masa sekarang dimana mereka harus memahami kebiasaan atau kesukaan dalam menjalani kehidupan. Keunikan tersebut membuat para audiens tertarik dan menyukai video konten yang diunggahnya sebagai menarik perhatian dalam penyampaian isi pesan dakwahnya sehingga dapat diterima dengan baik.³

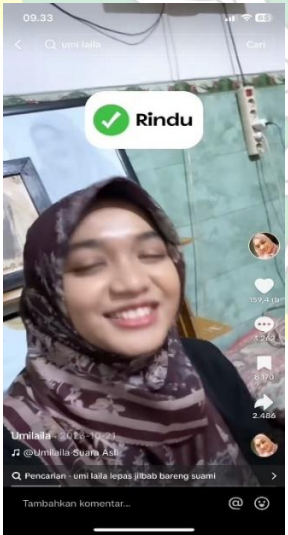
Ning Umi Laila juga salah satu pendakwah muda yang berani menyampaikan pesannya di media televisi dan juga media sosial seperti Tiktok. dalam berbagai konten video tiktok juga selalu memiliki ketertarikan terhadap audiens meskipun dengan rupanya yang cantik namun disisi lainnya Ning Umi Laila selalu mempermudah dalam penyampaian pesannya menggunakan lirik lagu, dari lirik lagu tersebut masyarakat umum dapat menirukan dan memahami isi pesan dakwah dalam lagu tersebut. Maka sebagai pendakwah pasti memiliki cara tersendiri sehingga dapat di sukai dan digemari banyak masyarakat. Hal tersebut menjadikan jalan agar lebih mudah dalam penyampaian dakwahnya.

² Ayu Lestari and Nur Asia, 'Gaya Bahasa Ustadz Maulana Dalam Acara "Islam Itu Indah" Ustadz Maulana 's Language Style In Islamic Events Is Beautiful', *Journal Dakwah Dan Komunikasi*, 3 (2024), 1–13.

³ Ramadhan Sultan, 'Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Konten Pemuda Tersesat Di Youtube Majelis Lucu Indonesia', *Skripsi*, 8.5.2017, 2022, Hal.35

Masing masing akun tiktok diatas memiliki persamaan mengunggah video konten Ning Umi Laila saat berdakwah. Dari berbagai video dakwahnya Ning Umi Laila juga terdapat gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila sebagai tahap penyesuaian pendekatan terhadap audiens agar menjadi lebih baik. Gaya komunikasi Ning Umi Laila juga selalu mengajak audiens untuk mendapatkan perhatian, selama jalannya ceramah berlangsung. Selain itu juga Ning Umi Laila membawakan lagu sholawat dan biasanya masyarakat muda sangat suka sekali dengan sholawat atau lagu, maka hal tersebut salah satu alasan mengapa Ning Umi Laila disukai masyarakat. Banyaknya video Ning Umi Laila yang beredar juga banyak mendapatkan tanggapan dari masyarakat. Berikut unggahan video konten Ning Umi Laila yang beredar pada platfrom media tiktok:

Tabel 3 : Konten @Lailaarramah Tema 2 Cara Agar Berangkat ke Tanah Suci Mekkah

Konten	keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut diunggah oleh akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yaitu @lailaarramah88. Judul konten video berisi tema tentang 2 cara agar masyarakat atau umat islam dapat berangkat umroh yaitu Rindu dan Daftar.</p>	<p>Video konten mencapai 2,4 juta penonton, 159,4 ribu yang menyukai, 3.262 komentar, 8.170 audiens yang memosting ulang, dan 2.486 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>

Konten video Ning Umi Laila yang diunggah pada 21 oktober 2023 akun pribadinya seperti pada penjelasan tabel diatas berisi tentang cara kita sebagai umat islam dapat beribadah ke tanah suci. Rukun Islam yang kelima adalah Haji, yaitu beribadah kepada Allah SWT dengan pergi ke Kota Makkah untuk menunaikan ibadah haji. Perjalanan Haji merupakan perjalanan spiritual manusia sebagai umat muslim. Imam Ghozali berkata: Allah menjadikan perjalanan haji seperti contoh bagi perjalanan ke akhirat. Maka dari setiap amal dalam perjalanan haji hendaknya merenungkan suatu urusan akhirat yang menyerupainya.⁴

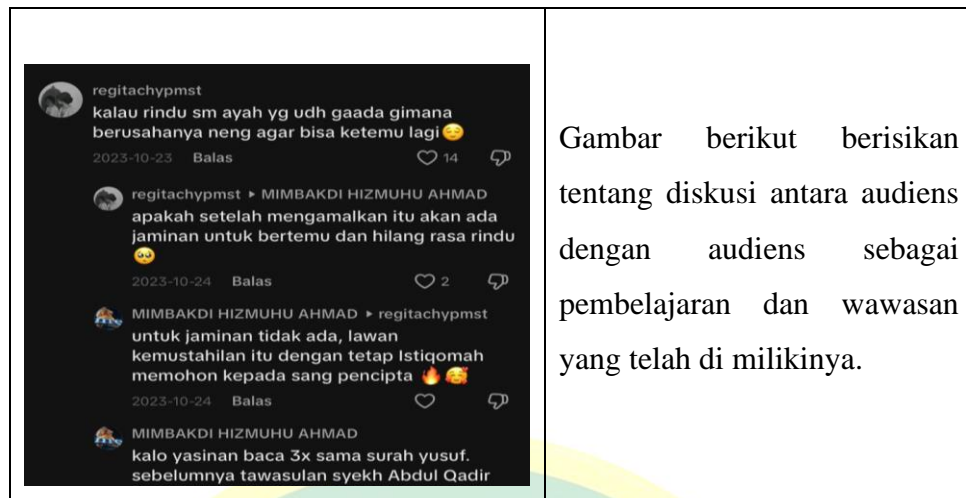
Pernyataan berikut menjadikan sandaran bagi umat islam setelah melakukan kewajiban bagi umat islam maka akan melakukan kewajiban umat islam yang terakhir yaitu Haji. Tabel diatas dari konten video Ning Umi Laila menjadikan jawaban cara bagi umat islam untuk melanjutkan rukun islam yang terakhir Haji, dan dijelaskan dengan video konten bahwa ada 2 cara untuk umat islam bisa menunaikan pergi haji yaitu pertama Rindu, jika umat islam rindu akan kehadiran Makkah atau tanah suci akan ada jawaban jalan menuju kesana dan akan diberikan kemudahan kepada Allah SWT untuk melakukan niat baik, dari rindu tersebut umat islam dapat berdoa agar diberikan kesempatan ke tanah suci mekkah. Yang kedua yaitu Daftar dalam video tersebut arti dalam kata daftar yaitu usaha, maka Doa tidak akan mencukupi untuk memenuhi keinginan maka dilengkapi dengan usaha agar menjadikan suatu kelengkapan dalam mewujudkan keinginan. Daftar akan usaha yang sungguh-sungguh adalah jalan agar kita sebagai umat islam dapat melanjutkan perjalanan kehidupan kita sebagai umat islam menuju ke tanah suci mekkah.

⁴ Nadhifatuz Zulfa, *'Nilai-Nilai Dan Makna Bimbingan Dan Konseling Islam Dalam Hadits Sahih Bukhari (Studi Hadis Tentang Rukun Islam)'*, *Nilai-Nilai Dan Makna Bimbingan Konseling Islam*, 20.2 (2017), Hal. 44.

Ning Umi Laila menghimbaukan kepada masyarakat seorang muslim yang sudah berkecukupan akan segera melanjutkan kewajibannya agar yang diperoleh akan membuahi amal kebaikan. Komunikasi Ning Umi Laila lakukan melalui konten video tersebut mengandung ajakan dimana para audiens untuk tetap beribadah kepada Allah Swt dan selalu ingat dalam menjalankan kehidupannya. Rukun Islam yang dulunya diajarkan waktu kecil hingga saat ini harus digunakan sebagai umat islam dan yang telah dianjurkan pada perintah Allah Swt.

Tabel 4 : Komentar Terhadap Konten Video Ning Umi Laila tentang 2 Cara Agar Berangkat ke Tanah Suci Makkah

Gambar	keterangan
	<p>Ruang diskusi antara Ning Umi Laila dengan penggemarnya yang memberikan beberapa tanggapan dan ajakan dari Ning Umi Laila terhadap audiens, dan Ning Umi Laila juga memberi candaan terhadap audiens pada kolom komentar.</p>



Gambar berikut berisikan tentang diskusi antara audiens dengan audiens sebagai pembelajaran dan wawasan yang telah di miliknya.

Terdapat pada tabel diatas menjelaskan tentang Ning Umi Laila memanfaatkan dalam fitur komentar yang dimana dapat melakukan kegiatan berdiskusi atau berinteraksi dengan audiens. Komunikasi yang diterapkan kepada audiens dengan unsur mengajak atau memberikan kesempatan kepada audiens dengan berbagai pertanyaan. Ning Umi Laila juga memberikan ajakan kepada audiens akan menjalankan dalam pesan yang telah disampaikan yaitu pergi ke tanah suci bersama sama. dalam kolom komentar tersebut banyak tanggapan masyarakat yang ingin sekali dan berusaha atas apa yang diberikan oleh Ning Umi Laila dalam video tersebut. Masyarakat juga memberikan pendapat kepada Ning Umi Laila terkait video tersebut jika menemui kesulitan atas apa yang diperintahkan atau pesan yang disampaikan dalam video konten.

Ning Umi Laila selain mengajak audiens juga menanggapi dengan hal candaan dalam ruang diskusi tersebut. keunikan dari Ning Umi Laila bisa membawakan suasana nyaman dan Bahagia meskipun tidak semua masyarakat bisa melakukan ke tanah suci Makkah juga Ning Umi Laila meyakini sehingga memberikan candaan kepada audiens agar tidak terlalu menghiraukan ajakan yang telah diberikan Ning Umi Laila dalam bentuk video konten tersebut. Ning Umi Laila menggunakan komunikasinya dan menerapkannya dengan memanfaatkan fitur yang tersedia dalam kolom

diskusi atau komentar yang dimana masyarakat mendapatkan kesempatan bertanya dan memberi tanggapan atas apa yang isi pesan dalam video konten tersebut dan memberikan kesempatan pada Ning Umi Laila untuk menanggapi pertanyaan yang diberikan kepada audiens. Ning Umi Laila juga dapat menjadikan hal tersebut sebagai personal branding dalam figura Ning Umi Laila yang memiliki team kreatif Ning Umi Laila. konten video dapat dimanfaatkan dalam personal branding Ning Umi Laila dengan upaya agar dapat mengenal lebih jauh dikalangan masyarakat sehingga dapat meluaskan segala informasi yang akan diberikan kepada masyarakat luas.

Tabel 5 : Video Konten Ning Umi Laila Saat di Masjid Nabawi

Gambar	Keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut diunggah oleh akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yaitu @lailaarramah88. Judul konten video berisi informasi bahwa Ning Umi Laila sudah berada di makah dan sedang beristirahat di masjid Nabawi bersama lantunan sholawat.</p>	<p>Video konten mencapai 5 juta penonton, 423,1 ribu yang menyukai, 2.814 komentar, 23,2 ribu audiens yang memosting ulang, dan 3.927 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>

Video konten yang diupload pada 26 januari 2023 dalam tabel diatas menjelaskan bahwa dirinya berada di Makkah dan sedang beristirahat di masjid Nabawi. Ning Umi Laila dalam kontennya sedang bersholawat dengan seorang dirinya yang dikenal masyarakat sebagai munsyidah. Dari

lantunan sholawat tersebut masyarakat menyukai Ning Umi Laila dan dimana Ning Umi Laila berada tidak lepas dengan bersholawat, karena anggarnya sholawat tersebut merupakan amal yang paling mudah dan paling menyejuk hatinya saat keadaan apa saja dan dimana saja maka dia selalu bersholawat. Ning Umi Laila juga tidak menanggapi berbagai tanggapan dalam kolom komentar yang tersedia dalam platform media tiktok. Ning Umi Laila hanya menginformasikan bahwa beliau sedang menjalankan rukun islam yang terakhir yaitu pergi haji bila mampu, dan ning umi laila menjalankan ibadah tersebut untuk menyempurnakan dirinya sebagai umat islam.

Tabel 6 : Konten @Lailaarramah88 Tema Lupa Lupa Ingat

Konten	keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut diunggah oleh akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yaitu @lailaarramah88. Judul konten video berisi tema tentang dosa dan menjalankan perintah Allah SWT dengan itu Ning Umi Laila membawakan lagu lupa lupa ingat dengan versi umat islam.</p>	<p>Video konten mencapai 1,6 juta penonton, 72,5 ribu yang menyukai, 480 komentar, 4.151 audiens yang memosting ulang, dan 1.475 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>

Video Konten yang diupload pada 3 januari 2023 didalam tabel diatas yaitu konten Ning Umi Laila yang berisikan tentang dakwah ceramah beliau saat manggung, dengan memperkenalkan gaya komunikasi dakwahnya menggunakan lagu “Lupa lupa ingat” namun liriknya sedikit

diganti dengan pesan dakwah yang disampaikan. Hal tersebut menjadikan salah satu upaya agar pesan dakwahnya dapat tersampaikan kepada masyarakat dan mudah dipahami. Maka Ning Umi Laila menggunakan lirik lagu sebagai alat dalam penyampaian pesan dakwahnya. Dalam video konten tersebut berisikan tentang lirik lagu lupa lupa ingat namun ada beberapa yang telah diganti yang berbunyi:

“lupa lupa lupa, lupa dengan ghosibnya,

lupa lupa lupa, lupa maksiatnya,

Ingat ingat ingat, ingat sama sholatnya

Ingat ingat ingat, ingat sama dzikirnya

tinggalkanlah dosa bertaubatlah segera

janganlah membantah segala perintahNya



segera kita jauhi laranganNya”

Lirik tersebut memaknai bahwa kita sebagai orang muslim selalu ingat dengan perintahNya dan menjauhi segala laranganNya, maka ning umi menjadikan suatu lagu sebagai gaya komunikasi agar pesan dakwahnya dapat tersampaikan. Dari beberapa pengalaman Ning Umi Laila juga salah satu upaya agar disukai oleh audiens dan pesan komunikasi agar dapat tersampaikan dengan baik namun dari konten tersebut banyak yang menyukai sehingga mencapai 1,6jt dan angka tersebut dapat memahami dan menyimpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan sebagai berdakwah dapat mensukseskan dalam dakwahnya.

Tanggapan netizen terhadap Ning Umi Laila banyak yang menyukai bahkan masyarakat memiliki keinginan kepada ning umi laila untuk berdakwah ditempat tinggal mereka. Dari tanggapan netizen tersebut Ning Umi Laila mempersilahkan kepada audiens atau masyarakatnya memberikan jalan agar dapat bertemu dan mengundang ning umi laila

ceramah melalui kontak person yang sudah disediakan pada akun resmi tiktok Ning Umi Laila. Konten yang dibawakan Ning Umi Laila seperti konten yang ada pada ceramahnya yaitu konten sholawat, dengan gaya komunikasi tersebut bisa menarik perhatian masyarakat dengan bersholawat yang dominan saat ini banyak menyukai lagu lagu. Ning Umi Laila sendiri menyukai lagu dan menjadikan sebuah lagu sebagai alterlatif dakwahnya.

Tabel 7 : Komentar Terhadap Konten Tema Lupa Lupa Ingat

Gambar	keterangan
	<p>Ruang diskusi antara Ning Umi Laila dengan penggemarnya yang memberikan beberapa tanggapan dan ajakan dari ning umi laila terhadap audiens, dan Ning Umi Laila menyempatkan diri untuk mengenal team kreatif musiknya agar dapat di ketahui pada audiens sebagai personal branding.</p>
	<p>Gambar berikut berisikan tentang diskusi antara audiens yang membicarakan dengan adanya video konten Ning Umi Laila yang menyanyi lagu “lupa lupa ingat” di saat berceramah. Dalam diskusi tersebut juga menjadikan relasi ilmu yang didapat para audiens agar lebih</p>

Gambar	keterangan
	<p>mengenalkan dakwah melalui musik.</p>

Dalam tabel diatas menggambarkan media tiktok sebagai media diskusi dan relasi antara audiens, dalam diskusi tersebut juga membicarakan beberapa permasalahan yang belum diketahui kepada audiens sehingga menjadikan sebagai tempat diskusi yang dimana mereka bertukar paham agar mendapatkan pemahaman luas dengan apa yang telah di diskusikan oleh sebagian audiens. masyarakat menanya apakah hal tersebut diperbolehkan dalam islam, namun yang mengetahuinya menjawab diperbolehkan karena hal tersebut memiliki niat yang baik dengan karena Allah Swt. Masyarakat lain juga menjawab dengan mengikuti gaya komunikasi yang lakukan ning umi laila yaitu candaan atau lawakan agar tidak terlalu menegangkan dalam perdiskusian dalam konten video Ning Umi Laila.

Masyarakat lain juga menanyakan terkait musisi atau team musik yang dimiliki Ning Umi Laila dengan segala informasi. Ning Umi Laila sendiri menjawab pertanyaan tersebut dengan mempromosikan personal brandingnya bahwa team musik yang digunakan itu dari team ning umi laila yang berasal dari Surabaya yang dimana grup music menjadikan terkenal dan dapat dikenal oleh masyarakat luas dengan adanya video konten ning umi laila diunggah dalam akun pribadi Ning Umi Laila. Hal tersebut menjadikan sarana mempromosikan suatu brand yang masyarakat lain dapat mengetahui dan menemukan jalan agar bisa mengundang ning umi laila

dalam sebuah acara. Ning Umi Laila juga menyediakan kontak person dalam akunnya dengan upaya menjadi lebih efektif dalam mempromosikan dirinya kepada masyarakat. Media platform tiktok banyak yang memanfaatkan sebagai mempromosikan suatu brand dikarenakan didalam platform tersebut banyak sekali sarana atau fitur yang disediakan supaya leluasa dalam melakukan personal branding kepada masyarakat luas.

Tabel 8 : Konten @Lailaarrmah88 Sholawat Walisongo Ning Umi Lail


Konten	keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut diunggah 16 januari 2023 oleh akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yaitu @lailaarrmah88. Judul konten video berisi tentang Ning Umi Laila berdakwah melalui lagu sholawat yang berjudul walisongo dengan memperkenalkan grup musiknya.</p>	<p>Video konten mencapai 1,5 juta penonton, 101,9 ribu yang menyukai, 956 komentar, 6.827 audiens yang memosting ulang, dan 2.568 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>

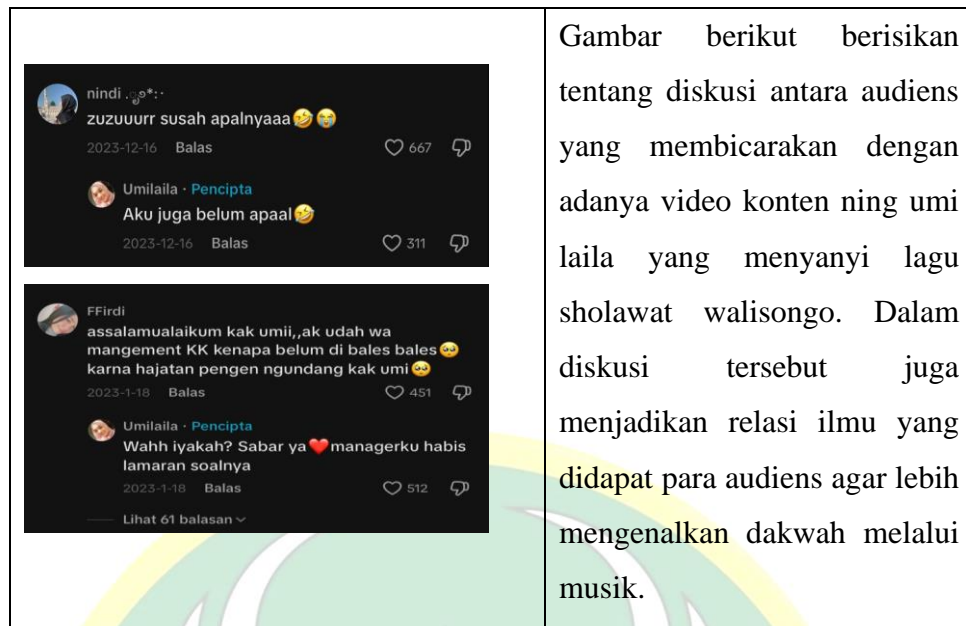
Dalam konten pada tabel diatas menjelaskan terkait berbagai kesempatan dalam berekspresi dalam membuat konten, dan dalam konten tersebut juga bertujuan sebagai memperkenalkan personal branding Ning Umi Laila sebagai munsyidah dengan berbagai grup musik yang dimilikinya. Fitur yang tersedia dalam platform media tiktok sangat membantu seseorang untuk memperkenalkan diri sebagai profesinya yang dimana mudah dikenal dengan masyarakat luas seperti yang telah digunakan oleh Ning Umi Laila.

Hal tersebut menjadikan tempat untuk menyebarkan segala informasi dimana lingkup dalam media sosial sangat luas dan sangat cepat menyebarkan segala informasi dan menjadikan salah satu alternatif personal branding agar lebih luas.

Ning Umi Laila selain membagikan konten ceramah juga memanfaatkan platform tiktok sebagai personal branding dirinya yang dikenal sebagai munsyidah atau fokusis sholawat. Ning Umi Laila juga memiliki grup musik yang mereka gunakan sebagai membrandingkan dirinya dalam lantunan sholawat yang dinyanyikan Ning Umi Laila. Maka dalam ceramahnya biasanya menyertakan lantunan sholawat dan hal tersebut dengan tujuan untuk memperkenalkan dirinya sebagai munsyidah sholawat dan memiliki grup musik yang bekerja sama dengan Ning Umi Laila. Musik tersebut menjadikan alternatif branding agar album yang dibuat Ning Umi Laila dapat berkembang dan dapat dimanfaatkan dengan masyarakat luas. Platform tiktok juga memiliki situasi penting yang dimana menggunakan sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat dan mengenalkan keunikan yang sudah melekat dalam pendakwah ning umi laila, selain itu juga memperkenalkan berbagai brand yang bekerja sama dengan ning umi laila dengan upaya agar menjadi terkenal.

Tabel 9 : Komentar terhadap konten sholawat walisongo Ning Umi Laila

Gambar	keterangan
	<p>Ruang diskusi antara ning umi laila dengan penggemarnya yang memberikan beberapa tanggapan dan menyempatkan diri untuk mengenal grup musiknya.</p>



Dalam tabel diatas menjelaskan terkait adanya audiens yang mengeluh dengan lagu sholawat yang tidak pernah hafal namun ning umi laila selalu menyadarkan tidak harus hafal namun mengerti dengan isi yang terdapat dalam lirik lagunya. Ning Umi Laila juga mengatakan belum hafal dengan sholawat tersebut namun dengan adanya video dapat memutarakan kembali dan mendengarkan sehingga dapat menghafalnya secara langsung. Banyak masyarakat yang mengatakan bahwa lagu tersebut dapat mengingatkan kita sebagai umat islam dengan para ulama dan lebih mengenal jauh dalam lirik lagu sholawat walisongo.

Ning Umi Laila juga mengajak para audiens untuk selalu mendengarkan dan memperhatikan dengan benar karena dalam lirik sholawat tersebut terdapat kandungan yang berarti bagi kita umat islam saat menjalankan kehidupan dengan menyertakan kegiatan berdakwah, karena dahulu para ulama menggunakan beberapa metode dakwah yang berbeda dan mudah dilakukan saat ini di kehidupan sekarang. Ning Umi Laila juga menyarankan jika berdakwah tidak selalu dengan hal ceramah melainkan mengajak kebaikan itu sudah termasuk berdakwah. Video yang diunggah Ning Umi Laila kebanyakan memperkenalkan personal branding dirinya

karena dirinya dikenal sebagai pendakwah maupun munsyidah. Ning Umi Laila sendiri mendekatkan dirinya kepada audiens menggunakan ruang diskusi di kolom kometer yang ikut dengan mengomentari audiens. Gaya komunikasi Ning Umi Laila sendiri membawakan candaan kepada audiens di dalam kolom komentar yang dimana mereka para audiens bergembira dan senang melihat respont Ning Umi Laila dengan bercanda, hal tersebut menjadikan Ning Umi Laila banyak penggemar dikalangan masyarakat.

Tabel 10 : Konten @Lailaturramah88 Tentang Konten Pengalaman Remaja Saat Ini


Konten	keterangan	Interaksi
	<p>Konten tersebut diunggah 13 januari 2023 oleh akun tiktok Ning Umi Laila pribadi yaitu @lailaarramah88. Judul konten remaja dengan video berisi tentang diam-diam suka dengan orang dengan ekspresi wajah Ning Umi Laila disertakan backsound lagu.</p>	<p>Video konten mencapai 9,1 juta penonton, 603,5 ribu yang menyukai, 6.817 komentar, 33,2 rb audiens yang memosting ulang, dan 8.611 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>

Dalam Tabel diatas terdapat konten Ning Umi Laila yang mengisahkan dalam kehidupan remaja yang biasanya diam diam suka kepada seseorang dan ternyata orang tersebut juga memiliki perasaan kepada orang yang suka dengannya. hal tersebut menggambarkan seorang remaja sekarang dan menjadikan sebuah konten kepada Ning Umi Laila

dengan arti hal tersebut wajar dialami oleh masyarakat. Ning Umi Laila membuat konten tersebut dengan dasar ledakan atau candaan kepada kaum kalangan remaja yang dimana Ning Umi Laila sendiri seorang remaja yang mengalami hal tersebut. Maksud konten tersebut juga merupakan salah satu upaya pendekatan diri kepada audiens yang mayoritas masih remaja sehingga Ning Umi Laila dapat mudah berkomunikasi dalam kontennya.

Ning Umi Laila menyertakan lagu yang disediakan dalam platform media tiktok sebagai backsound video kontennya sebagai konten candaan yang dimana masyarakat merasakan terhibur dalam konten tersebut yang dibuat Ning Umi Laila. Ning Umi Laila memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mengenalkan dirinya dan mendekati kepada audiens dalam gaya komunikasi digunakan sebagai sarana pendekatan kepada masyarakat. Hal tersebut akan membuahi kegembiraan dan respon dari masyarakat akan beranggapan baik karena lucu dari Ning Umi Laila saat didalam konten mengekspresikan wajahnya dengan menyertai backsound lagu yang tepat dalam konten tersebut.

Tabel 11 : Komentar Audiens Terhadap Konten Ning Umi Laila

Gambar	keterangan
	<p>Gambar berikut merupakan salah satu komentar netizen terhadap video konten Ning Umi Laila, dan komentar tersebut mengandung sapaan dan candaan dalam diskusi tersebut.</p>

Dalam tabel diatas terdapat sesuatu komentar dalam sebuah konten video Ning Umi Laila yang di unggah pada platfrom media tiktok dalam akun pribadinya. Komentar tersebut mengandung kolom diskusi para audiens memberikan tanggapan dalam sebuah konten video dan biasanya masyarakat berdiskusi dalam bentuk emote/emoji maupun ketikan dan didalam diskusi tersebut terdapat candaan dan sapaan untuk Ning Umi Laila selaku pemilik akun. Terdapat beberapa komentar yang mengandung candaan di balas kepada Ning Umi Laila dengan candaan. Gaya komunikasi Ning Umi Laila tersebut menjadikan para audiens lebih perhatian terhadap Ning Umi Laila. Gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila tersebut dengan tujuan karena dirinya memang sudah menjadi karakteristik Ning Umi Laila saat menghadapi audiens maupun masyarakat.

Ning Umi Laila cukup terkenal dikalangan masyarakat dari karakteristik yang dimilikinya yaitu lawakan atau candaan saat beraktivitas maupun dalam konteks ceramah. Hal tersebut mengundang banyak masyarakat yang berpenasaran terhadap Ning Umi Laila dengan karakter yang unik, beliau tidak seperti Ning pada umumnya yang memiliki keturunan ulama. Namun Ning Umi Laila sendiri dapat bergaul dengan siapa saja dan bercanda tawa dengan siapa saja tidak memandang martabat atau kedudukan sebagai seorang anak ulama. Masyarakat sekitar mengagumi kecerdasan dan keunikan pada dirinya yang menjadi alasan mengapa banyak masyarakat yang menyukai ning umi. Dari berbagai data yang didapat dalam peneliti, Ning Umi Laila selain berprofesi sebagai penceramah, beliau juga memfokuskan dirinya sebagai personal branding dalam berbagai media yaitu munsyidah atau penyanyi sholawat. Ning Umi Laila sendiri juga memiliki grup musical hadroh maupun gambusan yang mengiringi lantunan sholawat Ning Umi Laila sehingga banyak masyarakat yang berlomba lomba mendengarkan sholawat maupun ceramah Ning Umi Laila

Tabel 12 : Screenshot Live Ning Umi Laila pada Platfrom Media TikTok

Gambar	keterangan
	<p>Gambar berikut merupakan salah satu kegiatan Ning Umi Laila saat menggunakan fitur tiktok pada 18 Agustus 2024 yaitu live yang dapat dimanfaatkan sebagai tindak berkomunikasi kepada audiens sebagai rasa pendekatan terhadap penonton.</p>

Terdapat gambar dalam tabel diatas menerangkan bahwa Ning Umi Laila menggunakan gaya komunikasinya melalui salah satu fitur dari platfrom media tiktok yaitu menggunakan fitur live yang dimana dapat melakukan berkomunikasi secara langsung dengan audiens. Live sendiri merupakan salah satu fitur media tiktok yang biasa di gunakan oleh konten kreator dapat berkomunikasi dengan pengikut atau followers, dan dalam fitur tersebut mejadi hal baik bagi masyarakat karena mengetahui kegiatan seorang kreator secara langsung yang nyata kejelasannya. Live juga dapat berfungsi sebagai salah satu alternatif yang spesifik kebenaran terhadap audiens yang dapat berhubungan langsung dengan kreator.

Ning Umi Laila memanfaatkan fitur live sebagai tahap mendekati terhadap audiens. Ning Umi Laila juga menerapkan gaya komunikasinya dengan yang biasa digunakan Ning Umi Laila saat bermasyarakat maupun dalam konten video. Gaya komunikasi Ning Umi Laila sudah menjadikan identitas atau keunikan dirinya sebagai pendakwah dan dikenal sebagai pemuda cantik yang terbilang unik dikarenakan dalam berkomunikasi dapat menimbulkan perhatian kepada audiens yang memperhatikannya.

Gaya komunikasi dapat menjadikan suatu identitas pengenalan yang dianggap ciri seseorang sebagai mengenalkan diri, dan gaya komunikasi juga berperan sebagai cara menandakan seseorang dengan komunikasi yang digunakan. Ning Umi Laila sendiri dikenal dengan gaya komunikasi yang mengandung lawakan dengan arti pendekatan, dari gaya komunikasi Ning Umi Laila dapat mengenalkan dirinya sebagai personal branding sebagai pendakwah dan berprofesi sebagai munsyidah. Keidentikan seseorang dapat dikenal dengan gaya komunikasi yang membuahkan terkesan para komunikator atau audiens. Hal tersebut menjadi suatu keberhasilan sebagai public figure seorang pendakwah yang dapat dikenal dengan banyak masyarakat.⁵

Ning Umi Laila membranding dirinya melalui berbagai konten dan fitur yang terdapat dalam platform media tiktok dengan tujuan agar dirinya dapat dikenal dan meluas hingga kepada masyarakat. Meskipun Ning Umi Laila seorang public figure atau dikenal dengan sebutan anak ulama yang sudah memiliki martabat atau kedudukan seorang ulama, namun dirinya menyetarakan dengan masyarakat agar dapat menjadikan dirinya sebagai pendakwah dan hal tersebut diterapkan Ning Umi Laila dalam lirik lagunya yang berjudul walisongo, lagu tersebut memperkenalkan bahwa berdakwah tidak semua dengan hal ceramah melainkan menyampaikan pesan norma agama kepada audiens dan memiliki niat karena Allah Swt, itu sudah menjadikan nilai berdakwah sama dengan hal walisongo saat menyebarkan

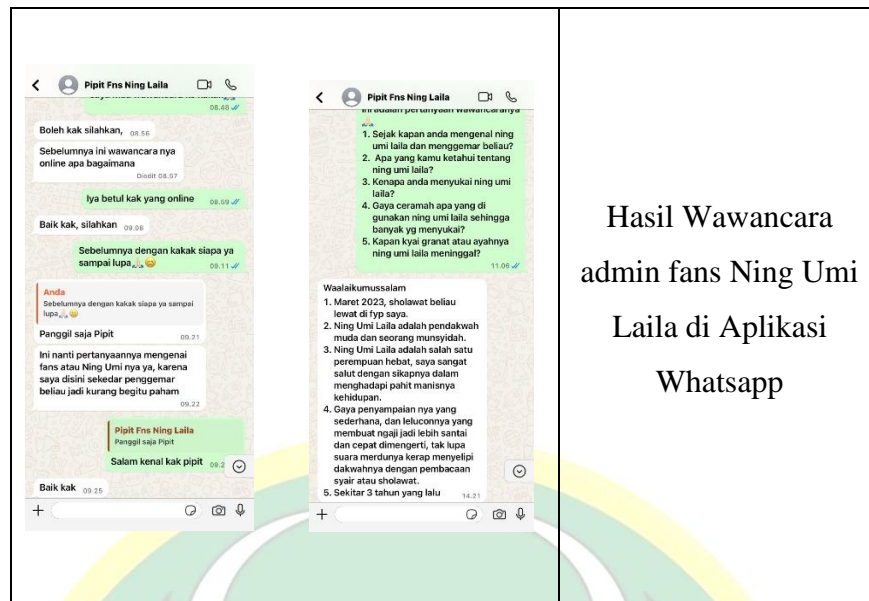
⁵ Najmy Hanifah and others, 'Da'i Competence In The Digital Era (Case Study Of Ning Ummi Laila's Da'wah Delivery)', *Journal Komunike*, XVI.1 (2024), hal. 105.

agama islam dengan mengikuti kebudayaan local agar dapat diterima dengan mudah.

Fitur live biasa dikenal dengan live streaming yang digunakan kreator untuk berkomunikasi agar mendapatkan empati lebih kepada audiens dan lebih efektif dalam penyampaian pesannya. Live tersebut sama seperti berkomunikasi langsung namun melalui jejaring internet dan perbedaannya dari live yaitu lebih jangkauannya maka banyak informasi yang diterima dari berbagai tempat. Ning Umi Laila memanfaatkan fitur live dengan tujuan mempertahankan dirinya sebagai pendakwah dan dapat berkomunikasi langsung dengan audiens tanpa datang kepada audiens dan hal tersebut membuat Ning Umi Laila lebih mudah berdakwah melalui fitur live yang lingkup masyarakatnya lebih luas dibandingkan berdakwah datang kepada masyarakat. Selain itu juga Ning Umi Laila dapat berkomunikasi dan membrandingkan diri maupun grup musiknya yang menjadikan sarana terbaik bagi Ning Umi Laila untuk menyampaikan segala informasi. Hal tersebut merupakan tanggapan dia dalam menggunakan gaya komunikasinya yang dapat membuat audiens terkesan kepadanya dan membrandingkan dirinya dari berbagai gaya komunikasinya.

Tabel 13 : Screenshot Wawancara Komunitas Resmi Ning Umi Laila

Gambar	Keterangan
 <p>The image shows two screenshots from an Instagram profile. The left screenshot displays the profile page for 'umilailaloversreal', which has 120 posts, 75,618 followers, and 8 accounts followed. The bio identifies it as the official fanbase for Ning Umi Laila. The right screenshot shows a list of contact options for the community, including links to a WhatsApp group, a Telegram group, a YouTube channel, and a Linktree profile.</p>	<p>Instagram resmi Fans Ning Umi Laila dan Kontak Person penggemar Ning Umi Laila</p>



Gambar tabel diatas merupakan screenshotan dari media sosial Instagram dan salah satu komunitas besar Ning Umi Laila yang dimana mereka mengikuti memosting dan memberikan berita terbaru terkait Ning Umi Laila bahkan didalamnya terdapat kontak person yang dimana membantu penggemarnya untuk bergabung dan mendapatkan info Ning Umi Laila. gambar tersebut merupakan hasil wawancara kepada admin penggemar Ning Umi Laila yang merupakan salah satu komunitas, dengan adanya komunitas tersebut dapat menjadikan pertemanan dan persaudaraan antara daerah lain. terbentuk komunitas tersebut dapat membantu masyarakat untuk lebih mengenal Ning Umi Laila dan juga mengetahui jadwal pengajian terbarunya.

Hasil dari wawancara tersebut terdapat beberapa pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada masyarakat tersebut yang merupakan penggemar Ning Umi Laila yaitu;

[01/09/24, 21.03.51] Wiwit: Assalamualaikum kak maaf mengganggu waktunya, saya mau ijin wawancara ke salah satu fans dari Ning Umi Laila jika berkenan, karna sebelumnya saya telah mengambil judul skripsi terkait dakwah Ning Umi Laila, apakah saya boleh wawancara kak?

[02/09/24, 01.49.57] Pipit Fns Ning Laila: Waalaikumussalam

[02/09/24, 01.50.03] Pipit Fns Ning Laila: Boleh kak silahkan

[02/09/24, 01.50.09] Pipit Fns Ning Laila: Ini dengan Kaka siapa?

[02/09/24, 08.48.03] Wiwit: Perkenalkan saya Wiwit Mustaqim kuliah di UIN SAIZU Purwokerto kak jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Semester 9. Sebelumnya saya sudah sempro dan akan melanjutkan revisi untuk nantinya ujian akhir munaqosah, terkait judul skripsi saya sudah meminta izin juga kepada Ning Umi Laila melalui DM IG dan Cht Wa untuk mengambil judul dakwah terkait Ning Umi Laila.

Saya saat ini sedang membutuhkan bantuan untuk wawancara kepada salah satu fans dari Ning Umi Laila kak karna skripsi saya menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yang di dalamnya berisi observasi, wawancara dan dokumentasi.

[02/09/24, 08.48.24] Wiwit: Jika berkenan dan diperbolehkan saya mau wawancara ke kakak

[02/09/24, 08.56.47] Pipit Fns Ning Laila: Boleh kak silahkan,

[02/09/24, 08.57.09] Pipit Fns Ning Laila: Sebelumnya ini wawancara nya online apa bagaimana?

[02/09/24, 08.59.12] Wiwit: Iya betul kak yang online

[02/09/24, 09.08.36] Pipit Fns Ning Laila: Baik kak, silahkan

[02/09/24, 09.11.40] Wiwit: Sebelumnya dengan kakak siapa ya sampai lupa

[02/09/24, 09.21.44] Pipit Fns Ning Laila: Panggil saja Pipit

[02/09/24, 09.22.58] Pipit Fns Ning Laila: Ini nanti pertanyaannya mengenai fans atau Ning Umi nya ya, karena saya disini sekedar penggemar beliau jadi kurang begitu paham

[02/09/24, 09.23.35] Wiwit: Salam kenal kak pipit

[02/09/24, 09.25.48] Pipit Fns Ning Laila: Baik kak

[02/09/24, 11.06.06] Wiwit: Assalamualaikum kak pipit, berikut ini adalah pertanyaan wawancaranya

1. Sejak kapan anda mengenal Ning Umi Laila dan menggemar beliau?
2. Apa yang kamu ketahui tentang Ning Umi Laila?
3. Kenapa anda menyukai Ning Umi Laila?
4. Gaya komunikasi dakwah apa yang di gunakan Ning Umi Laila sehingga banyak yg menyukai?
5. Kapan kyai granat atau ayahnya Ning Umi Laila meninggal?

[02/09/24, 14.21.11] Pipit Fns Ning Laila: Waalaikumussalam

1. Maret 2023, sholawat beliau lewat di fyp saya.
2. Ning Umi Laila adalah pendakwah muda dan seorang munsyidah.
3. Ning Umi Laila adalah salah satu perempuan hebat, saya sangat salut dengan sikapnya dalam menghadapi pahit manisnya kehidupan.
4. Gaya penyampaiannya yang sederhana, dan leluconnya yang membuat ngaji jadi lebih santai dan cepat dimengerti, tak lupa suara merdunya kerap menyelipi dakwahnya dengan pembacaan syair atau sholawat.
5. Sekitar 3 tahun yang lalu

[02/09/24, 14.21.24] Pipit Fns Ning Laila: Maaf slow resp ya kak

[02/09/24, 14.22.56] Wiwit: Baik kak, trimakasih ya kak atas jawabanya

[02/09/24, 14.50.05] Pipit Fns Ning Laila: Siap kak⁶

Dari hasil wawancara tersebut kak pipit sudah lumayan lama mengenal dan mengagumi Ning Umi Laila, dan pertama kali mengenal n Ning Umi Laila pada platfrom media tiktok yang video dakwahnya beredar

⁶ Pipit, *Wawancara Fans Ning umi laila, 02/09/24, Pukul: 08.48-14.50 WIB.*

dimedia sosial, hal tersebut menjadikan Ning Umi Laila banyak penggemarnya, dan alasan kak pipit menyukai ning umi laila yaitu Ning Umi Laila sebagai pendakwah muda yang sudah berani mengusai panggung dengan menyebarkan ajaran agama islam, selain itu dalam mengaguminya melainkan hal keunikan yang banyak menceritakan profesinya sebagai munsyidah. Ning Umi Laila juga memiliki gaya komunikasi yang berteman dimana anak pemuda pada menyukai dengan alasan memiliki jiwa muda pula saat menyampaikan isi pesan dakwahnya, dan Ning Umi Laila mengetahui apa yang disukai para audiens dengan membawakan lawakan atau guyon dan juga selalu membawa nyanyian lagu sholawat yang masyarakat muda mayoritas menyukai hal tersebut.

Beberapa hasil pengamatan peneliti terhadap video konten dakwah Ning Umi Laila yang beredar juga menghasilkan penggemar yang bernilai lumayan banyak sehingga Ning Umi Laila lebih muda menyampaikan isi pesan dakwahnya kepada audiens. Dari banyaknya masyarakat yang mengagumi beliau dari sebuah konten video pada platform media tiktok juga Ning Umi Laila mendapatkan kritikan dari sebuah konten yang menjadikan Ning Umi Laila berhenti sejenak dengan ulah kasus yang disampaikan Ning Umi Laila saat berdakwah. Terdapat salah satu video yang cukup viral ditayangkan pada media tiktok yaitu dalam dakwahnya terdapat menyindir artis rhoma irama yang dimana para warga netizen mendapatkan rasa kecewa saat mendengarkan berita kontroversial⁷ Dalam pengamatan peneliti juga terdapat video yang menyatakan bahwa hal tersebut tidak bermaksud untuk menyindir artis tersebut namun dengan hal yang kurang baiknya, Ning Umi Laila menyampaikan nama dalam dakwahnya. Video konten tersebut menyebabkan branding Ning Umi Laila sebagai pendakwah maupun munsyidah yang akan membuatnya menurun.

⁷ Johar Arifin, 'Pendekatan Ulama Hadis Dan Ulama Fiqh Dalam Menelaah Kontroversial Hadis', *Jurnal Ushuluddin*, XXII.2 (2014) Hal. 38.

Namun Ning Umi Laila menyadari dan menanggapi hal tersebut sebagai kesalahan pahaman.

Tabel 14 : Konten Kontroversial Ning Umi Laila Sindir Rhoma Irama yang beredar pada Platfrom TikTok

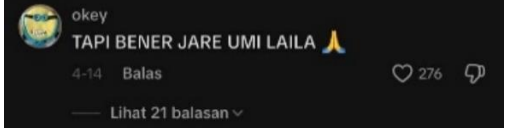
Konten	Keterangan	Interaksi
	<p>Gambar tersebut merupakan salah satu konten kontroversial ceramah Ning Umi Laila yang menyindir artis rhoma irama dan video tersebut diunggah dalam akun tiktok TRETAN MOBA atau @tretan.moba.</p>	<p>Video konten mencapai 6,7 juta penonton, 57,8 ribu yang menyukai, 4.752 komentar, 3.397 audiens yang memosting ulang, dan 2.895 audiens yang menyebarkan video tersebut kepada masyarakat lain.</p>
	<p>Tanggapan Netizen terhadap video yang beredar dan menyampaikan saran atau kritikan dari netizen. Beberapa diantaranya mengkritik untuk lebih baik lagi dan berhati hati dalam pengucapan</p>	<p>Dalam kolom komentar juga terdapat intraksi pro kontra dan juga tanggapan diskusi yang dimana mereka beradu argument dalam kasus tersebut.</p>

Konten video tiktok yang beredar dalam penjelasan tabel di atas menyatakan bahwa dari berbagai tanggapan netizen pada kolom komentar

banyak sekali yang beranggapan negative dan juga terdapat kritik maupun saran namun lebih banyak menyarankan agar lebih baik lagi berhati hati dalam pengucapan maupun perkataan saat melakukan dakwah. Saat sebelum berdakwah harus memperhatikan audiens dan materi agar lebih matang dalam penyampaian pesan dakwahnya terlebih dahulu agar tidak menyebabkan kesalahpahaman dalam arti pesan dakwah yang disampaikan.

Masyarakat biasanya tidak dapat memilah dan milih mana yang baik dan buruk hanya saja menyimpulkan sesaat dengan realita yang ada bahkan dalam menjadikan pelajaran bagi pendakwah agar lebih hati hati kembali dalam gaya komunikasi yang digunakan. tidak semua masyarakat menyukai hal tersebut melainkan memberi nilai yang buruk terhadap apa yang telah dilakukannya. kasus tersebut menyebabkan para audiens bahkan pendakwah konten kreator pada platform tiktok ada beberapa yang membalaskan video tersebut sehingga mengangkat suaranya sebagai pembenaran dalam kasus tersebut dan menyarankan agar tidak terulang kembali kejadian tersebut. Banyak pengamatan dan sudut pandang yang pro maupun kontra karena dalam video konten tersebut mengandung amalan yang baik namun dengan cara yang kurang baik maka dari beberapa audiens beranggapan yang baik dengan alasan hal tersebut dengan maksud unsur kebaikan yaitu berdakwah namun dari yang buruk yaitu perlakuan atau cara yang digunakan dengan melalui ghibah.

Tabel 15 : Komentar Terhadap Video Kontroversial Ning Umi Laila

Gambar	Keterangan
	<p>Komentar yang bernilai membenarkan Ning Umi Laila saat berdakwah bahwa dengan menyatakan hal tersebut memang nyata melainkan bukan menyindir. Namun di</p>
	

Gambar	Keterangan
	<p>komentar lainnya dengan meluruskan “tidak perlu sebut merek”, yang brarti sebut nama.</p>
	<p>Dalam kolom komentar juga terdapat ruang diskusi perdebatan pro dengan yang kontra terhadap kasus tersebut.</p>
	<p>Dan juga terdapat komentar yang menilai mengkritik Ning Umi Laila dan meluruskan dengan Tindakan kasus tersebut.</p>

Terdapat gambaran pada tabel diatas yang menerangkan bahwa aplikasi tiktok memiliki situs komentar dan ruang diskusi yang dimana para audiens bebas berpendapat atas sebuah postingan dan juga menjadikan salah satu pengamatan bagi kreator atau pendakwah dari berbagai tanggapan audiens. Kasus konten video viral Ning Umi Laila menyindir arti Rhoma Irama dan banyak audiens yang memberi pendapat dan kritikan untuk Ning Umi Laila maupun rhoma irama. Hal tersebut diketahui oleh MUI dan mendapatkan teguran khusus diberikan kepada Ning Umi Laila sebagai tindakan mencemarkan nama baik seseorang. Anggota Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Timur, Nur Hasyim S Anam dalam kasus tersebut mengatakan bahwa dalam berdakwah seharusnya menghindari menghibah orang lain, “sebetulnya dalam kaidah islam tidak boleh menghibah saat berdakwah”.⁸

Tindakan yang dilakukan sebagai contoh bagi pendakwah lainnya agar menghindari ghibah dan memperbaiki perkataannya sebelum berdakwah harus memperhatikan materi yang ingin disampaikan dan harus memperhatikan audiens. Informasi yang didapat Ning Umi Laila tidak sengaja dan kesalah pahaman dalam menilai seseorang. Gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila tidak memastikan bahwa gaya komunikasi tersebut akan bernilai positif namun dari sekian banyak masyarakat lebih mendukung dan menyukai Ning Umi Laila karena sebagai penerus ulama dan selalu menyebarkan agama islam, namun dari berbagai masyarakat juga menyarankan bahwa setiap berdakwah sebisa mungkin dipelajari dan dicermati dalam pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Bukti postingan atau video yang beredar menyebabkan Ning Umi Laila selalu belajar dan berhati-hati karena masyarakat pemuda Indonesia lebih pintar dan lebih pandai menggunakan media sosial dalam memanfaatkannya.

⁸ “Detiknews 2024,” Kata MUI Jatim soal ceramah Ning Umi Laila yang singgung Rhoma Irama, April 20, 2024, <https://news.detik.com/berita/d-7301434/kata-mui-jatim-soal-ceramah-ning-umi-laila-yang-singgung-rhoma-irama>.

C. Analisis Isi (Content Analysis)

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan suatu kejadian, fenomena dan peristiwa tertentu sebagai bahan penelitian. Menurut Hadari Nawawi dalam bukunya “Metode Penelitian” menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diamati dari berbagai gambar/lukisan, keadaan subjek/subjek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.⁹ Dalam hal tersebut menjadikan salah satu alasan peneliti untuk mengambil metode penelitian deskriptif supaya dapat diterapkan berbagai banyak peristiwa dan dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian.

Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis.¹⁰ Peneliti menggunakan analisis konten atau *Content Analysis* Teori Holsti yang mengemukakan yang sering digunakan sebagai bentuk visualisasi pesan. Kajian *Content Analysis* atau analisis isi yaitu mendeskripsikan serta menganalisis mengenai gaya komunikasi Ning Umi Laila dalam media sosial tiktok dan data yang diperoleh berasal dari dokumentasi video konten pada akun tiktok Ning Umi Laila untuk bahan menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti, dan memberikan paparan penafsiran pesan yang terkandung dalam sebuah konten.¹¹ Analisis isi juga membantu peneliti untuk mencari kesimpulan dalam penelitiannya dan mempermudah peneliti untuk menganalisis isi sebuah video konten Ning Umi Laila dalam platform media tiktok dan mengetahui gaya komunikasi Ning Umi Laila saat berdakwah.

⁹ Soejono, and H Abdurrahman. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1999, Hal. 23.

¹⁰ Asfar, Hal. 26.

¹¹ Unsiyatul Uyun, Hal. 58.

Metode penelitian kualitatif juga menggunakan teknik analisis yang dapat mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan terhadap berbagai fenomena yang terjadi. Peneliti juga menggunakan teknik analisis menjadikan suatu acuan agar dapat mencari berbagai data-data yang kemudian dikelola dan dapat menyimpulkan suatu fenomena dan kejadian. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu Content Analysis. Teknik Content Analysis merupakan Teknik atau cara menentukan subjek dan objek suatu penelitian. Menurut Hadari Nawawi dalam bukunya mengungkapkan bahwa analisis isi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui isi pada sebuah kejadian yang dapat menggambarkan situasi penulis dan masyarakatnya pada waktu tertentu.¹²

Analisis Isi atau Content Analysis merupakan teknik analisis yang memiliki langkah-langkah dengan upaya mempermudah peneliti melakukan penelitiannya. Secara teknik, analisis tersebut mencakup beberapa upaya yaitu klasifikasi lambing-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat predeksi. Menurut Burhan Bungin dalam bukunya yang berjudul “Analisis Data Penelitian Kualitatif” mengatakan bahwa content analysis sering digunakan dalam analisis-*analisis* verifikasi. Teknik ini adalah yang paling abstrak untuk menganalisis data-data kualitatif. Content Analysis memiliki tiga syarat dalam menganalisis pada bukunya Burhan Bungin yaitu; Obyektivitas, pendekatan sistematis dan generalisasi.¹³ Dan Syarat tersebut memiliki Teknik analisis yang dapat mempermudah menemukan kesimpulan dari data yang ada. Dalam pendekatan Content Analysis tersebut juga memiliki Tiga Teknik dalam penelitian dalam bukunya Burhan Bungin yaitu:

¹² Soejono, and H Abdurrahman. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: rineka cipta, 1999, Hal. 15.

¹³ Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RAJAWALI PERS Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, 2010 Hal.85

1. Menemukan objek penelitian

Berbagai banyaknya video konten gaya komunikasi Ning Umi Laila yang beredar pada media sosial tiktok dan saat ini peneliti mengambil sampel beberapa konten video gaya komunikasi Ning Umi Laila saat berdakwah sebagai objek penelitiannya. Hal tersebut dikarenakan dari gaya komunikasi yang digunakan sangat berpengaruh bagi masyarakat luas sehingga menjadikan Ning Umi Laila dikenal dan disukai oleh banyak orang. Dan dalam gaya komunikasi yang digunakan dapat mensukseskan kegiatan penyampaian pesan dakwahnya.

Objek penelitian ini menjadikan bahan utama dalam peliti dengan guna mempermudah dan menyesuaikan langkah-langkah dalam penelitian kualitatif dengan analisis isi atau Content Analysis. Konten video Ning Umi Laila dalam media tiktok menjadikan salah satu contoh sebagai pendakwah muda pengguna media social dengan berbagai pengalaman Ning Umi Laila saat berceramah dan beredar dalam media social platform tiktok sebagai personal branding. Dalam berbagai banyaknya konten video yang beredar sudah cukup menjadikan bahan dalam penelitian dan memenuhi kriteria dalam melakukan content analysis.¹⁴

Bahan penelitian atau objek penelitian yang ditemukan oleh peneliti berupa konten Ning Umi Laila yang merupakan bahan utama peneliti sebagai objek yang nantinya akan dianalisis dengan keadaanya yang nyata dalam lapangan.¹⁵ Berbagai banyak tanggapan juga bisa menjadikan bahan tambahan dalam penelitian dengan suksesnya penerapan gaya komunikasi yang digunakan dalam berbagai konten video yang beredar. Dalam tabel 2 terdapat beberapa akun tiktok yang mengunggah video konten Ning Umi Laila salah satunya terdapat akun Ning Umi Laila pribadi (@lailaarramah88), akun tersebut merupakan

¹⁴ U. Sulia Sukmawati and others, 'Konsep Dasar Dalam Merancang Penelitian Studi Islam', *Al-Fiqh*, 1.1 (2023), 11–19 <<https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v1i1.91>>.

¹⁵ Muannif Ridwan and others, 'Pentingnya Penerapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah', *Jurnal Masohi*, 2.1 (2021), 42 <<https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>>.

akun utama Ning Umi Laila yang berisikan berbagai video konten aktifitas Ning Umi Laila dan beberapa konten dakwah Ning Umi Laila. Konten yang di unggah pada akun tersebut lebih mengutamakan sholawatan yang dikenal sebagai munsyidah dan memang banyak masyarakat yang menyukai suara Ning Umi Laila dan penyampaian dakwahnya yang selalu mengutamakan audiens.

Selain akun pribadi Ning Umi Laila peneliti juga mengambil beberapa bahan konten video dakwah Ning Umi Laila dari akun penggemar ning umi laila. Dalam akun tersebut memiliki banyak konten video yang berisikan konten Ning Umi Laila dan keunikan yang dimiliki dalam sebuah konten. Dari berbagai konten. Peneliti sudah cukup untuk mendapatkan bahan dalam melakukan penelitian berdasarkan content analysis.

2. Mengklasifikasi data berdasarkan objek penelitian

Berbagai objek penelitian yang sudah ditemukan oleh peneliti seperti penjelasan diatas dapat mencukupi sebagai bahan penelitian dengan dasar penelitian langkah-langkah yang di telah dalam bukunya Burhan Bungin, Dalam bukunya setelah menemukan berbagai objek penelitian yang menjadikan sebagai bahan peneliti sebagai pengamatan dalam menjalankan proses penelitian. Dan langkah selanjutnya menjelaskan tentang mengklarifikasi data berdasarkan objek penelitian.¹⁶ Data yang terdapat dalam penjelasan diatas mengklarifikasi dalam berbagai studi kasus yang terjadi di lapangan pada media social tiktok dan menjadikan bahan pengamatan dalam metode penelitian kualitatif dengan analisis isi konten atau Content analysis. Mengklarifikasi data berdasarkan objek penelitian umumnya menjelaskan terkait proses penelitian dan menjelaskan secara detail segala informasi yang didapat dari berbagai objek penelitian. Mengklarifikasi data hasil objek penelitian biasanya mencari berbagai

¹⁶ Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, 2010 Hal.86

informasi, mengumpulkan, mengverifikasi, dan menjelaskan terkait beberapa objek penelitian yang telah dikumpulkan sebagai bahan peneliti.¹⁷

Hasil pengamatan dalam berbagai objek penelitian merumuskan segala informasi dari konten video Ning Umi Laila yang beredar pada media social platfrom tiktok dan mengumpulkan hasil pengamatan dalam bentuk data yaitu dari beberapa konten terdapat beberapa tanggapan menyukai dan yang tidak menyukai, merumuskan hasil data penelitian dalam penyampaian pesan dakwahnya telah berhasil tersampaikan kepada audiens dan memberikan tanggapan positif dari beberapa objek penelitian. Peneliti juga mengverifikasi hasil penelitian tersebut dengan menjadikan hasil gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila dapat memicu atau mendapatkan perhatian banyak dari masyarakat sehingga menjadikan salah satu tujuan dakwahnya dapat di terima oleh masyarakat dengan mudah dan dapat di terapkan dalam kesehariannya.¹⁸

Penjelasan dari mengklarifikasi hasil pengamatan peneliti terkait konten video Ning Umi Laila dengan gaya komunikasi yang digunakan dapat memberikan pengaruh besar terhadap masyarakat sehingga dapat menjadikan salah satu objek penelitian dengan adanya gaya komunikasi yang digunakan. Hal tersebut menjadikan penerapan terbaik pada masyarakat yang dimana mereka lebih menyukai lagu-laguan atau dengan candaan yang biasanya menggunakan dengan bahasa jawa sehingga dapat menarik perhatian besar terhadap masyarakat kalangan pemuda.¹⁹ Dalam berbagai data yang ada dalam peneliti terdapat

¹⁷ Totok Suprawoto, 'Klasifikasi Data Mahasiswa Menggunakan Metode K-Means Untuk Menunjang Pemilihan Strategi Pemasaran', *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 1.1 (2016), 12–18 <<https://doi.org/10.26798/jiko.2016.v1i1.9>>.

¹⁸ Rian Tinages, Agung Triayudi, and Ira Diana Sholihati, 'Analisis Sentimen Terhadap Layanan Indihome Berdasarkan Twitter Dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine (SVM)', *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4.3 (2020), 650 <<https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2181>>.

¹⁹ Ifansyah and others, Hal. 23.

pernyataan dari Ning Umi Laila sendiri bahwa penyampaian masyarakat kalangan orangtua dengan kalangan muda sangat berbeda dan harus mempelajari system pembelajaran mereka agar dalam penyampaianya akan berjalan dengan lancar dan terstruktur.

Dari berbagai pengalaman Ning Umi Laila sudah cukup memahami setiap karakter kalangan masyarakat dan jangan sampai salah memilih gaya komunikasi yang di terapkan saat berdakwah karena hal tersebut dapat timbul permasalahan menyebabkan kesalahpahaman dan tidak menjadikan pesan dakwahnya tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Maka dari berbagai pengalaman menjadikan contoh sebagai pendakwah untuk berhati-hati memilih gaya komunikasi yang akan di terapkan kepada kalangan masyarakat dengan upaya menghindari terjadinya konflik dalam penyampaian pesan saat berdakwah,

3. Prediksi/ Menganalisa data

Dalam langkah terakhir pada penelitian kualitatif dengan content analysis yaitu menganalisa data yang diperoleh pada peneliti dari berbagai objek penelitian sebagai sarana menganalisa suatu kejadian yang telah terjadi dilapangan sehingga dapat menarik kesimpulan dari pembahasan penerapan analisis isi konten yang digunakan peneliti untuk memprediksi atau menganalisa data dalam suatu kejadian dari berbagai data yang diperoleh. Menurut Burhan dalam bukunya menjelaskan bahwa dalam tahapan menganalisa data untuk menentukan kesimpulan dalam suatu penelitian berbagai objek.²⁰ Peneliti saat menganalisis dan mengklarifikasi selanjutnya melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula. Melakukan hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam nomer dua, selanjutnya menarik kesimpulan dalam menentukan hasil analisis yang akan dianalisis bentuk data-data tertentu.

²⁰ Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, 2010 Hal.87

Dalam penelitian, peneliti menganalisa data mencakup objek penelitian yaitu tentang gaya komunikasi Ning Umi Laila dan mempromosikan personal branding dalam bentuk video konten pada platform media tiktok yang mendapatkan jutaan pengikut sehingga menyukai Ning Umi Laila. Hal tersebut dikarenakan Ning Umi Laila termasuk pendakwah yang paling muda dan wanita yang cantik yang berprofesi sebagai munsyidah, dan yang terpenting dalam penyampaian pesannya terdapat keunikan yaitu menyertakan candaan atau lawakan kepada audiens, Ning Umi Laila juga menarik salah satu audiens untuk mendekatkan dirinya agar dalam penyampaian pesannya dapat diterima dengan cara berbagai banyak hal, dan yang terakhir menyertakan lagu-lagu yang biasanya buat dan dinyanyikan Ning Umi Laila saat berdakwah. Keunikan Ning Umi Laila tersebut menjadikan sebuah alasan mengapa beliau disegani atau dikagumi oleh banyak masyarakat.²¹ Ning Umi Laila juga mengharapkan suatu kejadian tersebut sebagai salah satu pendekatan dalam persaudaraan sesama umat islam atau menjalin hubungan silaturahmi dan menghindari dari berbagai kesalahan sebelumnya saat berdakwah.

Peneliti juga menganalisa data suatu kejadian yang menyebabkan kontroversial yang dikarenakan suatu kesalahan pahaman terhadap audiens terkait menyindir artis rhoma irama, sehingga menyebabkan kerusakan citra nama baiknya kepada masyarakat dan Ning Umi Laila mengakui kesalahan pahaman tersebut dengan meminta maaf Ning Umi Laila kepada masyarakat dan artis rhoma irama.²² Dari kejadian hal tersebut Ning Umi Laila lebih berhati-hati dengan audiens dan mempelajari terlebih dahulu untuk menyaring perkataan saat berceramah meskipun gaya komunikasi yang digunakan sudah termasuk

²¹ Muhammad Ronaydi, 'Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah', *Idarotuna*, 5.2 (2023), Hal. 96 <<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>>.

²² Septian Ade Putra and Windu Gata, 'Analisis Sentimen Komentar Youtube Terhadap Ceramah Ning Umi Laila Sindir Rhoma Irama Menggunakan Algoritma LSTM', Hal. 77 (2020).

baik namun dengan penyampaiannya yang kurang dipelajari maka Ning Umi Laila untuk menghindari hal tersebut sebelumnya mempelajari audiens terlebih dahulu dan menguasai materi yang ingin disampaikan.

Dalam analisis yang telah diteliti mengenai berbagai data yang diperoleh mendapatkan kesimpulan bahwa Ning Umi Laila saat ini berprofesi sebagai pendakwah dan munsyidah, dan ning umi laila sendiri memanfaatkan platform media tiktok sebagai alternatif personal branding dirinya maupun grup musik yang bersamanya. Hal tersebut mempermudah masyarakat lebih mengenal kepada Ning Umi Laila dan mudah mengetahui karakteristik yang dimiliki Ning Umi Laila dalam bentuk sebuah konten video tiktok. Ning Umi Laila juga mencantumkan beberapa alternatif seperti kontak person dalam akun tiktoknya dan mengenalkan gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila sebagai personal branding dirinya.

D. Gaya Komunikasi Ning Umi Laila Berdasarkan Teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sehingga pesan yang telah disampaikan dapat diterima dengan baik. Menurut Didik Hariyanto dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses berbagi makna dalam bentuk pesan komunikasi antara pelaku komunikasi.²³ Peran komunikasi dapat mengelola berbagai konflik ataupun masalah yang sedang dihadapi agar tidak menyebabkan kesalahpahaman dalam sebuah masalah. Peran komunikasi menjadikan motivasi atau pengaruh besar bagi masyarakat dengan adanya komunikasi juga dapat memfasilitasi sebuah keputusan yang ingin diterapkan.²⁴ Pernyataan di atas menyimpulkan bahwa komunikasi berperan penting dalam kehidupan masyarakat dan menjadikan alat menghubungkan antara

²³ Hariyanto, *Hal.* 83.

²⁴ Muhammad Fikri Akbar, Erwin Putubasai, and Asmaria Asmaria, 'Peran Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat', *Komunika*, 2.2 (2019), 11–27 <<https://doi.org/10.24042/komunika.v2i2.6027>>.

masyarakat. Sebab masyarakat akan menggunakan komunikasi sebagai bertukar paham dan menghindari dari sebuah konflik.

Peneliti menggunakan salah satu teori penelitian tentang gaya komunikasi yaitu teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang menjelaskan teori gaya komunikasi. Gaya komunikasi merupakan suatu cara seseorang berinteraksi kepada orang lain yang dapat mencerminkan kepribadian dan kebiasaan dalam komunikasi. Gaya komunikasi juga dapat mempengaruhi seseorang agar pesan dikirim dan diterima dalam interaksi sosial. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, terdapat 6 gaya komunikasi yaitu; *The Controlling Style* (Gaya Mengendalikan), *The Equalitarian Style* (Gaya Keterbukaan), *The Structuring Style* (Gaya Berstruktur), *The Dynamic Style* (Gaya Komunikasi Dinamis), *The Relinquishing Style*, *The Withdrawal Style*. Terdapat 6 gaya komunikasi tersebut merupakan upaya dalam menyampaikan isi pesan agar dapat diterima dengan baik dan lebih terkesan. Dalam penyampaian pesan, gaya komunikasi sangat penting digunakan seseorang saat berkomunikasi. Biasanya seseorang dapat mengenal gaya komunikasi disaat menyampaikan pesan.

Peneliti menggunakan teori gaya komunikasi tersebut sebagai bahan penelitian yang sesuai dengan gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila. Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi berdakwahnya Ning Umi Laila pada platform media tiktok yang berupa video konten dengan jumlah penonton terbanyak. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori gaya komunikasi (*Communication Style*) menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang penulis ambil 3 gaya komunikasinya;

1. *The Controlling Style* (Gaya mengendalikan)

Gaya Komunikasi the controlling style merupakan komunikasi yang memiliki sifat mengendalikan suasana ataupun kondisi dengan maksud memberi perintah kepada audiens dan lebih menekankan komunikator dibandingkan komunikan yang bentuknya satu arah. Gaya komunikasi ini biasanya digunakan saat memberikan pesan dan



memaksa untuk pendengar menerima isi pesan yang telah disampaikannya sehingga mengatur tingkah perilaku maupun pemikiran seseorang.²⁵

Tingkat mengendalikan seseorang agar mematuhi apa yang telah disampaikan oleh komunikator. Gaya komunikasi controlling tidak mengharapkan feedback dari audiens, namun memaksa audiens mengikuti perintah yang telah disampaikan. Ciri-ciri dari gaya komunikasi tersebut terdapat sifat mengendalikan suasana atau kondisi. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one-way communications. Seseorang yang memakai controlling style of communication ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Jadi komunikator tidak memperdulikan adanya feedback atau tidak dari komunikan, dan gaya komunikasi ini lebih kearah menyebarkan informasi.²⁶ Peneliti mengamati konten video Ning Umi Laila dengan berbagai ciri yang ada dalam teorinya Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss pada gaya komunikasi the controlling style yang memiliki sifat satu arah dan juga memaksa untuk audiens mendengarkan apa pesan yang disampaikan kepada komunikator. Pesan-pesan yang disampaikan melalui konten video sehingga audiens cukup mendengar dan memahami isi pesan yang disampaikan. Gaya komunikasi The Controlling style digunakan Ning Umi Laila saat menyebarkan segala informasi dan isi pesan yang disampaikan.

²⁵ Zulfa Deliana, 'Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Controlling Style Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Waghe Coffe & Eatery', 2020, 1–23

²⁶ Marwah Rahmawati, 'Efektivitas Dakwah Akun Tik Tok @ Dinda Z Di Masa Pandemi Covid-19', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., *Mi*, 2022, 25–32.

Tabel 16 : Konten Video Gaya Komunikasi Controlling style Ning Umi Laila pada platfrom media tiktok

No.	Gambar	Keterangan
1.		<p>Gaya komunikasi the controlling style yang digunakan Ning Umi Laila dengan ciri-ciri memberikan informasi bahwa dirinya sedang di tanah suci makkah dan bersifat satu arah yang tidak mengharapkan feedback dari audiens dalam platfrom media tiktok bentuk konten video.</p>
2.		<p>Gaya komunikasi the controlling style yang digunakan Ning Umi Laila dengan ciri-ciri memberikan informasi bahwa Ning Umi Laila memiliki grup musik sendiri dan bersifat satu arah yang tidak mengharapkan feedback dari audiens dalam platfrom media tiktok bentuk konten video.</p>

Ning Umi Laila menggunakan gaya komunikasi controlling style pada tabel 17 yang memiliki ciri-ciri gaya komunikasi controlling style yang terdapat dalam bentuk video konten. Pada tabel 17 no 1 terdapat video konten Ning Umi Laila yang diunggah pada 26 januari 2023 dan video tersebut memiliki ciri-ciri gaya komunikasi controlling yaitu satu arah yang dimana Ning Umi Laila tidak memiliki rasa ketertarikan berbagi pesan hanya semata menginformasikan dalam bentuk video konten bahkan tidak mengharapkan feedback dari audiens

melalui komentar. Hal tersebut merupakan salah satu ciri-ciri gaya komunikasi controlling style. Dalam videonya menjelaskan bahwa Ning Umi Laila hanya menginformasikan bahwa dirinya sudah berada di tanah suci Makkah dan saat ini sedang beristirahat di masjid Nabawi yang terkenal pada umat muslim. Isi dalam video tersebut juga hanya bershawat yang dimana mereka tidak memiliki ketertarikan bertukar pesan yang telah dilakukan pada fitur komentar.

Sedangkan pada tabel 17 no 2 yang di unggah pada 24 November 2023 yang memiliki ciri gaya komunikasi controlling yang digambarkan dalam sebuah konten dalam gaya komunikasi Ning Umi Laila. Dalam video konten tersebut berisi tentang Ning Umi Laila bershawat dengan maksud hanya menyebarkan informasi dalam isi konten dan juga merupakan bagian dari personal branding Ning Umi Laila kepada audiens maupun komunikan yang dimana memaksa untuk mengetahui dan mengendalikan suasana agar memahami apa yang disampaikan Ning Umi Laila. Yang dimaksud memaksa dan mengendalikan dari isi video kontennya yang mengandung personal branding dirinya sebagai musyid dan mempromosikan grup musik yang sudah menjadi bagian dari Ning Umi Laila selamat berdakwah. Konten video Ning Umi Laila merupakan jenis gaya komunikasi satu arah yang dimana komunikator tidak mengharapkan feedback dari komunikan karena bersifat sebatas menyebarkan informasi. Konten video pada tabel diatas menjelaskan bahwa Ning Umi Laila hanya menyebarkan informasi grup musiknya dan profesinya sebagai musyid, selain itu juga Ning Umi Laila hanya memberikan berita informasi seputar Ning Umi Laila.

Dari berbagai konteks yang ada dalam tabel 17 merupakan sebuah konten video yang menggunakan gaya komunikasi controlling style dalam teori Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss. Ning Umi Laila menggunakan gaya komunikasi tersebut untuk menyampaikan pesan maupun informasi penting kepada audien atau komunikan namun tidak dengan feedback yang diharapkan.

2. *The Equalitarian Style* (Gaya Keterbukaan)

Gaya komunikasi ini identic dengan kesamaan dan keterbukaan ditandai dengan berlaku arus pesan yang disampaikan kepada audiens. Tindak gaya komunikasi equalitarian secara terbuka, setiap gagasan yang diungkap secara rileks atau tenang. Ciri-ciri gaya komunikasi ini ditandai dengan arus penyebaran yang bersifat dua arah. Biasanya gaya komunikasi ini digunakan ketika menjalin hubungan yang lebih akrab. Dengan jenis ini, komunikasi atau audiens dapat dianggap gagasan dalam suasana yang tenang, santai dan informal, memungkinkan setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan pada suasana terbuka sehingga dapat memahami karakter audiens.²⁷

The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two-way traffic of communication). Orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup yang lainnya. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam kelompok atau antara satu dengan yang lainnya.²⁸ Gaya Komunikasi tersebut sama seperti gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila dalam video konten dakwahnya pada platform media tiktok. Gaya komunikasi keterbukaan atau the equalitarian style diterapkan pada Ning Umi Laila dalam bentuk video konten maupun saat menggunakan fitur yang terdapat dalam platform media sosial tiktok.

²⁷ Nur Pita Saputri and Moh Slamet, 'Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah', *Spektra Komunika*, 2.2 (2023), 8–20 <<https://doi.org/10.33752/v2i2.4734>>.

²⁸ *Pengertian, Tipe dan Jenis Gaya Komunikasi (kajianpustaka.com)* diakses tanggal 5 Oktober 24

Tabel 17 : Konten Video Gaya Komunikasi Equalitarian Style Ning Umi Laila
Platfrom Media TikTok





No.	Gambar	Keterangan
1.		<p>Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi equalitarian style yang menampilkan memainkan gitar dengan bentuk video konten pada platfrom media tiktok.</p>
2.		<p>Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi equalitarian style yang menggambarkan percintaan pemuda saat ini dengan bentuk video konten pada platfrom media tiktok.</p>
3.		<p>Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi equalitarian style yang memanfaatkan fitur live agar dapat berkomunikasi langsung dengan audiens.</p>



Tabel diatas merupakan gaya komunikasi keterbukaan atau the equalitarian style yang diterapkan pada Ning Umi Laila dalam bentuk video konten maupun fitur live yang digunakan pada Ning Umi Laila dengan upaya keterbukaan dan gaya komunikasi tersebut digunakan Ning Umi Laila dalam platform media tiktok. Pada tabel 18 no 1 yang menampilkan memainkan gitar dengan bentuk video konten pada platform media tiktok dan dalam konten tersebut merupakan gaya komunikasi Equalitarian Syle dengan alasan terdapat ciri-ciri didalamnya yaitu memiliki arus komunikasi bersifat dua arah dan hal tersebut dengan tujuan untuk menjalin hubungan yang lebih akrab dengan audiens. pada konten tersebut juga berisi tentang Ning Umi Laila memainkan gitar seperti anak muda pada umumnya yang banyak menyukai alat music gitar, hal tersebut merupakan gaya komunikasi equalitarian style yang bertujuan sebagai menjalin hubungan baik dengan audiens.

Selain itu Ning Umi Laila menggunakan gaya komunikasi equalitarian style pada tabel 18 no 2 yang menggambarkan percintaan pemuda saat ini dengan bentuk video konten pada platform media tiktok. Dalam isi konten Ning Umi Laila menggunakan caption pada videonya yaitu “orang yang kita suka diem-diem suka sama kita” dan dalam video tersebut juga Ning Umi Laila mengekspresikannya dengan raut wajah yang lucu bahkan di sertai dengan background lagu. Tindakan tersebut menyebabkan audiens menyukai dan terasa terhibur dalam video konten tersebut dengan berbagai tanggapan yang diberikan Ning Umi Laila sehingga hal tersebut menjadikan suatu upaya pendekatan diri kepada audiens agar lebih akrab dan hal tersebut juga salah satu contoh dirinya sebagai pelawak dengan kepribadiannya yang merupakan ciri-ciri komunikasi keterbukaan.

Ning umi laila juga memanfaatkan fitur live yang terdapat dalam platform media tiktok pada tabel 18 no 3 saat Ning Umi Laila ngelive. Live tersebut dapat berkomunikasi langsung dengan audiens dalam kolom komentar saat live bahkan dapat di baca langsung maupun ditanggapi oleh audiens. Ketertarikan dalam fitur tersebut dapat melihat kegiatan Ning Umi Laila langsung melalui live yang disiarkan kepada Ning Umi Laila. Dalam live juga menampilkan bentuk ekspresi yang diberikan kepada audiens secara langsung. Hal tersebut menjadikan audiens lebih tertarik dan lebih mengetahui kepribadian Ning Umi Laila dalam kehidupan nyata. Fenomena gaya komunikasi yang terjadi pada Ning Umi Laila merupakan salah satu gambaran dirinya memiliki keterbukaan dengan audiens dan dapat menjalin hubungan lebih akrab lagi dengan audiens melalui fitur live pada platform media tiktok.

Tabel 18 : Komentar Audiens Terhadap Konten Ning Umi Laila

No.	Gambar	No.	Gambar	Keterangan
1.		2.		Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi equalitarian style yang diterapkan pada kolom komentar platform media sosial tiktok.
3.		4.		

No.	Gambar	No.	Gambar	Keterangan
5.		6.		

Bahkan dalam komentar video konten tersebut pada tabel diatas terdapat salah satu percakapan komunikator dengan audiens yang menjadikan upaya lebih akrab dengan audiens dan mudah untuk menyampaikan isi yang ingin disampaikan. Pada tabel 19 no 1 yaitu “Ning Umi Laila udah punya pacar belum..?” dan Ning Umi Laila sebagai komunikator menjawab “banyak” di ikuti dengan audiens lain memberikan symbol emoji ketawa. Komentar lain juga terdapat percakapan kepada audiens yaitu “jujur susah apalnya (emote ketawa)” dan komunikator menjawab “saya juga belum apal (emote ketawa), dan hal tersebut menjadikan upaya mendekatkan diri kepada audiens agar menjalin hubungan baik dan akrab. Komunikasi tersebut dalam bentuk komentar yang bersifat dua arah dalam bentuk tulisan atau komentar yang saling mengirim pesan kepada komunikator. Dan pada komentar tabel 19 no 2 merupakan unsur dimana komunikasi memberikan candaan kepada Ning Umi Laila yang tertulis dalam komentarnya “langsung cepet jamaah subuh ini ning” dan di berikan balasan kepada komunikator “harus” ucap Ning Umi Laila dan dibalas dengan audiens lainnya dengan candaan disertai emote ketawa. Selain itu Ning Umi Laila juga menanggapi candaan dari audiens pada tabel 19 no 3 yang dimana audiens mengomentari “Ning, ngefans sama mas mas yang

nyanyi itu kiw kiw” dan di balas dengan Ning Umi Laila “yang mana (emote ketawa)”. Dari berbagai penjelasan diatas merupakan contoh gaya komunikasi equalitarian style yang di gambarkan dari berbagai tulisan maupun emoji ketawa dengan menandakan bahwa komunikasi tersebut dengan upaya menjalin hubungan akrab lagi dengan audiens. Hal tersebut sama seperti dalam tabel 19 no 4, 5, dan 6 dalam percakapannya kepada audiens, komunikator berusaha untuk tetap dirinya yang dikenal sebagai pendakwah pelawak maka dari berbagai tanggapan komunikan maupun komunikator sudah menjadikan kebiasaan dari berbagai gaya komunikasi keterbukaan Ning Umi Laila pada platfrom media tiktok.

Fenomena tersebut menjadi gambaran bahwa Ning Umi Laila melakukannya dengan tujuan menjalin hubungan akrab dengan audiens dan memiliki sifat dua arah melalui video konten, fitur live dan komentar pada platfrom media tiktok yang merupakan penjelasan ciri-ciri gaya komunikasi keterbukaan atau equalitarian style teori Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss.



3. *The Structuring Style* (Gaya Berstruktur)

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal maupun lisan guna sebagai perintah yang harus dilaksanakan. Gaya komunikasi berstruktur ini identic atau memiliki ciri yang berbeda dari gaya komunikasi lainnya yaitu sebuah pesan yang disampaikan untuk memperkuat arahan yang harus di lakukan dan bertujuan mempengaruhi audiens sehingga mendapatkan informasi penting dalam menjelaskan jawaban dari pertanyaan yang muncul. Komunikator cenderung memberikan perhatiannya kepada keinginannya untuk mempengaruhi oranglain dengan berbagi informasi.²⁹

²⁹ Anastasia Elvira, Herning Suryo Sarjono, and Fikriana Mahar Rizqi, ‘*Gaya Komunikasi Penyiar Program Talkshow Untuk Menarik Pendengar Di Radio Siaran Publik Daerah (Rspd) Klaten*’, *Development and Business Communication Journal*, 1.June (2024), 37–48.

Pengirim pesan lebih memberi perhatian pada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Pada gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal maupun lisan guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul. seperti contoh seseorang berbicara dengan tujuan mempengaruhi konteks penyampaian pesan kepada komunikan dan dalam pesannya terpenuhi setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.³⁰

Tabel 19 : Konten Video Gaya Komunikasi Structuring Style Ning
Umi Laila Platfrom Media TikTok

No.	Gambar	No.	Gambar	Keterangan
1.		2.		Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi Structuring style yang diterapkan pada platfrom media tiktok.

³⁰ *Gaya Komunikasi Structuring Style – Diznet Indo Zahira diakses tanggal 5 oktober 2024*

No.	Gambar	No.	Gambar	Keterangan
3.		4.		Gambar berikut merupakan salah satu gaya komunikasi Structuring style yang diterapkan pada kolom komentar platform media sosial tiktok.

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa ada beberapa video konten Ning Umi Laila dalam platform media tiktok dan beberapa komentar dari Ning Umi Laila yang menggunakan gaya komunikasi structuring style dalam tabel 20 no 1 yang merupakan gaya komunikasi berstruktur memiliki ciri-ciri yang ada didalam gaya komunikasi tersebut salah satunya mempengaruhi audiens mendapatkan informasi penting dalam menjelaskan segala jawaban maupun pertanyaan dan hal tersebut diterapkan dalam bentuk konten video yang terdapat dalam tabel diatas dalam video konten Ning Umi Laila yang berjudul “Cara Agar Berangkat ke Tanah Suci Makkah”. cara tersebut sudah banyak yang mengetahui dan juga banyak yang bertanya tentang rukun islam yang terakhir namun Ning Umi Laila memberikan arahan atau cara agar dapat melakukan ibadah tersebut. Ning Umi Laila juga mempengaruhi audiens agar lebih paham dan lebih mengerti dari video tersebut yang menyertakan gambar maupun audio visual dari berbagai pertanyaan yang muncul. Gaya komunikasi berstruktur ini indentik dengan lisan maupun tulisan yang terdapat dalam konten video Ning Umi Laila juga menjelaskan secara detail isi pesan yang disampaikan kepada audiens, bahkan memberikan gambaran dalam tahap agar dapat menunaikan ibadah haji maupun umrah ke tanah suci Makkah.

Selain itu Ning Umi Laila juga menerapkan gaya komunikasi terstruktur dari kontennya pada tabel 20 no 2 yang merupakan konten Ning Umi Laila bertemakan lagu yang berisikan pesan pesan dakwah yaitu “lupa lupa ingat” dalam platform media tiktok. Konten tersebut memiliki unsur mempengaruhi audiens agar menerima isi pesan yang disampaikan lalu menerapkan di kehidupan masyarakat. Dalam nilai mempengaruhi terdapat dalam isi kontennya yang mengajak audiens dan mengikuti apa yang disampaikan melalui lagu yang dinyanyikan Ning Umi Laila. Konten tersebut juga merupakan video cuplikan Ning Umi Laila saat berceramah dan diposting kepada Ning Umi Laila pada platform media tiktok dengan upaya mempengaruhi audiens agar mengamati isi pesan yang disampaikan dan dapat di ulang kembali cuplikan video tersebut dalam bentuk konten. hal tersebut juga bisa diartikan mempengaruhi karena terdapat penayangan dari penonton konten tersebut bahkan membagikan video tersebut ke masyarakat luas dari audiens. bentuk penyampaian pesan juga melalui lisan maupun pesan verbal yang dimana konten tersebut lebih mudah di pahami oleh audiens.

Ning Umi Laila juga memanfaatkan fitur kolom komentar dengan tujuan audiens jika tidak paham dengan apa yang telah diinformasikan melalui konten video. seperti contoh dalam tabel 20 no 3 yang dimana audiens masih menanyakan terkait video konten Ning Umi Laila yaitu salah satu komentar audiens “wkwkwk, itu pemain musiknya bingung, biasanya dua kali” dan Ning Umi Laila sebagai komunikator menjawab komentar audiens “nonton fullnya diyoutube biar gak salah paham” yang artinya dalam percakapan tersebut ada salah audiens yang belum maksud dalam konten video yang diberikan maka di jelaskan kembali kepada Ning Umi Laila agar tidak mengakibatkan kesalahpahaman terhadap konten tersebut. Komentar tersebut mengandung penjelasan dari setiap pertanyaan yang muncul sama seperti pada tabel 20 no 4 yang dimana audiens masih menanyakan grup

music yang dimiliki Ning Umi Laila dan hal tersebut banyak yang menanyakan pertanyaan yang sama seperti contoh “mba niku meng orgen nopo alat music komplit, besok kalo dikebumen biar kami persiapkan musikny”/ “mba itu hanya orgen atau alat music lengkap, besok kalo di kebumen biar kami persiapkan musikny”, dan komunikator menjawab “niku grup music kulo sendiri dari Surabaya” yang artinya “itu grup music saya sendiri dari Surabaya” ujar Ning Umi Laila dalam komentar. Fenomena tersebut merupakan salah satu gaya komunikasi Ning Umi Laila dalam platform media sosial tiktok dan gaya tersebut merupakan gaya komunikasi berstruktur atau the structuring style yang didalamnya terdapat gaya komunikasi Ning Umi Laila saat menggunakan platform media tiktok saat berdakwah maupun sebagai personal branding dirinya yang berprofesi menjadi munsyidah.

Dari penjelasan berikut merupakan salah satu ciri-ciri bahwa yang digunakan Ning Umi Laila dalam video kontennya menggunakan gaya komunikasi structuring style yang artinya berstruktur dengan tujuan mempengaruhi audiens agar lebih paham dan mengerti apa pesan yang disampaikan dalam sebuah komunikasi. Gaya komunikasi ini sesuai dengan ciri-ciri gaya komunikasi structuring stye dalam teori Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss pada bukunya yang berjudul human communication; Prinsip-prinsip dasar.³¹

Dari penjelasan diatas menerangkan bahwa 3 gaya komunikasi dalam teorinya Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss diterapkan pada Ning Umi Laila sebagai gaya komunikasi dalam berdakwah dalam segala informasi dan menjadikan cara pendekatan agar dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens dalam platform media tiktok berbentuk konten video yang di unggah. Gaya komunikasi ini bertujuan sebagai tempat atau langkah utama saat melakukan kegiatan dakwah dan dapat menimbulkan perhatian kepada audiens agar perhatian tersebut menjadikan sebuah bentuk dalam

³¹ Imelia Aziza, 'Gaya Komunikasi Organisasi Dalam Pengkaderan Di Pmii Komisariat Iain Ponorogo Periode 2020 -2021', Skripsi, 33.1 (2022), 1-12.

menyampaikan pesan yang dapat diterima dengan baik kepada audiens. Ning umi laila juga menggunakannya dengan tujuan dalam penyampaian pesannya dapat diterima dan selama ini dalam pengamatannya hal tersebut berhasil diterapkan dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Gaya komunikasi Ning Umi Laila dari berbagai video konten maupun fitur live dan kolom komentar yang terdapat pada platform media tiktok juga menjadikan suatu bentuk gaya komunikasi Ning Umi Laila pada media tiktok dan personal branding Ning Umi Laila sebagai pendakwah maupun munsyidah yang dikenal dirinya sebagai public figure. Dan gaya komunikasi yang digunakan saat berdakwah maupun keunikan yang dimiliki Ning Umi Laila pada platform media sosial tiktok.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap beberapa konten video Ning Umi Laila pada platform media tiktok. Konten tersebut berisi tentang dakwahnya Ning Umi Laila dalam platform media tiktok dan peneliti juga mengamati gaya komunikasi Ning Umi Laila. Video konten yang terdapat dalam platform media tiktok, Ning Umi Laila juga memanfaatkan fitur kolom komentar yang bertujuan sebagai pendekatan diri terhadap audiens, memberikan informasi terkait Ning Umi Laila sebagai profesinya yang menjadi pendakwah dan munsyidah, dan Ning Umi Laila juga menjawab berbagai pertanyaan yang sering muncul. Ning Umi Laila dalam gaya komunikasinya menggunakan 3 gaya komunikasi dalam teorinya Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss yaitu The Controlling Style (Gaya Mengendalikan), The Equilatarian Style (Gaya Keterbukaan) dan The Structuring Style (Gaya Berstruktur). Dari ketiga teori gaya komunikasi tersebut Ning Umi Laila dengan upaya menciptakan interaksi yang efektif dan menarik pada platform media tiktok, dan gaya komunikasi yang digunakan Ning Umi Laila dengan tujuan untuk mendekati diri dengan audiens saat menyebarkan informasi, menciptakan struktur yang jelas dan terarah dari berbagai pertanyaan yang muncul, dan mengcontrol dalam penyampaian pesannya.

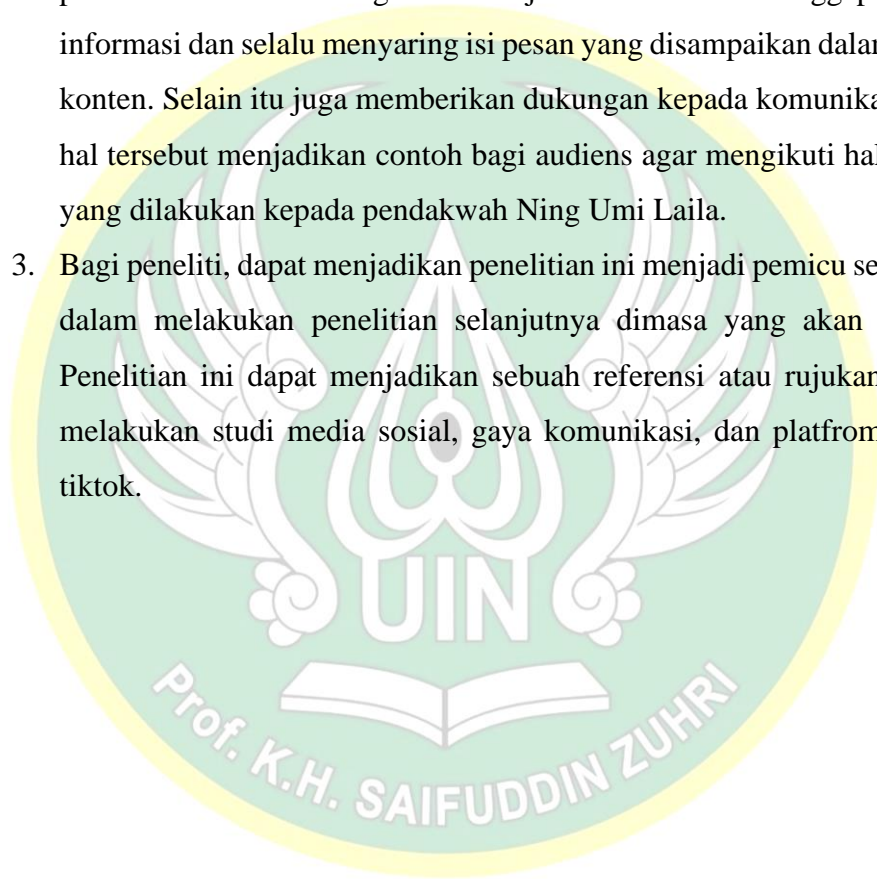
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi akun tiktok Ning Umi Laila agar tetap menggunakan gaya komunikasi yang baik dan benar sehingga pesan yang disampaikan dalam platform media TikTok tidak terdapat nilai buruk dari audiens

bahkan menyebabkan miss komunikasi atau kesalah pahaman dalam sebuah konten video yang di unggah pada platfrom media tiktok. Selain itu juga menjadikan konten video tersebut sebagai media informasi dakwah yang bermanfaat bagi umat islam dan tetap konsisten dalam menyebarkan segala informasi sebagai seorang public figure yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

2. Bagi audiens atau penonton maupun pengikut Ning Umi Laila dalam platfrom media tiktok agar lebih bijaksana dalam menanggapi segala informasi dan selalu menyaring isi pesan yang disampaikan dalam video konten. Selain itu juga memberikan dukungan kepada komunikator dan hal tersebut menjadikan contoh bagi audiens agar mengikuti hal positif yang dilakukan kepada pendakwah Ning Umi Laila.
3. Bagi peneliti, dapat menjadikan penelitian ini menjadi pemicu semangat dalam melakukan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang. Penelitian ini dapat menjadikan sebuah referensi atau rujukan dalam melakukan studi media sosial, gaya komunikasi, dan platfrom media tiktok.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Suja'i, Khairan Muhammad Arif, Ahmad Luthfi, 'Urgensi Manajemen Dalam Dakwah', *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5.1 (2022), <<https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>>
- Aji, Wisnu Nugroho, and Dwi Bambang Putut Setiyadi, 'Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra', 4.1 (2020).
- Akbar, Muhammad Fikri, Erwin Putubasai, and Asmaria Asmaria, 'Peran Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat', *Komunika*, 2.2 (2019), <<https://doi.org/10.24042/komunika.v2i2.6027>>
- Amelinda, Ria, Jumriani Jumriani, and Andriani Andriani, 'Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram Di Media Sosial', *Palita: Journal of Social Religion Research*, 8.2 (2023), <<https://doi.org/10.24256/pal.v8i2.4893>>
- Anas Habibi Ritonga, 'Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah Dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga', *Hikmah*, 14.1 (2020).
- Andini, 'Analisis Mengenai Metode Dakwah Islami Melalui Platform Tiktok Pada Gen Z', 4.02 (2024).
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, 'Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif', *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023) <<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>>
- Ariani, Fany, and Wulan Trigartanti, 'Impression Management Seorang Selebgram Sebagai Eksistensi Diri Melalui Media Sosial Instagram', *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 3.2 (2022).
- Arif Pratama, Fajar, 'Gaya Komunikasi Orangtua Dalam Meningkatkan Minat Mengaji', *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.2 (2023).
- Arifin, Johar, 'Pendekatan Ulama Hadis Dan Ulama Fiqh Dalam Menelaah Kontroversial Hadis', *Jurnal Ushuluddin*, XXII.2 (2014)
- Asfar, A.M.Irfan Taufan, 'Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik', January, 2019 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>>
- Astriningsih, Renova, 'Memahami Gaya Konflik Budaya Konteks Tinggi Dan Rendah Dalam Konflik Kesalahpahaman Hubungan Pertemanan', 2011
- Aziza, Imelia, 'Gaya Komunikasi Organisasi Dalam Pengkaderan Di Pmii Komisariat Iain Ponorogo Periode 2020 -2021', *Skripsi*, 33.1 (2022).

- Batoebara, Maria Ulfa, 'Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan', *Network Media*, 3.2 (2020), <<https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>>
- Carolin, Idza, Grace Deborah Victoria, Sarah Dina, and Muhamad Nastain, 'Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022', *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3.1 (2023), <<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>>
- Clara Sari, Astari, 'Komunikasi Dan Media Sosial', January 2019, <<https://www.researchgate.net/publication/329998890>> Communication, Islamic, Indah Sariyanti, Nuris Asro, Nidya Agustin, Beni Prasetyo, and Luluk Fikri Zuhriyah, 'Makna Lagu Alamate Anak Sholeh Dalam Perspektif Pesan Dakwah', 7.1 (2024).
- Deliana, Zulfa, 'Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Controlling Style Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Waghe Coffe & Eatery', 2020.
- Edison, Suhardi, 'Analisis Persepsi Komentar Netizen Pada Akun Tiktok Ali Hamza', *Skripsi*, 1.1 (2023).
- Elvira, Anastasia, Herning Suryo Sarjono, and Fikriana Mahar Rizqi, 'Gaya Komunikasi Penyiar Program Talkshow Untuk Menarik Pendengar Di Radio Siaran Publik Daerah (Rspd) Klaten', *Development and Business Communication Journal*, 1.June (2024).
- Ersyad, Firdaus Azwar, and Chusni Nurlaili Nurlaili Lil Jannah, 'Gaya Komunikasi Cak Dave Dalam Membentuk Karakteristik Suroboyoan', *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1.3 (2021), <<https://doi.org/10.53866/jimi.v1i3.12>>
- Fajrussalam, Hisny, Andini Nursyahbani, Anis Khoirunnisa, Nisrina Nurbaiti, and Novita Cahya Ningrum, 'Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar Di Media Sosial Tiktok', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023).
- Fatriadi, Aldi, 'Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok'
- , 'Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Di Masa Pandemi Covid-19', *Osf Preprints*, 2020.
- Febriana, Ayu, 'Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustadz Syam Di Akun @syam_elmarusy', *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11.02 (2021), <<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>>
- Fitriani, Yuni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital', *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5.4 (2021), <<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>>
- Gyta, Rastyka Dhela, 'Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)' (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021)

- Hanifah, Najmy, wahyu agung Prasongko, zukhrufi izza Ramadhan, Edo ardo arta Diansah, Moh. Ali Aziz, and Mualimin, 'Da'i Competence In The Digital Era (Case Study Of Ning Ummi Laila's Da'wah Delivery)', *Journal Komunike*, XVI.1 (2024).
- Hariyanto, Didik, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan Oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright © 2021 . Authors All Rights Reserved, Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2021
- Hartanto, Dipo, 'Gaya Komunikasi Pelatih Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate Cabang Bandung Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa 2022/2023.', 2023
- Hayati, Dinda Rizky, 'Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis', *Skripsi*, 2021, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/Skripsi_Dinda_Rizky_Hayati_1717102009.pdf>
- Hikmawati, Sholihatul atik, and Luluk Farida, 'Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang', *Al-Ittishol : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.1 (2021).
- Husna, Nihayatul, 'Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1.1 (2021), <<https://www.ejournal.iainu.kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/view/319>>
- Ifansyah, M. Syukur, Ummi Aidah, Norfaidi Anwari, Nur Halimatus, Jumali Jumali, Muh Ali Aziz, and others, 'Analisis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumâ€™ah Amin', *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 5.2 (2023), 11 <<https://doi.org/10.52833/masjiduna.v5i2.115>>
- Iskandar, Azis, and Mulkan Habibi, 'Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar)', *Jurnal Kemuhammadiyah Dan Integrasi Ilmu*, 1.1 (2022), <<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JKII/article/view/17675>>
- Karman, K, 'Tafsir Ayat-Ayat Pendidikan', *Rosda Karya Bandung*, 2019.
- Khatimah, Husnul, 'Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat', *Tasamuh*, 16.1 (2018), 119–38 <<https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>>
- Lestari, Ayu, and Nur Asia, 'Gaya Bahasa Ustadz Maulana Dalam Acara " Islam Itu Indah " Ustadz Maulana ' s Language Style In Islamic Events Is Beautiful', *Journal Dakwah Dan Komunikasi*, 3 (2024).
- Lismawati, Lismawati, Kusnadi Kusnadi, and Selvia Assoburu, 'Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul Di Media Sosial Tiktok', *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1.2 (2024), 17

<<https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.2284>>

- Marwah Rahmawati, 'Efektivitas Dakwah Akun Tik Tok @ Dinda Z Di Masa Pandemi Covid-19', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11),
- Muhammad, Oki and Nurjanah, Nurjanah, 'Gaya Komunikasi Comic Komunitas Stand Up Indo PKU Pekanbaru', *Jom Fisip*, 4.1 (2017) <<https://www.neliti.com/publications/115783/gaya-komunikasi-comic-komunitas-stand-up-indo-pku-pekanbaru>>
- Munandar, Arif, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*, 2022
- Ni'aamah, Ayu Nihlatun, 'Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok', 2022, p. 42
- Nurhasanah, A, S C P Day, and ..., 'Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live Di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan', *JSSH (Jurnal Sains ...)*, 7.September 2023 (2023), <<https://doi.org/10.30595/jssh.v7i2.16304>>
- Palupi, Rismaka, Umi Istiqomah, Fella Vidia Fravisdha, Nur Lail Septiana, and Ailyn Maharung Sarapil, 'Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern', *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1 (2021), <<https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>>
- Pattaling, 'Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah', *Jurnal Farabi*, 10.2 (2013), <<https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/772/583>>
- Pramesti, Monica Indriya, and Assyifa Qolbi Sanjaya, 'Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah', *Analytical Biochemistry*, 11.1 (2023), <<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0A>>
- Prawintyas, Elsa Santika, 'Persepsi Mahasiswa Kpi Terhadap Pesan Dakwah Digital Pada Akun Tiktok @Hafiidddd (Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)', *Skripsi*, 2.1 (2023), <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0A>>
- Putra, Septian Ade, and Windu Gata, 'Analisis Sentimen Komentar Youtube Terhadap Ceramah Ning Umi Laila Sindir Rhoma Irama Menggunakan Algoritma LSTM', (2020)
- Putri, Monica Amelia, 'Persepsi Mahasiswa Komunikasi Islam Terhadap Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Di UIN Intan Lampung', *Skripsi*, 2023.
- Rajab, Muhammad, 'Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi KomunikaI Jurnal Dakwah Tablight, 15(1), *Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi KomunikaI Jurnal Dakwah Tablight*, 15(1),69-90, 2014.
- Rakhmawati, Liyana, 'Dakwah Para Ning Di Media Sosial; Rujukan Perempuan Belajar Agama Era Derasnya Konten Radikalisasi', *Dakwatuna: Sekolah*

Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto, 1.01 (2023).

- Randani, Yulia Nafa Fitri, Safrinal Safrinal, Jalimah Zulfah Latuconsina, and Muhammad Roy Purwanto, 'Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial', *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3.1 (2021), <<https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>>
- Ridwan, Muannif, Suhar AM, Bahrul Ulum, and Fauzi Muhammad, 'Pentingnya Penerapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah', *Jurnal Masohi*, 2.1 (2021), <<https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>>
- Rijali, Ahmad, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), <<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>
- Ronaydi, Muhammad, 'Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah', *Idarotuna*, 5.2 (2023), <<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>>
- Rosaliza, Mita, 'Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif', *Jurnal Ilmu Budaya*, 2015.
- Saputri, Nur Pita, and Moh Slamet, 'Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah', *Spektra Komunika*, 2.2 (2023), <<https://doi.org/10.33752/.v2i2.4734>>
- Sari, Anggita Falestyana, and Lutfhi Ulfa Ni'amah, 'Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ Baysasman00)', *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2.1 (2022).
- Seltika, Pipin, and Sri Astuti, 'Da'wa Method Ning Umi Laila in Youtube Video "Ibu Ibu Luweh Seneng Pengajian Opo Rasan-Rasan"', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 7.1 (2023).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2018
- Sukmawati, U. Sulia, Khairul Katsirin, Chusnul Chotimah, and Eman Suherman, 'Konsep Dasar Dalam Merancang Penelitian Studi Islam', *Al-Fiqh*, 1.1 (2023), <<https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v1i1.91>>
- Sultan, Ramadhan, 'Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Konten Pemuda Tersesat Di Youtube Majelis Lucu Indonesia', *Skripsi*, 8.5. 2022 <<https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>>
- Suparman, Oleh, Kamaluddin Tajibu, and Arifuddin Tike, 'The Implementation Of Equalitarian Style Communication In Preserving The Towani Tolotang Wedding Culture', *Jurnal Mercusuar*, 4.2 (2023).
- Suprawoto, Totok, 'Klasifikasi Data Mahasiswa Menggunakan Metode K-Means Untuk Menunjang Pemilihan Strategi Pemasaran', *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 1.1 (2016) <<https://doi.org/10.26798/jiko.2016.v1i1.9>>

- Surokim, 'Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi', *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, 2016.
- Suswita, Pira, Darul Ilmi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah, Uin M Sjech Djamil Djambek Bukittinggi, and Sumatra Barat, 'Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny', *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4.1 (2023).
- Syaifitri, Mutiaradha, *Strategi Komunikasi Interaktif Muslimahdaily. Com Dalam Mempertahankan Followers Melalui Media Sosial Instagram, Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2021
<<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57606%0A>>
- Tineges, Rian, Agung Triayudi, and Ira Diana Sholihati, 'Analisis Sentimen Terhadap Layanan Indihome Berdasarkan Twitter Dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine (SVM)', *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4.3 (2020) <<https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2181>>
- Unsiyatul Uyun, 'Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok', *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.2 (2023) <<https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993>>
- Usrina, Nora, 'Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2021).
- Wijaya, Ardiansyah, and Muktarruddin Muktarruddin, 'Gaya Komunikasi Akun Tiktok @msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18.3 (2024), 1966
- Wumbu, Yoana Lestonac Elita, 'Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat', *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1.3 (2021), <<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i3.193>>
- Yuliana, Rahmi, 'Peran Komunikasi Dalam Organisasi', *Jurnal STIE Semarang*, 4.May 2014 (2012).
- Zulfa, Nadhifatuz, 'Nilai-Nilai Dan Makna Bimbingan Dan Konseling Islam Dalam Hadits Sahih Bukhari (Studi Hadis Tentang Rukun Islam)', *Nilai-Nilai Dan Makna Bimbingan Konseling Islam*, 20.2 (2017).