

**PERSEPSI NETIZEN TERHADAP PEMANFAATAN
APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi Kasus pada Akun @basyasman00)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

OLEH:

MASAYU ZAHWA RESI
NIM.1911310072

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU
2022 M / 1444 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Masayu Zahwa Resi, NIM.1911310072 yang berjudul "PERSEPSI KOMUNIKAN TERHADAP PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)". Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Naskah skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, November 2022

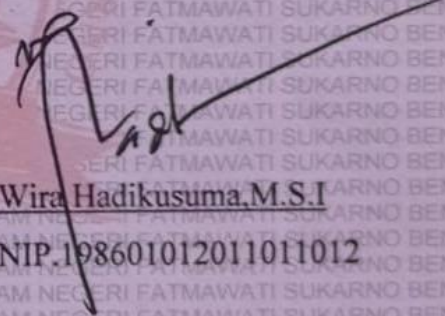
Pembimbing I



Dr. Japarudin, M.Si

NIP.198001232005011008

Pembimbing II




Wira Hadikusuma, M.S.I

NIP.198601012011011012

Mengetahui,

An. Dekan Fuad

Kepala Jurusan Dakwah



Wira Hadikusuma, M.S.I

NIP.198601012011011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama Masayu Zahwa Resi NIM. 1911310072 dengan judul
"PERSEPSI NETIZEN TERHADAP PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK
SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)",
telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Jurusan
Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, pada :


Hari : **Senin**

Tanggal : **26 Desember 2022**

Dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Bengkulu, 26 Desember 2022

Dekan,


Dr. Aan Supian, M.Ag

NIP.196906151997031003

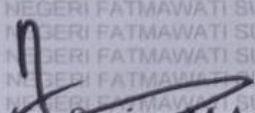
Tim Sidang Munaqasyah

Ketua


M. Ridho Syabibi, M.Ag

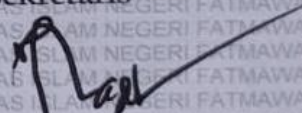
NIP.196807272002121002

Penguji 1


Dr. Aan Supian, M.Ag

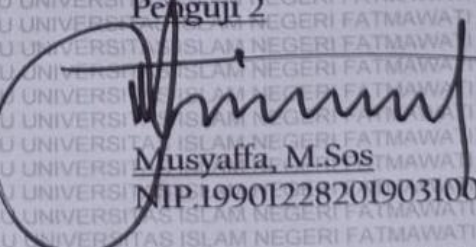
NIP.196906151997031003

Sekretaris


Wira Hadikusuma, M.S.I

NIP.198601012011011012

Penguji 2


Musyaffa, M.Sos

NIP.199012282019031007

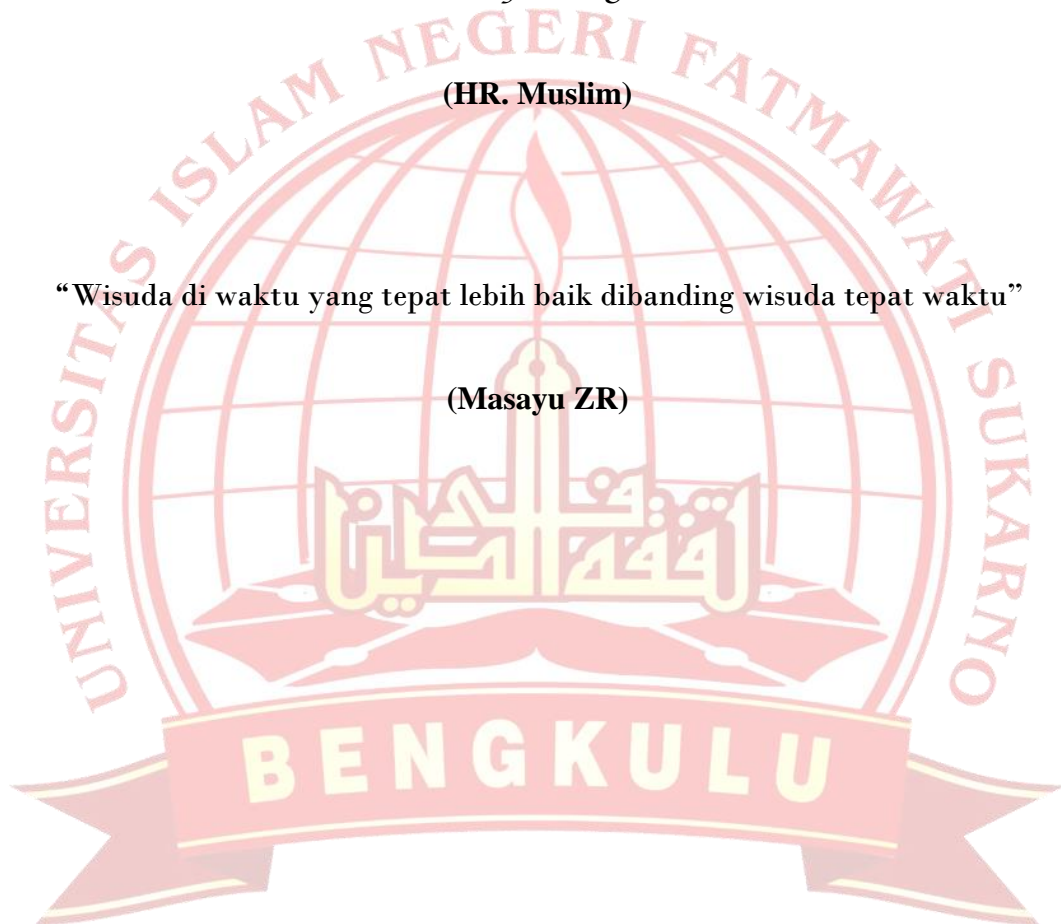
MOTO

*“Rasulullah bersabda: Barangsiapa menempuh jalan untuk
mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan
menuju surga”*

(HR. Muslim)

“Wisuda di waktu yang tepat lebih baik dibanding wisuda tepat waktu”

(Masayu ZR)



PERSEMBAHAN

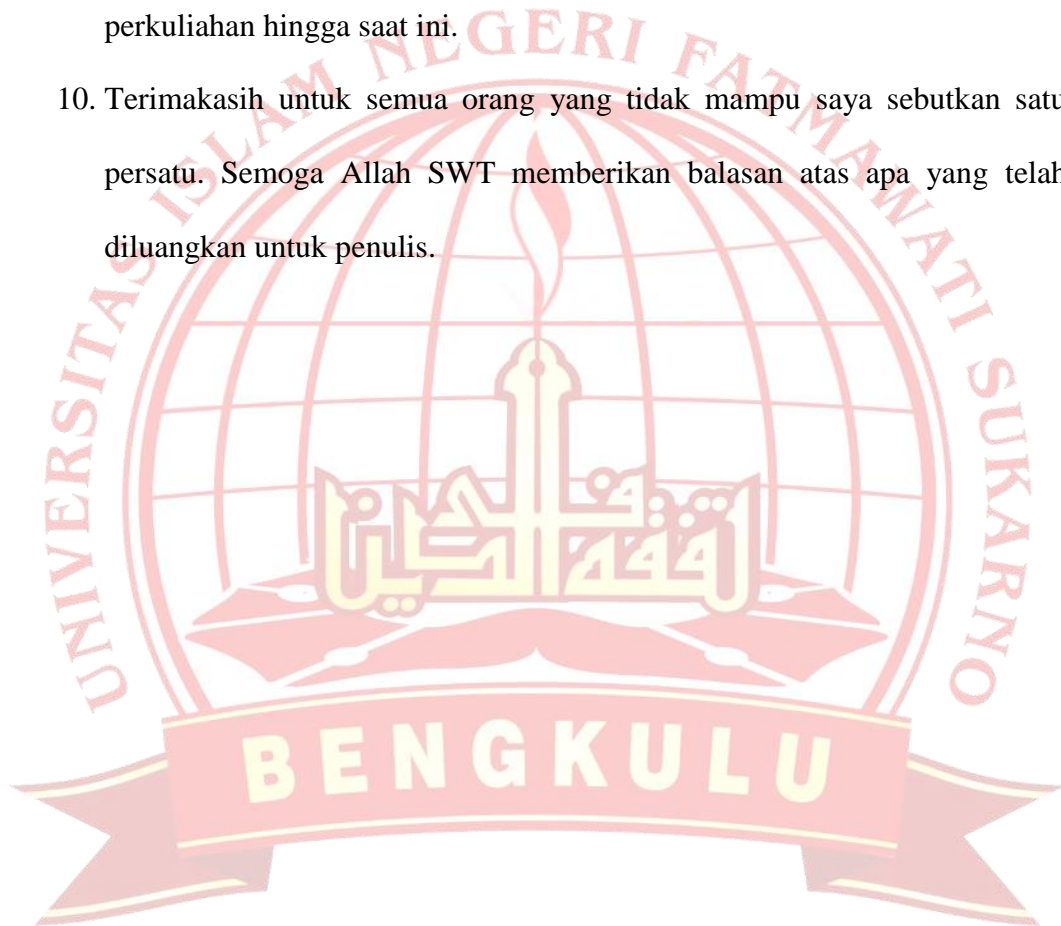
Bismillahirrahmanirrahim...

Dengan segenap rasa syukur dan terima kasih kepada ALLAH SWT.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya untuk tetap sabar dalam proses penyusunan kepada penulis.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua, kakak laki-laki (Masagus Muhammad Aziz), kakak ipar (Pepi Lestari) dan kakak perempuan saya (Masayu Rahmaniari) yang telah mendukung saya dari awal perkuliahan hingga saat ini serta senantiasa mendoakan saya.
3. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar saya yang tiada henti memberikan nasihat serta dukungan kepada saya.
4. Terimakasih kepada seseorang yang selalu berada di samping saya dari awal Januari 2021 hingga saat ini (Febi Anantor) tempat saya berkeluh kesah dan orang yang selalu menyemangati.
5. Terimakasih kepada para dosen yang telah mendidik serta membimbing saya, hingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Terimakasih kepada Tim Aye Aye (Selmi Lestari dan Chairunnisa) kedua sahabat saya yang selalu menolong, tempat saya berkeluh kesah dari awal magang profesi hingga penyelesaian tugas akhir ini.
7. Terimakasih untuk sahabat kecil saya, Chelsi Herwanti yang juga senantiasa mendoakan dan membantu saya selama ini.

8. Terimakasih kepada Calon Cumlaude (Diva Putri AB dan Ririn Amriani) kedua sahabat saya yang telah mendukung, menghibur serta menasehati saya selama ini.
9. Terimakasih kepada seluruh teman teman angkatan 2019,terkhusus kelas C. Dimana kita berjuang, suka dan duka kita lewati bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini.
10. Terimakasih untuk semua orang yang tidak mampu saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas apa yang telah diluangkan untuk penulis.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul “Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali kutipann secara tertulis dengan jelas dan tercantum sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Bengkulu, Januari 2023

ya yang menyatakan



asayu Zahwa Resi
NIM.1911310072

ABSTRAK

MASAYU ZAHWA RESI, NIM 1911310072, JUDUL SKRIPSI “PERSEPSI NETIZEN TERHADAP PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya fenomena tiktok yang digunakan sebagai media dakwah. Objek kajian penelitian ini adalah Husain Basyaiban, seorang pegiat dakwah menggunakan tiktok dengan akun tiktoknya @basyasman00. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi netizen terhadap pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah sekaligus mendeskripsikan persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang yang merupakan pengikut akun TikTok Husain Basyaiban dan aktif memberikan komentar di akun video TikTok Husain Basyaiban. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi netizen terhadap aplikasi TikTok sebagai media dakwah dipengaruhi oleh faktor perhatian, faktor fungsional, dan faktor struktural. TikTok sebagai media dakwah dianggap mampu mempengaruhi persepsi netizen. TikTok mampu menjadi wadah yang tepat dan efektif yang bisa digunakan oleh para da'i untuk memberikan dakwah-dakwah tentang agama, hukum dalam Islam dan sebagainya. sedangkan persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00 terdiri dari tiga aspek. Aspek pertama adalah kognitif, dimana netizen menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh @basyasman00 sehingga menimbulkan pengetahuan baru serta keyakinan terhadap konten tersebut. Aspek kedua adalah afektif, konten yang dibuat oleh @basyasman00 mampu menjadi penyeimbang konten-konten negatif yang ada di TikTok. Adanya konten dakwah @basyasman00 yang juga dikemas dengan menarik mampu menimbulkan efek positif terhadap diri netizen. Aspek ketiga adalah konatif (*behavior component*), ilmu (pengetahuan) yang diterima oleh netizen dari konten @basyaman00 kemudian menimbulkan efek positif terhadap netizen. Sehingga menimbulkan keinginan mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Persepsi, Media Dakwah, @basyasman00

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam selalu tercurahkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk untuk menuju jalan yang benar sesuai syariat Islam.

Penulis menyadari, bahwa dalam proses penelitian skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga penulis bisa mengatasi kendala tersebut. Maka, penulis dengan segala hormat mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Zulkarnain, M.Pd selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Dr. Aan Supian, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Dr. Japarudin, M.Si selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sekaligus dosen pembimbing I.
4. Wira Hadikusuma, M.S.I selaku Ketua Jurusan Dakwah, FUAD, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing II.
5. Pebri Prandika Putra, M.Hum, selaku Sekretaris Jurusan Dakwah, FUAD, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

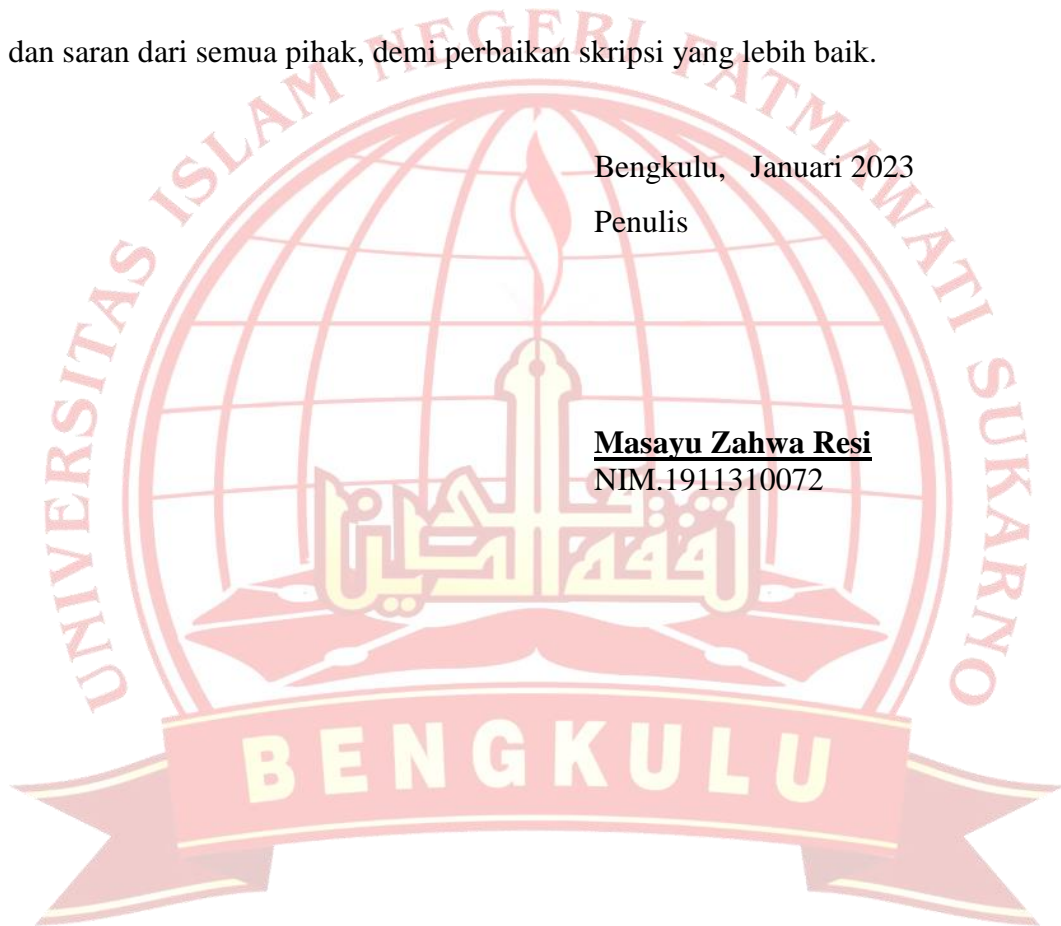
6. Musyaffa, M.Sos selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah, FUAD, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, demi perbaikan skripsi yang lebih baik.

Bengkulu, Januari 2023

Penulis

Masayu Zahwa Resi
NIM.1911310072



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	6
G. Sistematika Penulisan	12
 BAB II KERANGKA TEORI	
A. Persepsi	14
1. Pengertian Persepsi	14
2. Bentuk-Bentuk Persepsi	15
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
4. Aspek-Aspek Sikap	18
5. Proses Terjadinya Persepsi	19
B. Dakwah	20
1. Pengertian Dakwah.....	20
2. Unsur-Unsur Dakwah	22
C. Aplikasi TikTok.....	31
1. Istilah-Istilah Dalam Aplikasi Tiktok.....	32

D. Media Sosial	34
E. Khalayak Media.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	37
C. Objek Penelitian.....	37
D. Informan Penelitian	39
E. Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Keabsahan Data.....	42
H. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1. Profil @basyasman.....	46
2. Sejarah Akun TikTok @basyasman00.....	46
B. Hasil Penelitian.....	47
1. Persepsi Netizen terhadap Aplikasi TikTok sebagai MediaDakwah.....	47
2. Persepsi Netizen terhadap Konten Dakwah pada @basyasman00.....	50
C. Pembahasan	52
1. Persepsi Netizen terhadap Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah.....	52
2. Persepsi Netizen terhadap Konten Dakwah @basyasman00	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Konten Dakwah Husain Basyaiban.....	38
Tabel 3.2 Data Informan	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Analisis Miles dan Huberman 44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Profil @basyasman00

Lampiran 2 : Dokumentasi Kegiatan dan Wawancara

Lampiran 3 : Screenshot 5 Video dengan Komentar Terbanyak

Lampiran 4 : Screenshot Koemntar Followers @basyasman00

Lampiran 5 : Screenshot perbandingan jumlah followers Husain pada awal bulan Juli dan akhir Agustus 2022

Lampiran 6 : Blanko Pengajuan Judul

Lampiran 7 : Surat Penunjukan Penyeminar Proposal

Lampiran 8 : Halaman Pengesahan Pembimbing

Lampiran 8 : SK Pembimbing

Lampiran 9 : Instrumen Wawancara

Lampiran 10 : Pedoman Dokumentasi

Lampiran 11 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 : Ujian Komprehensif

Lampiran 13 : Nilai Komprehensif

Lampiran 13 : Bukti Kehadiran Ujian Munaqosyah

Lampiran 14 : Uji Plagiasi

Lampiran 15 : Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesan Islam ditransformasikan untuk konsumsi manusia melalui da'i dan dakwah. Menurut jangkauan dakwahnya, para da'i dapat menggunakan Al-Qur'an, hadits, atau formulasi mereka sendiri untuk menginspirasi atau memaksa orang untuk mencapai tujuan tertentu.¹ Dakwah merupakan sarana penting bagi perkembangan dan kemajuan Islam, baik sekarang maupun di masa yang akan datang. Al-Faruqi bahkan menegaskan, jika Islam memiliki landasan intelektual yang kuat, maka tidak bisa menolak dakwah. Oleh sebab itu, dakwah sangat penting bagi umat Islam. Selain itu, setelah wafatnya Nabi Muhammad SAW keharusan berdakwah secara tegas dinyatakan dalam Q.S. al-Imran ayat 104:²

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.³

Sejumlah pakar telah melakukan ijtihad terhadap strategi dakwah yang akan digunakan sebagai hasil dari tumbuhnya dakwah. Bagaimana perkembangan Islam dalam nuansa budaya ini, karena dinamikanya selalu

¹ Rini Fitria, et al, *Metode dan Etika dalam Komunikasi Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2020), h.1

² Abdul Basit, "Epistemologi Dakwah Fardiyah dalam Perspektif Komunikasi Antar Pribadi," *Komunika : Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol 1 No 1 (Januari-Juni, 2007), h.80-81.

³ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Kelompok Gema Insani, 2005), h. 64

bergeser dan mengarah pada persoalan yang lebih menantang? Interaksi sejumlah unsur, seperti: *da'i* (komunikator), *mad'u* (netizen), *maddah* (materi dakwah), *washilah* (media dakwah), *tariqah* (metode), logistik, dan *atsar* (efek dakwah)), juga bisa berakibat pada proses dakwah.

Hubungan antara unsur-unsur tersebut, khususnya teknik dan media dakwah yang digunakan, sangat mempengaruhi hasil suatu kegiatan dakwah. Para da'i dapat menggunakan berbagai cara untuk mengomunikasikan ajaran Islam kepada masyarakat luas sebagai akibat dari berbagai kemajuan dari pemanfaatan informasi dan teknologi yang telah terjadi pada masa sekarang.

Hal ini menjadi urgensi dalam penelitian ini karena semakin sulitnya penyebaran dakwah Islam sebagai akibat dari kemajuan teknologi yang menguntungkan manusia dengan mempermudah berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain serta mempengaruhi perubahan dalam aspek kehidupan keagamaan tertentu. Dengan demikian, para da'i harus mampu melakukan perubahan dalam metode dan media dakwah sebagai akibat dari kemajuan teknologi tersebut. Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial dan internet yang berdampak signifikan terhadap cara khalayak mengetahui dakwah Islam yang akan datang. Khalayak dapat beralih dari dunia fisik ke dunia maya melalui internet; sejak batas ruang, waktu, dan lokasi telah dihilangkan, dunia virtual tampaknya sangat kuat.⁴

Perkembangan teknologi telah mengarah pada perkembangan internet, yang dapat digunakan di era modern sebagai sarana baru untuk menyebarkan

⁴ A.S Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), h. 237.

dakwah dan meningkatkan komunikasi. Pertumbuhan jaringan internet saat ini juga memungkinkan untuk menghadirkan berbagai jenis konten yang berkaitan dengan teknologi media massa. Penggunaan smartphone untuk komunikasi sudah mendarah daging dalam kebiasaan masyarakat. Alhasil, sebagian da'i saat ini menggunakan berbagai platform aplikasi di media sosial sebagai platform untuk menyebarkan dakwah Islam.

Mengingat program media sosial yang semakin populer di kalangan masyarakat umum. Oleh karena itu, salah satu *platform* media sosial yang sedang populer dan viral yaitu TikTok saat ini menjadi subjek penelitian ini. Hampir setiap segmen masyarakat dari yang muda hingga tua menggunakan platform media sosial TikTok. TikTok dihadirkan secara lugas untuk memudahkan konsumen dalam memanfaatkannya. Pengguna yang menggunakan TikTok dapat membuat video singkat dengan efek khusus yang khas dan membuat penasaran. Aplikasi ini juga menyertakan alat bantu seperti musik, yang memfasilitasi penggunaan bebas pengguna untuk ekspresi diri. Selain itu, keuntungan lain menggunakan TikTok adalah interaksi melalui fitur live TikTok yang jika digunakan sesuai syarat dan ketentuan terpenuhi dapat menghasilkan rupiah.

Video gaya dansa tertentu atau kompetisi dansa yang diatur dengan menggunakan musik populer baru-baru ini mulai berkembang secara pesat pada aplikasi TikTok. Menginstal aplikasi ini dan berperan aktif dalam membuat video yang sedang *tren* nyatanya menarik bagi para pengguna aplikasi TikTok. Usia rata-rata pengguna TikTok di Indonesia adalah 14

hingga 24 tahun, menurut data dari Eryastha, Kepala Kebijakan Publik TikTok Indonesia. Sebut saja generasi Y (*milenial*) atau generasi Z (generasi setelahnya), namun apapun sebutannya, fitur-fitur TikTok dirasa cocok dengan karakter anak muda yang kerap berekspresi melalui kreasi artistik. Bagi para da'i yang berupaya menyebarkan dakwah Islam di media sosial.

Pegiat dakwah dari segala usia, dari muda hingga tua bermunculan. Para da'i muda ini menarik banyak penonton dan tanggapan positif dari berbagai kalangan. Begitu pula dengan Husain Basyaiban, salah satu dai yang menjadi fokus kajian ini. Alasan Husain Basyaiban menjadi objek penelitian karena Husain merupakan tokoh atau pendakwah yang memiliki ciri khas yang berbeda dari para da'i, Husain berdakwah dengan cara QnA. Tak hanya itu, Husain juga mampu berdakwah sesuai dengan era *millenial* seperti sekarang ini. Husain Basyaiban mulai aktif berdakwah melalui akun TikToknya yaitu @basyasman00 sejak tahun 2020 hingga saat ini dengan jumlah pengikut sebanyak 5,4 jt. Husain sering menampilkan konten TikTok tentang akidah, syariah, dan ibadah. Namun, kebanyakan konten Husain berisi tentang isu-isu mengenai perempuan.

Hal ini merupakan salah satu indikasi pengaruh signifikan generasi milenial dalam bidang dakwah. Hal yang patut diperhatikan adalah keberadaan konten dakwah, dan banyaknya produsen konten yang bergerak di

bidang dakwah Islam dapat memperkaya pengetahuan mulai dari materi aqidah, akhlak, syariah, atau muamalah.⁵

Berdasarkan paparan diatas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana persespi Netizen terhadap dakwah melalui aplikasi TikTok ini sehingga memilih judul penelitian dengan judul “Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Akun @basyasman00).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi netizen terhadap aplikasi TikTok sebagai media dakwah?
2. Bagaimana persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00?

C. Batasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas peneliti membatasi permasalahan yang di bahas hanya berfokus kepada konten TikTok periode bulan Juli hingga Agustus. Batasan masalah berfungsi sebagai garis batas pembahasan yang akan dikaji, sehingga penelitian menjadi fokus dan kajian tidak meluas.

⁵ Yulia Nafa F.R et al, “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial”, *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol No 1 (Agustus-Januari, 2021), h. 576.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan persepsi netizen terhadap pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah.
2. Mendeskripsikan persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00.

E. Kegunaan Penelitian

1. Teori dan Akademisi: dapat membantu ahli teori dengan memberi informasi baru. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan ide-ide, teori, wawasan, referensi, pengetahuan tentang ilmu komunikasi dan penerapan dakwah dalam media sosial.
2. Kegunaan Praktis: Saat menggunakan media sosial untuk membagikan temuan penelitian ini kepada publik, kehati-hatian harus dilakukan dan juga untuk pengembangan komunikasi dakwah bagi para *da'i* yang ingin berdakwah di media sosial.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran peneliti dari berbagai literatur yang relevan serta berkaitan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, Riska Amelia (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok” yang mengkaji pesan dakwah Husain Basyaiban dan memberikan analisis tentang denotasi, konotasi, dan mitos tulisan-tulisannya tentang toleransi beragama. Menurut

temuan kajiannya, video TikTok Husain Basyaiban tentang toleransi beragama mengandung pesan dakwah yang antara lain menekankan saling menghormati antar umat beragama, kehati-hatian dalam menegakkan keyakinan, dan tidak memihak agama selain Islam. Husain Basyaiban sampai pada kesimpulan bahwa ada beberapa makna yang terkandung dalam video Husain setelah menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam konten TikTok. Misalnya, ketika Husain menyampaikan pesannya dengan paksa dan berkali-kali mengarahkan tangan kirinya ke kamera dan menatap. Dalam beberapa situasi, menggunakan tangan kiri dapat menyebabkan orang melihat sesuatu dari sudut yang berbeda. Ini memiliki hubungan yang kuat dengan pentingnya kesusilaan. Di sisi lain, mengingat sebagian pengguna TikTok tidak menunjukkan toleransi terhadap pemeluk agama lain, hal ini menunjukkan keteguhan Husain dalam menyebarkan dakwahnya kepada sesama.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti saat ini sama-sama melihat media TikTok yang digunakan sebagai alat propaganda. Bedanya, penelitian Riska Amelia berfokus pada pesan dakwah dalam materi TikTok Husain Basyaiban dan pentingnya makna denotasi, konotasi, dan mitos. Sedangkan penelitian peneliti berfokus pada menentukan bagaimana netizen memandang penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah di akun @basyasman00.

⁶ Riska Amelia, "*Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok*", (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, 2021), h. 71-73.

Kedua, Dinda Rizky Hayati (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis” yang meliputi pemilihan TikTok sebagai platform dakwah oleh Ikhwan Mukhlis, proses pembuatan konten, dan pemilihan tema dakwah. Temuan kajiannya menunjukkan bagaimana TikTok dijadikan senjata dakwah oleh Ikhwan Mukhlis karena anak muda lebih mudah mengakses dan menerimanya. Mengingat aplikasi yang paling banyak digunakan saat ini adalah TikTok. Ikhwan Mukhlis melakukan kegiatan dakwah di TikTok akibat kekhawatirannya akan hal-hal ganjil yang terjadi di lingkungan sosialnya, yang sudah diterima oleh generasi milenial sebagai hal yang wajar.⁷

Kajian tersebut sama halnya dengan penelitian ini yaitu membahas penggunaan media TikTok sebagai alat propaganda, terdapat beberapa kesamaan di antara keduanya. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti lebih berfokus kepada persepsi netizen terhadap pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah.

Ketiga, Yulia Nafa Fitri dkk (2021), dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial” meneliti mengenai strategi penyampaian dakwah melalui aplikasi TikTok. Hasil penelitiannya, platform media yang ada diharapkan dapat

⁷ Dinda Rizky Hayati, *Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2021), h. 70.

digunakan untuk menyebarkan segala jenis konten dakwah sehingga masyarakat di seluruh dunia dapat dengan cepat mengenalinya.⁸

Penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Yulia dkk sama-sama menganggap aplikasi TikTok sebagai alat untuk menyatukan khalayak. Namun perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Yulia dkk lebih berfokus pada taktik penggunaan TikTok, penelitian yang dilakukan oleh peneliti berkonsentrasi pada persepsi netizen terhadap penggunaan program TikTok.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi Ihza Mahendra (2021) dengan penelitian yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif pada Akun TikTok sebagai Media Dakwah (Studi Analisis Semiotik pada Akun @dinda_ibrahim)” membahas mengenai pemanfaatan teknik komunikasi persuasive pada akun TikTok @dinda_ibrahim yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotik.⁹ Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa ada 5 teknik komunikasi persuasif yang ada dalam video yang ditayangkan oleh akun @dinda_ibrahim. Lima teknik tersebut antara lain, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan teknik *red-hearing*.

Riset yang dilakukan oleh Fahmi dengan yang dilakukan oleh peneliti, memiliki kesamaan yakni sama-sama menggunakan akun TikTok sebagai

⁸ Yulia Nafa F.R at al, “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial”, *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol 3 No 1 (Agustus-Januari, 2021), h. 581-583.

⁹ Fahmi Ihza Mahendra, *Teknik Komunikasi Persuasif pada Akun TikTok sebagai Media Dakwah (Studi Analisis Semiotik pada Akun @dinda_ibrahim)*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2021), h.112.

objek riset. Namun terdapat perbedaan, dimana penelitian yang dilakukan oleh Fahmi berfokus kepada penerapan/pemanfaatan teknik komunikasi persuasif pada pesan dalam video yang diunggah oleh akun TikTok @dinda_ibrahim. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih berfokus kepada persepsi netizen terhadap pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah khususnya pada akun @basyasman00.

Kelima, Ayu Febriana (2021) pada jurnalnya yang berjudul “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy” membahas tentang pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah yang dilakukan oleh Ustad Syam dalam konten dakwahnya di TikTok.¹⁰ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayu Febriana, pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustad Syam dibuat dengan tampilan visual yang menarik. Pesan dakwah yang disampaikan mengenai akhlak, aqidah, syariat Islam yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadis yang bertujuan agar mudah dipahami oleh pengguna aplikasi TikTok sebagai *mad'u*.

Penelitian ini dan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sekarang memiliki kesamaan dalam pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah. Namun, terdapat perbedaan dalam objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan oleh Ayu Febriana berfokus pada akun TikTok Ustad Syam @syam_elmarusy, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada akun TikTok @basyasman00.

¹⁰ Ayu Febriana, “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy”, *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol.11 No 2 (Juli-Desember,2021), h. 193.

Keenam, skripsi yang ditulis oleh Tasha Bulan Suci Fanti (2022) yang berjudul “Dakwah Melalui Aplikasi TikTok oleh Husain Basyaiban”, membahas tentang penerapan dakwah oleh Husain serta gaya bahasa dan teknik pengemasan yang dilakukan oleh Husain untuk berdakwah di *platform* TikTok.¹¹ Dalam karya tulis ini terdapat beberapa dakwah yang disampaikan Husain mengenai akidah, akhlak dan syariah. Teknik dan gaya bahasa yang digunakan Husain dalam menyampaikan dakwahnya dikemas dengan sederhana dan menggunakan kata/kalimat yang mudah dipahami oleh penonton. Sehingga pesan dakwah yang disampaikan mampu diterima dengan baik oleh pengguna TikTok.

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Tasha Bulan, yaitu objek penelitian pada akun yang sama yaitu @basyasman00. Namun memiliki perbedaan dalam topik pembahasan, penelitian ini lebih tertuju kepada persepsi netizen (Husain’s followers) terhadap konten dakwah yang dibuat. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tasha lebih spesifik kepada isi dari konten yang dibuat oleh Husain.

Ketujuh, skripsi yang ditulis oleh Yoga Satya Bimatara dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Melalui Media TikTok pada Akun @sinarkehidupan_16”, yang membahas akan pesan pesan dakwah yang dibuat oleh akun @sinarkehidupan_16 dengan menggunakan teknik analisis isi serta respon *followers* pada pesan dakwah yang disampaikan oleh

¹¹ Tasha Bulan Suci Fanti, *Dakwah Melalui Aplikasi TikTok Oleh Husain Basyaiban*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022), h. 72-80.

@sinarkehidupan_16 dalam setiap konten yang diunggah.¹² Penelitian Yoga memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu TikTok sebagai media dalam berdakwah. Namun berbeda dengan urgensi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti berfokus pada respon netizen terhadap dakwah pada akun @basyasman dan pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah sedangkan pada penelitian Yoga bertujuan untuk mengetahui isi dari pesan dakwah dalam akun @sinarkehidupan_16 serta respon khalayak terhadap pesan tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam menyusun skripsi, maka dibutuhkan sistematika yang terbagi kedalam beberapa sub bab dengan penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab terdiri dari latar belakang, yang akan membahas tentang bagaimana pandangan netizen dalam menggunakan aplikasi TikTok sebagai media dakwah (studi kasus pada akun @basyasman00), rumusan masalah, yang akan memberikan gambaran umum permasalahan yang kemudian akan peneliti telaah lebih dalam. Batasan masalah untuk membatasi masalah yang akan dipelajari agar tidak meluas. Kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu yang berisi rujukan peneliti untuk meneliti permasalahan yang ada serta sistematika penulisan.

Bab II Kerangka Teori, pada bab ini terdiri dari: teori persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, aspek-aspek persepsi, proses

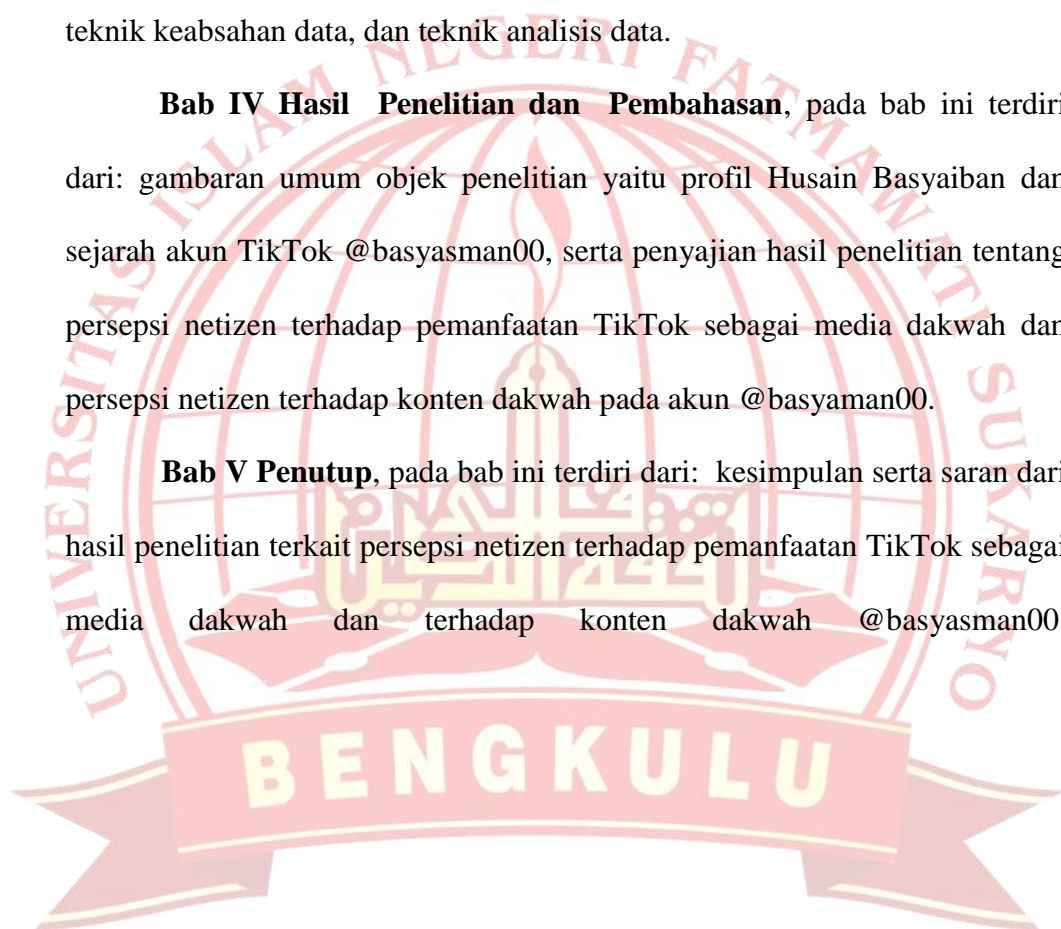
¹²Yoga Satya Bimatara, Analisis Pesan Dakwah Melalui Media TikTok pada Akun @sinarkehidupan_16, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, UIN Fatmawati Sukarna, 2022), h. 69-70.

terjadinya persepsi, teori dakwah, unsur- unsur dakwah, aplikasi TikTok, istilah-istilah dalam TikTok, media sosial dan khalayak (netizen) media.

Bab III Metode Penelitian, bab ini membahas metode penelitian dan jenis penelitian, informan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, objek penelitian, sumber data, data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada bab ini terdiri dari: gambaran umum objek penelitian yaitu profil Husain Basyaiban dan sejarah akun TikTok @basyasman00, serta penyajian hasil penelitian tentang persepsi netizen terhadap pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah dan persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyaman00.

Bab V Penutup, pada bab ini terdiri dari: kesimpulan serta saran dari hasil penelitian terkait persepsi netizen terhadap pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah dan terhadap konten dakwah @basyasman00.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Dalam ilmu komunikasi persepsi adalah informasi diperoleh dari interpretasi pesan tentang objek, kejadian, atau hubungan rangsangan sensorik untuk menafsirkan pesan.¹ Persepsi dalam konteks komunikasi dapat dipahami sebagai tahapan yang dilalui setiap orang atau kelompok untuk mengenali dan memahami lingkungannya melalui panca indera.

Secara etimologis, persepsi berasal dari bahasa Latin *perceptio* yang berasal dari kata kerja *percipere* yang artinya menerima atau mengambil, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *perception*. Persepsi adalah interpretasi pesan, informasi tentang hal-hal, peristiwa, atau koneksi yang dikumpulkan. Memberi arti pada rangsangan sensorik adalah persepsi.² Persepsi dalam psikologi komunikasi tergolong dalam komponen komunikasi intrapribadi/intrapersonal.

Memahami atau menetapkan makna informasi dalam stimulus adalah proses persepsi. Merasakan tindakan, kejadian, atau hubungan antara gejala yang menghasilkan rangsangan lalu diproses oleh otak.³ Kata "persepsi" biasanya digunakan untuk menggambarkan bagaimana suatu objek atau peristiwa dialami. Untuk berkembang sedemikian rupa

¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h.99.

² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (rev.ed.; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 63.

³ Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 52.

sehingga memungkinkan seseorang untuk menyadari lingkungannya, termasuk dirinya sendiri, persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengatur data sensorik (penginderaan).⁴ Ketika seseorang menerima rangsangan eksternal, organ tambahan mengambilnya dan mengirimkannya ke otak, dimana persepsi terjadi. Ini berisi proses berpikir yang pada akhirnya menghasilkan pemahaman.

Menurut Bimo Walgito, persepsi disebut juga sebagai proses penginderaan yaitu tindakan seseorang menerima stimulus melalui indranya sebelum terjadinya proses persepsi. Prosesnya tidak berakhir begitu saja, stimulus terus berjalan dan proses persepsi datang berikutnya.⁵ Menurut William James, persepsi didasarkan pada informasi yang dicerna oleh indera dari lingkungan dan beberapa informasi yang diproses dari memori.

Sehingga dari beberapa definisi persepsi yang telah dipaparkan di atas maka penulis menyimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian yang dilakukan seseorang setelah diberikan stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

⁴Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 110.

⁵Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 88.

2. Bentuk-Bentuk Persepsi

Persepsi dibagi menjadi beberapa jenis tergantung pada bagaimana stimulus atau rangsangan dari indra dipahami:⁶

a. Persepsi melalui Indera Penglihatan

Organ ini merupakan organ yang paling utama dimiliki oleh manusia untuk terjadinya persepsi. Manusia bisa memahami apa yang dilihatnya, rangsangan ini disalurkan oleh saraf sensorik ke otak.

b. Persepsi melalui Indera Pendengaran

Pendengaran bekerja mirip dengan penglihatan karena memungkinkan seseorang untuk mendengar apa yang menyebabkan rangsangan mengenai reseptor. Jika seseorang dapat menyadari apa yang didengar, kemudian dapat merasakan apa yang didengar, maka akan terjadi pengamatan atau persepsi.

c. Persepsi melalui Indera Pencium

Melalui hidungnya, manusia memiliki kemampuan untuk mencium sesuatu. Hidung bagian dalam mengandung reseptor bau atau sel penerima. Bagian dari respons terhadap rangsangan adalah dapat menyadari apa yang diterima oleh indera penciumannya. Stimulus tersebut berupa benda atau gas kimia yang dapat menguap dan mengenai reseptor di hidung sebelum diteruskan ke otak oleh saraf sensorik.

⁶ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 90

d. Persepsi melalui Indera Pengecap

Lidah adalah tempat pengecap berada. Cairan adalah stimulusnya. Seseorang akhirnya dapat menyadari atau merasakan apa yang dirasakan ketika cairan menyentuh sel reseptor lidah, yang kemudian diangkut ke otak oleh saraf sensorik.

e. Persepsi melalui Indera Peraba (kulit)

Indera ini mampu merasakan tekanan, suhu, sentuhan, dan rasa sakit. Namun, tidak semua area kulit bisa merasakan rasa tersebut. Beberapa rangsangan hanya dapat diterima oleh bagian tertentu. Rasa tersebut adalah rasa utama dari kulit. Namun, masih ada beberapa variasi. Saat memberikan tekanan atau sentuhan, rangsangan bersentuhan langsung dengan kulit. Stimulus ini akan membuat seseorang menyadari betapa halus, keras, dan lunaknya benda.⁷

Jenis persepsi yang mendasar adalah persepsi yang menggunakan semua indera, bukan hanya penglihatan, untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dan sesuai dengan realitas situasi. Ketika rangsangan kuat, hasil yang lebih tepat tercapai.

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Para ahli menyatakan bahwa berbagai faktor, termasuk informasi, ekspektasi, dan penilaian, memengaruhi persepsi.⁸ Jika seseorang memiliki ekspektasi dan penilaian positif terhadap situasi tertentu,

⁷ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 90

⁸ Davidoff Linda, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1988), h.248

keadaan persepsinya akan dipengaruhi oleh ekspektasi dan penilaian stimulus tersebut, dan sebaliknya. Perspektif manusia dalam memandang sesuatu sejalan dengan pengalaman dan harapan yang dimilikinya, sehingga memungkinkan adanya persepsi yang efektif dan lunak.

Robbins dan Judge menegaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh tiga faktor, antara lain orang yang mempersepsi, subjek persepsi, sasaran, objek atau subjek persepsi, dan situasi, atau konteks di mana persepsi itu dibuat.⁹

Adapun faktor lain yang mempengaruhi persepsi yaitu:¹⁰

a) Faktor Perhatian

Stimulus atau serangkaian rangsangan menjadi lebih menonjol dalam kesadaran pada saat rangsangan lain mulai memudar.

b) Faktor Fungsional

Kebutuhan, keadaan mental, iklim emosi, dan latar belakang budaya merupakan faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi.

c) Faktor Struktural

Faktor ini berasal dari sifat stimulus fisik dan efek saraf yang ditimbulkan oleh sistem saraf individu itu sendiri.

4. Aspek-Aspek Sikap

Menurut Baron Byrne dan Myers menyatakan bahwa sikap itu

⁹ Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 60.

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h. 51-57.

mengandung tiga aspek, yaitu:¹¹

- a. Komponen kognitif meliputi pengetahuan, pendapat, dan keyakinan tentang bagaimana orang memandang objek.
- b. Komponen afektif yaitu bagian yang berkaitan dengan apakah seseorang merasa senang atau tidak senang terhadap objek tersebut. Efek baik dan negatif pada item dapat dihasilkan dari ini.
- c. Komponen konatif (*behavior component*), yaitu bagian yang berkaitan dengan kecenderungan bertindak ke arah objek. Unsur ini menunjukkan derajat sikap, yang menunjukkan ruang lingkup kecenderungan untuk menanggapi atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap suatu barang.

5. Proses Terjadinya Persepsi

Ketika impuls diambil oleh pemahaman otak, proses persepsi dimulai. Sebagian besar impuls yang menantang pemahaman otak disaring, dan sisanya diatur dan ditafsirkan. Perhatian selektif atau persepsi selektif mengacu pada proses dimana pikiran seseorang memperhatikan beberapa informasi sambil mengabaikan informasi lainnya. Kualitas orang atau benda yang dirasakan, khususnya ukuran, intensitas, gerakan, pengulangan, dan orisinalitas, berdampak pada perhatian selektif. Ketika sesuatu atau seseorang di luar konteks, seperti

¹¹ Dwi Prasetia Danarjati, Adi Murtiadi dan Ari Ratna Ekawati, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 25

ketika mendengar seseorang dengan aksen asing, perhatian selektif terpicu.¹²

Sebelum proses persepsi, stimulus harus diterima terlebih dahulu melalui salah satu panca indera. Setelah stimulus telah diterima, maka harus ditransmisikan sebelum persepsi dapat terjadi. Ketika informasi memasuki tubuh melalui salah satu dari panca indera, seperti mata, telinga, lidah, atau kulit, persepsi terjadi. Mengikuti penerimaan dan interpretasi stimulus, orang tersebut kemudian melewati proses kesadaran. Karena pengalaman dan latar belakang setiap orang sehubungan dengan rangsangan yang mereka hadapi berbeda-beda, begitu pula hasil dari persepsi mereka.

Persepsi diri adalah proses mengidentifikasi diri sendiri sebagai subjek persepsi. Semua yang ada pada diri individu akan berperan dalam persepsi itu karena persepsi merupakan kegiatan yang terintegrasi.¹³

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* dalam bahasa arab yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengajak, merupakan sumber etimologis dari kata dakwah. Sedangkan istilah “dakwah” mengacu pada seruan atau

¹²Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta:Pustaka Firdaus,1997), h. 50.

¹³Andi Tamburaka, *Literasi Cerdas Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), h. 87.

ajakan kepada semua orang untuk menjalani kehidupannya sesuai dengan ajaran Allah SWT.¹⁴ Dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 menyatakan bahwa:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui apa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.¹⁵

Adapun makna dakwah secara terminologis, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan dan menafsirkan dakwah karena mereka memiliki cara pandang yang berbeda dalam menafsirkan dan memandang kalimat dakwah. Dalam bukunya *Ad-Da'wat ila al-Ishlah*, Muhammad al-Khaydar Husain menyatakan bahwa dakwah adalah menganjurkan kebaikan dan petunjuk, *amar ma'ruf*, dan melarang kemungkaran untuk mencapai kebahagiaan hidup dan kehidupan ini.¹⁶ Agama atau dakwah yang dibawa ajarannya untuk disiarkan kepada umat manusia, adalah bentuk pengajaran Islam yang diperkenalkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an yang berbunyi:

رِسَالَتُهُ بَلَّغَتْ فَمَا تَفْعَلْنَ لَمْ وَإِنْ ۗ رَبِّكَ مِنْ إِلَيْكَ أَنْزَلَ مَا بَلَّغَ الرَّسُولُ يَوْمَ أَيُّهَا
 الْكُفْرِينَ الْقَوْمَ يَهْدِي لَا اللَّهُ إِنَّ ۗ النَّاسَ مِنْ يَعْصِمُكَ وَاللَّهُ ۗ

¹⁴ Rifan Tri Yulianto, "Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX", (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2020), h. 14.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Kelompok Gema Insani, 2005), h. 282.

¹⁶ Faizah, Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2018), h.5-6.

Artinya: Wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang telah diwahyukan oleh Tuhanmu kepadamu. Jika tidak engkau lakukan (apa yang telah diperintahkan itu) berarti engkau tidak menyampaikan amanatnya. Dan Allah memelihara engkau dari (gangguan) manusia. Sungguh, Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir. (Q.S. al-Maidah: 67).¹⁷

Islam sangat membutuhkan keberadaan dan fungsi dakwah, mengingat konsekuensi logis dari statusnya sebagai agama dakwah. Dakwah dapat dianggap sebagai sarana penting bagi perkembangan dan kemajuan Islam, baik sekarang maupun di masa depan. Al-Faruqi bahkan menegaskan, jika Islam memiliki landasan intelektual yang kuat, maka tidak bisa menolak dakwah. Oleh karena itu dakwah menjadi hal yang esensial bagi umat Islam. Selain itu, mengikuti wafatnya Nabi SAW, Al-Qur'an surat al-Imran ayat 104 secara tegas menyatakan bahwa :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang – orang yang beruntung.¹⁸

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur yang membentuk suatu kegiatan dakwah, seperti subjek dakwah (*da'i*), objek dakwah (*netizen*), isi dakwah (*maddah*), teknik (metode) dakwah, media dakwah, dan efeknya (*atsar*).

¹⁷ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Kelompok Gema Insani, 2005), h. 120

¹⁸ Abdul Basit, "Epistemologi Dakwah Fardiyah dalam perspektif Komunikasi Antar Pribadi", *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol 1 No 1, (Januari – Juni 2007), h. 80–81

a) Subjek Dakwah (*da'i*)

Seseorang yang menyebarkan dakwah disebut sebagai *dai* atau subjek dakwah. Setiap muslim yang memiliki hati nurani yang baik dan tanggung jawab untuk berdakwah disebut sebagai *dai*.¹⁹ Dalam ilmu komunikasi, *da'i* dapat disebut sebagai komunikator, atau individu yang menyampaikan pesan kepada orang lain.

Da'i adalah salah satu unsur yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu misi dakwah karena *da'i* adalah pelaku dan penggerak kegiatan dakwah. Da'i pada hakekatnya adalah yang mengajak manusia ke jalan Allah SWT, mengibarkan bendera Islam, dan berperang untuk mewujudkan sistem Islam dalam dunia nyata kehidupan sehari-hari.²⁰

Da'i yang bertugas sebagai orang yang mensyiarkan dakwah harus memiliki pengetahuan tentang ajaran Islam yang mendalam agar dapat mengkomunikasikan secara efektif kepada masyarakat luas. Sekalipun *da'i* harus menghadapi tantangan dan cobaan yang berat, *da'i* juga perlu memiliki semangat dan jiwa keislaman yang tinggi agar timbul rasa kepedulian umat untuk menyeru kepada yang baik dan mencegah yang munkar.

Setiap individu yang melakukan kegiatan dakwah harus memiliki akhlak yang baik karena efektifitas dakwah sangat tergantung pada kepribadian pengemban dakwah. Masalah sifat, sikap,

¹⁹Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 26.

²⁰ Ismail, *Paradigma Dakwah Syyid Quthub*, (Jakarta : Pena Madani, 2006), h. 311.

dan kemampuan pribadi da'i pada dasarnya termasuk dalam klasifikasi kepribadian da'i yang bersifat spiritual. Ketiga hal tersebut sudah mencakup seluruh kepribadian yang harus dimiliki oleh seorang da'i, yaitu:²¹

1. Iman dan takwa kepada Allah

Seorang da'i harus memiliki keimanan dan ketakwaan kepada Allah untuk menunaikan misi dakwahnya; harus bisa mengendalikan keinginannya sebelum memberi perintah atau membuat keputusan.

2. Tulus ikhlas dan tidak mementingkan kepentingan pribadi

Dakwah adalah pekerjaan yang berhubungan dengan Tuhan, kualitas ini menentukan keberhasilan dakwah. Oleh sebab niat ikhlas tanpa pamrih akan duniawi merupakan salah satu syarat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang da'i.

3. Ramah dan penuh pengertian

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat propaganda terhadap netizen (*mad'u*). Dakwah dapat diterima oleh orang lain jika seorang da'i itu ramah, sopan, dan lemah lembut dengan *audiens* yang dituju.

4. Tawadhu (rendah hati)

Rendah hati sebagai da'i berarti santun dalam berbicara, tidak angkuh, dan tidak senang mencela dan menghina orang lain.

²¹ Pattaling. "Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur – Unsur Dakwah", *FARABI*, Vol 10 No 2, (Desember, 2013), h. 146-148.

5. Sederhana dan jujur

Landasan keberhasilan dakwah adalah kesederhanaan. Sederhana bukan berarti selalu terjangkau untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Namun sederhana bukan berarti sombong, angkuh, dan sebagainya namun tidak membuat orang lain merasa terintimidasi.²²

6. Tidak memiliki sifat egoisme

Ego adalah karakter yang mengedepankan kesombongan dalam pergaulan dan percaya bahwa dirinya terhormat, cerdas, dan lain sebagainya.

7. Sifat antusiasme (semangat)

Seorang *da'i* perlu memiliki semangat juang karena dengan semangat maka ia dapat terhindar dari kekesalan, kekecewaan, dan emosi negatif lainnya. Setiap Rasul memiliki sifat-sifat ini karena dalam menyebarkan risalah Allah, ia mampu menghadapi banyak kesulitan, jalan memutar, dan godaan.

8. Sabar dan tawakkal

Dakwah yang berarti menaati perintah Allah merupakan kewajiban bagi setiap orang. Jika menemui kesulitan dan cobaan dalam berdakwah hendaknya bersabar dan bertawakkal kepada Allah karena Allah tidak mewajibkan umatnya untuk selalu

²² Pattaling. "Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur – Unsur Dakwah", *FARABI*, Vol 10 No 2, (Desember, 2013), h. 146-148.

berhasil dalam perjuangan dakwahnya. Sungguh, Allah menghargai orang-orang yang sabar dan taat dalam tindakan

9. Memiliki jiwa toleran

Berwawasan dan konstruktif, bermanfaat bagi dirinya sendiri dan orang lain.

10. Sifat terbuka (demokratis)

Seorang da'i hanyalah manusia biasa, dan karena manusia adalah makhluk yang bisa salah, seorang da'i harus berpikiran terbuka agar dakwahnya efektif.²³

b) Objek Dakwah (*mad'u*)

Kata *mad'u* berarti objek atau sasaran dalam bahasa. Sebaliknya, *mad'u* adalah orang atau kelompok yang biasanya dibentuk oleh jamaah yang meminta ajaran dari *da'i*.²⁴ Oleh karena itu, *mad'u* (netizen) dapat dipahami sebagai sasaran yang dituju oleh seorang *da'i*, untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Dalam menyampaikan dakwah harus diperhatikan keadaan orang yang menerima pesan atau materi dakwah. Usia, status sosial, keadaan psikologis, dan tingkat pengetahuan netizen semuanya dapat berdampak pada seberapa baik seseorang memahami apa yang ingin disampaikan *da'i*. Oleh karena itu, seorang *da'i* diharapkan mampu memprediksi siapa yang akan menjadi sasaran dakwahnya. Tujuan

²³ Pattaling. "Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur – Unsur Dakwah", *FARABI*, Vol 10 No 2, (Desember, 2013), h. 146-148.

²⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2012), h. 279.

dakwah adalah menyebarkan kesadaran Islam kepada semua orang, bukan hanya kepada orang yang sudah mengamalkannya. Secara khusus, ini bertujuan untuk menginformasikan kepada semua orang yang kurang pengetahuan tentang Islam.

Mad'u (netizen) dilihat dari stratifikasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografis adalah sebagai berikut:²⁵

- (1) Masyarakat kota, yaitu : kehidupan masyarakat yang cenderung individualis kompetisi untuk meningkatkan status sosial yang sangat terasa sekali, sehingga nilai yang berkembang menjadi lebih materialis dan rasionalis. Pola pikir rasionalis adalah hal utama yang perlu diperhatikan oleh para juru dakwah yang disajikan dengan lebih menggunakan pendekatan rasional.
- (2) Masyarakat desa, yaitu : kehidupan masyarakat desa yang erat kaitannya dengan alam. Mengandalkan sesuatu dengan kekayaan alam sekitarnya dan membuat pola pikir yang cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat kota, sehingga berdakwah di hadapan masyarakat desa tidak perlu menggunakan ilmiah agar tidak menimbulkan kesalahpahaman karena tidak komunikatif.
- (3) Masyarakat primitif, yaitu : masyarakat yang tertinggal di segala bidang peradaban. Kebudayaannya masih asli dan sangat sederhana, maka dari itu kondisi seperti ini justru diperlukan para

²⁵ Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : CV.Turnisa, 1993), h. 46-48.

juru dakwah yang serba bisa. Dapat membimbing mereka langsung dalam kehidupan sehari – hari, sehingga dakwah yang lebih cocok adalah dakwah dengan pendekatan bil hal (perbuatan atau tingkah laku).²⁶

c) Materi Dakwah (*maddah*)

Pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u* (netizen) dikenal dengan materi dakwah. Ajaran Islam, khususnya hadits dan Alquran, materi dakwah secara umum dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu:²⁷

1) Materi Akidah

Masalah akidah merupakan masalah utama yang dijadikan dasar dakwah. Akhlak pada manusia dibentuk oleh akidah. Materi akidah merupakan materi pertama yang harus disampaikan kepada *mad'u* (netizen) dalam dakwah Islam. Segala sesuatu yang berkaitan dengan keyakinan dasar Islam tercakup dalam materi ini.

2) Materi Syariah

Materi yang membahas tentang aturan-aturan yang ditetapkan Allah untuk hamba-hamba-Nya dikenal dengan materi syariah, seperti: zakat, haji, shalat, puasa. Syariah adalah segala perintah Allah yang dapat didukung oleh dalil-dalil Al-Quran dan Hadis, sebagaimana maupun dengan cara lain seperti ijma, qiyas,

²⁶ Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : CV.Turnisa, 1993), h. 46-48.

²⁷ Muhammad Munir, *Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24-

dan sejenisnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa syariah adalah aturan atau hukum yang ditetapkan oleh Allah, baik melalui Al-Quran, Sunnah Nabi-Nya, maupun ijma dan qiyas. Istilah “syariah” tidak berlaku bagi hukum-hukum yang tidak diilhami oleh Allah SWT. Dakwah yang menjelaskan aspek-aspek syariah harus dapat mendefinisikan atau memberikan keterangan yang jelas dalam bidang hukum berupa status hukum, seperti wajib, diperbolehkan, dianjurkan (*mandub*), dianjurkan (*makruh*), dan dilarang (*haram*).

3) Muamalah

Islam adalah agama yang mengutamakan masalah mu'amalah di atas masalah ibadah. Istilah “ibadah” dalam konteks ini mengacu pada pengabdian kepada Allah SWT serta hubungan manusia dengan Allah. Jual beli, sewa-menyewa, kegiatan perbankan, riba, dan amalan lainnya adalah contoh materi muamalah.²⁸

4) Materi Akhlak

Kata “*khuluqun*”, berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat, adalah asal kata “*akhlak*” (jama'). Materi moral ini dirancang untuk membantu orang mengidentifikasi benar dan salah, pikiran dan hati, berdasarkan kebiasaan

²⁸ Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24-28.

masyarakat. karena moralitas dan ibadah sangat erat kaitannya dalam Islam.²⁹

d) Metode dakwah (*thariqah*).

Kata "metode" secara etimologis terkait dengan kata Yunani "metode", yang berarti "cara" atau "jalan". Oleh karena itu, istilah "metode" mengacu pada ilmu yang mengkaji prosedur yang diikuti untuk menyelesaikan suatu tugas dengan efektivitas dan efisiensi. Tidak semua teknik tepat untuk mempengaruhi setiap sasaran dakwah.

Al-Quran dan hadis Rasulullah SAW sama-sama memuat kaidah atau prinsip dasar penggunaan teknik dakwah Islam.

Sebagaimana dalam surah An-Nahl: 125 yang berbunyi:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِهُم بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui apa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.³⁰

Dalam surah An-Nahl ayat 125, dijelaskan bahwa ada 3 metode dakwah yaitu, dengan hikmah, mau'idzah hasanah, dan mujadalah. Semua metode tersebut pada dasarnya adalah upaya transformasi Islam.

²⁹ Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24-28.

³⁰Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Kelompok Gema Insani, 2005), h. 282.

e) Media Dakwah

Bentuk jamak dari medium, adalah tempat kata media pertama kali muncul. Media didefinisikan oleh Wilbur Schramm sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan di dalam kelas. Istilah “media” lebih khusus digunakan untuk merujuk pada alat bantu pengajaran atau komunikasi yang berwujud seperti buku, film, video, kaset, slide.³¹

C. Aplikasi Tik Tok

TikTok merupakan jejaring sosial yang berbagi mengenai video. Bisnis yang dimiliki oleh *Bytedance* ini didirikan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Beberapa orang percaya TikTok adalah perangkat lunak yang sepenuhnya berfokus pada hiburan yang dibuat untuk semua orang dan tidak memiliki batasan penggunaan. Pada dasarnya, komponen aplikasi adalah yang memberikan hiburan. Karena kerja atau kegiatan harus dilandasi syariat Islam dan tidak melewati batas syariat, maka al-Quran lebih memperhatikan bagaimana cara menyerap dan mengimplementasikannya dari sekedar nilai hiburannya.³²

Aplikasi TikTok diluncurkan pada September 2016. Pengguna aplikasi TikTok cukup membuat film pendek yang dapat menarik perhatian banyak orang dengan menggunakan efek khusus yang disediakan oleh program ini dengan cara yang unik. Video yang diunggah pada aplikasi TikTok telah menggantikan teks dan gambar dalam industri konten dan

³¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 113.

³² Niswatul Malihah, “TikTok Dalam perspektif Al-Qur’an”, *Jurnal At – Tahfidz : Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir*, Vol 1 No 01 (Juli–Desember, 2019), 45.

sebagian besar konten kini berasal dari pengguna. Tuntutan pengguna TikTok sendiri diperhitungkan saat melakukan perubahan. *ByteDance* berevolusi menjadi alat untuk membuat video pendek yang pertama kali dirilis pada September 2016 dengan nama Douyin.³³ Terhitung pada tahun 2022, menurut laporan Business of App, pada kuartal II 2022 TikTok sudah memiliki 1,46 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia.³⁴

Aplikasi TikTok digunakan untuk lebih dari sekadar hiburan. Namun, banyak juga materi video yang ditawarkan untuk hal-hal seperti personal branding, pemasaran perusahaan, menyebarkan ilmu dan pengembangan syiar Islam.

1. Istilah-Istilah Dalam Aplikasi Tiktok

a. FYP (For Your Page)

Fyp, singkatan dari halaman Anda. Dengan bantuan Fyp, rekomendasi video TikTok yang spesifik untuk minat pengguna ditampilkan. Jika masyarakat sering menonton video ceramah/dakwah, maka video dakwah akan sering muncul di halaman pengguna TikTok.

35

b. Duets

Salah satu fitur TikTok adalah duet. Pengguna dapat berkolaborasi dengan kreator atau pengguna lain menggunakan

³³ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, "Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam (Al-Ittishol)*, Vol 2 No1 (Januari, 2021), h. 4.

³⁴ <https://databoks.katadata.co.id>

³⁵ Tasha Bulan Suci Fanti, *Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Aceh, 2022), h. 54-56

fitur duet. Layar akan dibagi menjadi dua bagian saat video sedang direkam.

c. Drafts

Drafts memungkinkan pengguna menyimpan video yang dibuat tanpa mengunggahnya sehingga mereka dapat memposting video di lain waktu.

d. Stich

Stich memasang pengguna dan pembuat video secara berdampingan. Fitur gabungan, di sisi lain, membuat video kreator terlebih dahulu, diikuti oleh video dari pengguna lain. Biasanya, orang menggunakan fitur ini untuk menanggapi atau mengomentari video yang dibuat oleh pembuat konten lain.³⁶

e. Report

Report adalah fitur di TikTok yang memungkinkan pengguna untuk melaporkan konten, perkataan, atau tindakan yang dianggap tidak pantas dan dapat berdampak negatif, seperti pelecehan, cyberbullying, rasisme.

f. Q&A

Pengikut pengguna dapat mengajukan pertanyaan di akun mereka menggunakan fitur Q&A. Pengguna dapat memberikan tanggapan video atas pertanyaan jika telah dikumpulkan.

³⁶ Tasha Bulan Suci Fanti, *Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Aceh, 2022), h. 54-56

g. Discovery Page

Halaman penemuan adalah halaman penemuan. Halaman Jelajahi Instagram dan yang ini serupa. Perbedaannya adalah pengguna dapat menemukan tagar yang sedang tren di TikTok serta spanduk iklan di halaman penemuan..

D. Media Sosial

Media sosial menurut Rulli Nasrullah merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, kerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.³⁷ Ada berbagai jenis media sosial yang terbagi menjadi 6, sebagai berikut.³⁸

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*) merupakan situs yang paling populer dalam kategori media sosial.
2. Blog merupakan media sosial yang para penggunanya dapat mengunggah aktivitas sehari-hari, saling berbagi informasi, saling mengomentari dan sebagainya.
3. *Microblogging* merupakan media sosial yang memfasilitasi para pengguna untuk menulis serta mempublikasikan aktivitas ataupun pendapatnya.

³⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 11.

³⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 39-46.

4. Situs Berbagi Media (*Media Sharing*) adalah salah satu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, seperti: dokumen (file), video, audio, gambar dan sebagainya.
5. *Social Bookmarking* yaitu situs yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*.
6. Wiki atau Media Konten Bersama adalah situs yang hasil kontennya kolaborasi dari para penggunaanya.

E. Khalayak Media

Khalayak (netizen) tidak hanya sebagai pengguna ataupun konsumen dari konten-konten yang ada di media sosial. Namun, juga bisa berpartisipasi dalam mengkreasikan sebuah konten. Menurut David Holmes dalam buku *Khalayak Media* karya Rulli Nasrullah menyatakan bahwa kehadiran internet dan *platform* yang membuat pembeda dari era media arus utama (*broadcast media*) dengan era media arus kedua (*second media age*). Perbedaan ini tidak terlihat dari bentuk media saja. Namun, juga bagaimana posisi khalayak terhadap media.³⁹

Ada beberapa ciri utama yang membedakan media model broadcast dengan era media interactivity, yaitu:

³⁹ Rulli Nasrullah, *Khalayak Media*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h.164-166.

1. Sumber media awalnya terpusat dan informasi menyebar kepada khalayak (netizen). Sedangkan pada media interaktif lebih banyak menyediakan sumber informasi dan lebih banyak tersebar kepada khalayak (netizen).
2. Komunikasi pada era media penyiaran cenderung lebih didominasi oleh media sebagai produsen informasi, sedangkan pada media baru komunikasi menjadi timbal balik dan dari berbagai arah.
3. Era media pertama, dari segi bisnis sangat terbuka peluang informasi yang dikuasai oleh siapa saja yang memiliki modal. Berbeda dengan era media kedua bahwa dengan munculnya berbagai saluran alternatif saluran media, penguasaan terhadap sumber informasi semakin kecil karena adanya kebebasan khalayak (netizen) untuk melakukan control terhadap sumber informasi.
4. Media era pertama menempatkan media sebagai instrumen dan adanya strata sosial serta ketidaksetaraan kelas sosial. Beda halnya dengan media kedua yang memberikan fasilitas kepada khalayak (netizen) untuk melakukan kontrol sosial.
5. Era media kedua memposisikan khalayak (netizen) sesuai dengan karakternya masing-masing. Sedangkan pada era pertama, khalayak (netizen) dianggap sebagai massa dan terfragmentasi secara homogen.
6. Awalnya media dianggap bisa digunakan sebagai alat mempengaruhi kesadaran khalayak. Sejak adanya era media kedua, khalayak (netizen) lebih dilibatkan baik secara ruang ataupun waktu.⁴⁰

⁴⁰ Rulli Nasrullah, *Khalayak Media*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h.164-166.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan dengan menggunakan metode kualitatif dan teknik deskriptif. Metode ini biasanya menganalisis data secara induktif. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif tidak menarik kesimpulannya dari teknik kuantifikasi, perhitungan statistik, atau metode berbasis numerik lainnya. Pemahaman mendalam tentang subjek yang diteliti adalah tujuan utama dari penelitian kualitatif.¹

Peneliti akan memaparkan permasalahan dan mencari data yang relevan, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Metode ini dipilih karena diharapkan mampu mendeskripsikan persepsi netizen terhadap pemanfaatan aplikasi tikTok sebagai media dakwah serta persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Juli hingga Agustus 2022, tepatnya pada akun TikTok @basyasman00.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konten dakwah pada akun TikTok @basyasman00. Berdasarkan teori mengenai istilah TikTok yang telah

¹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2018), h. 4.

dibahas sebelumnya. Maka peneliti mendapatkan data hasil konten dakwah @basyasman00, seperti pada tabel berikut:²

Tabel 3.1 : Konten Dakwah Akun @basyasman00

No.	Konten	Tanggal Posting	Like	Komentar	Jumlah Penonton
1.	Sudahlah, biarkan semua pergi	3/7/2022	284.8 K	2102	1.7 M
2.	Tips mengatur keuangan	3/7/2022	77.9 K	787	633.7 K
3.	Rasulullah akan memotong tangan putrinya	7/7/2022	124.8 K	1087	834.7 K
4.	Hari raya tanggal 9 atau 10?	7/7/2022	126.1 K	1508	1.0 M
5.	Qurratul uyun dan fathul izar	19/7/2022	93.8 K	1038	683.7 K
6.	Reinkarnasi dalam Islam bagaimana	24/7/2022	38.3 K	581	399.6 K
7.	3 kondisi dimana bohong itu boleh	30/7/2022	204.0 K	842	1.2 M
8.	Teguran untuk semua	31/7/2022	289.2 K	1800	2.8 M
9.	Tetap sholat padahal lagi halangan	31/7/2022	259.6 K	1299	2.2 M
10.	Masuk surga karena circle	15/8/2022	98.0 K	1669	476.4 K
11.	Nasehat	17/8/2022	120.9 K	685	687.8 K
12.	Orang Islam melukat di Bali	19/8/2022	649.2 K	7206	4.5 M
13.	Perbedaan mukjizat, karomah, irhas, sihir dan maunah	20/8/2022	223.8 K	2201	1.6 M
14.	Ya allah kalo ga menikah boleh ga?	21/8/2022	115.0 K	1415	954.2 K
15.	Nasehat dari Buya Yahya	22/8/2022	50.6 K	452	328.3 K
16.	Respon tentang video joget di Masjid	26/8/2022	82.3 K	1327	497.1 K
17.	Memaksa memakai jilbab	29/8/2022	61.7 K	486	747.7 K

² Data yang diperoleh Peneliti pada Akun @basyasman00, pada tanggal 1 September 2022

Berdasarkan tabel diatas, ada 17 konten dakwah yang dibuat oleh @basyasman00 terhitung sejak bulan Juli hingga Agustus 2022. Maka dengan ini, peneliti mengambil 5 konten dengan jumlah penonton terbanyak, yaitu sebagai berikut:

1. Orang Islam melukat di Bali, dengan jumlah penonton sebanyak 4.5 M.
2. Teguran untuk semua, dengan jumlah penonton sebanyak 2.8 M.
3. Tetap sholat padahal lagi halangan, dengan jumlah penonton sebanyak 2.2 M.
4. Sudahlah, biarkan semua pergi, dengan jumlah penonton sebanyak 1.7 M.
5. Perbedaan mukjizat, karomah, irhas, sihir dan maunah, dengan jumlah penonton sebanyak 1.6 M.

D. Informan Penelitian

Informasi tentang objek penelitian atau narasumber, disediakan oleh informan penelitian. Hanya mereka yang tertarik dan sering menonton saja yang menjadi target informan konten dakwah melalui akun TikTok @basyasman00. Informan di pilih dan ditentukan sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Mempunyai akun TikTok yang aktif
- 2) Mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban
- 3) Sering berkomentar di akun TikTok Husain Basyaiban

Peneliti memilih informan berdasarkan pertimbangan logisnya. Artinya, informan yang memenuhi syarat untuk menawarkan data dan informasi yang peneliti butuhkan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15

orang. Penentuan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berikut 15 informan yang dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria di atas:³

Tabel 3.2 : Data Informan

No	Nama Akun	No	Nama Akun
1.	@febratr	9.	@aku.syafii
2.	@sukasakasya	10.	@rajabulamin
3.	@zieyowzi	11.	@annisa10._
4.	@aku.bae01	12.	@newrandomi
5.	@akunnnnnn.gabuttttt	13.	@lambeturis
6.	@_dilarangtanya	14.	@mslm_jourxy
7.	@pinkiepieuniq	15.	@melisa__jp
8.	@hm_15zaza		

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang memberi pengumpul data akses ke data secara langsung.⁴ Wawancara atau instrumen pengukuran yang telah dirancang dengan tujuan dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber pertama melalui tahapan dan teknik pengumpulan data.

Akun TikTok @basyasman00 yang berisi konten tentang dakwah, komentar, follower, like, dan wawancara dengan informan menjadi sumber data utama penelitian ini.

³ Hasil data yang diperoleh peneliti pada 5 September 2022

⁴ Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 102.

2. Sumber Sekunder

Setiap tulisan yang dipublikasi oleh peneliti yang bukan produk langsung dari pengamatan langsung terhadap peristiwa yang digambarkan disebut sebagai sumber sekunder. Buku teks, ulasan jurnal, dan indeks penerbitan adalah contoh sumber sekunder, menurut Howard dan Sharp.⁵

Literatur dan dokumentasi merupakan sumber sekunder dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Studi media digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan fokus kajian akan tertuju pada akun media sosial. Dengan demikian, informasi yang digunakan sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan masalah, tujuan, dan bidang studi.⁶ Sumber dokumen yang peneliti gunakan untuk mendukung penelitian penelitian ini merupakan dokumentasi yang dimaksud. Informasi mengenai akun @basyasman00 di TikTok akan digunakan sebagai data dokumentasi. mendokumentasikan konten 5 konten TikTok @basyaman00 dengan *viewers* terbanyak, mendownload konten dakwah, data pengunjung dan analisis dari jumlah *like*, serta jumlah *followers* akun tersebut.

⁵ Muh. Fitrah, Lutfiyah, *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, (Sukabumi: Jejak, 2017), h. 147.

⁶ Rahel Widiawati, *Media Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 72.

2. Wawancara

Pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan sesi tanya jawab dikenal sebagai wawancara. Pendekatan wawancara melibatkan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan dan mendapatkan tanggapan mereka. 15 informan diwawancarai oleh peneliti untuk mengumpulkan data. wawancara ini juga dapat dilakukan dengan alat komunikasi seperti mengirim pesan dan telepon.

G. Teknik Keabsahan Data

1. Perpanjangan keikutsertaan

Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang lengkap. Perluasan keikutsertaan dimaksudkan agar data terhindar dari kesalahan dan membangun kepercayaan dari peneliti. Penelitian ini dapat mengevaluasi dan menguji kebenaran dan kedalaman informasi yang disampaikan, selain untuk mendapatkan informasi yang valid. Dengan memperluas pengamatan partisipasi, dapat ditunjukkan apakah peneliti menguji kredibilitas peneliti atau tidak.⁷

2. Ketekunan Pengamatan

Peneliti harus melakukan pengamatan yang cermat dan terbuka serta jujur dalam berinteraksi dengan mereka. Melakukan pengamatan yang cermat dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan ketekunan. Kepastian data dan urutan kejadian kemudian dapat didokumentasikan

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.269-273.

atau direkam secara jelas dan terorganisir. Contohnya melihat secara berkala konten dakwah pada akun TikTok @basyasman00.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah metode untuk memastikan bahwa data akurat. Dalam hal ini, peneliti membandingkan data observasi dengan data hasil wawancara, pernyataan informan pertama dengan informan lain, dan hasil wawancara dengan isi dokumen yang relevan. Triangulasi adalah proses membandingkan data dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda.⁸

H. Teknik Analisis Data

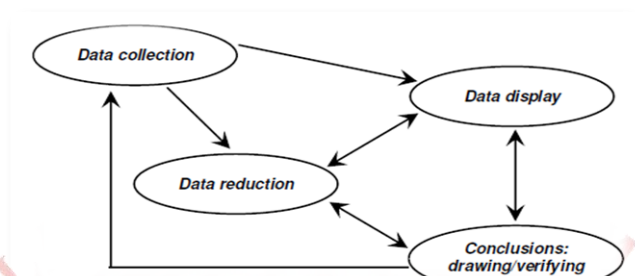
Analisis data melibatkan pencarian dan pengumpulan informasi secara metodis dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan dibagikan dengan orang lain. Analisis data, menurut Noeng Muhadjir, adalah proses menemukan dan menyusun temuan penelitian secara metodis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang masalah yang dihadapi dan menyajikan temuan tersebut sebagai penemuan kepada orang lain. Sementara itu, analisis harus dilanjutkan dalam upaya mengungkap makna guna memperdalam pemahaman itu. Tugas analisis data bersifat interaktif dan berkelanjutan hingga selesai atau data jenuh,⁹.

Proses analisis data penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman sebagai berikut:

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 269-273.

⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 246.

Gambar 3.1 Model Analisis Miles dan Huberman



1. Pengumpulan data

Peneliti mengumpulkan informasi dari buku, jurnal, dan hasil wawancara selain dari sumber lain. Dalam menganalisis temuan penelitian, peneliti menggunakan ini sebagai titik acuan dan informasi pendukung.

2. Reduksi Data

Pada tahap ini, data dipadatkan, dirangkum, dan disortir sesuai dengan topik penelitian. Reduksi data merupakan proses yang peneliti gunakan untuk meringkas informasi dari wawancara dan referensi dalam buku dan jurnal.

3. Penyajian Data

Data disajikan oleh peneliti sebagai teks naratif. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan semua data yang dikumpulkan untuk penelitian oleh para peneliti.

4. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan. Akibatnya, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan fakta atau informasi yang mereka pelajari dari penyajian data yang tersedia.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil @basyasman

Akun @basyasman merupakan akun pemilik Husain Basyaiban. Husain adalah seorang remaja lelaki berusia 20 Tahun kelahiran Makkah. Ia lahir pada tanggal 12 Agustus 2002 dan bertempat tinggal di Bangkalan, Jawa Timur. Husain merupakan putra dari seorang kyai bernama Sufyan yang merupakan pimpinan salah satu pondok pesantren di Bangkalan, ia juga merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Semasa kecilnya Husain bersekolah di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jaddih 01 Bangkalan tahun 2008-2014. Kemudian, ia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Bangkalan tahun 2014-2017 dan MAN Bangkalan tahun 2017-2020. Setelah itu, ia melanjutkan pendidikannya di salah satu Universitas yang ada di Surabaya, Jawa Timur, yaitu UIN Sunan Ampel.¹

2. Sejarah Akun TikTok @basyasman00

Sebelum dikenal oleh khalayak, Husain awalnya hanya seorang mahasiswa yang baru menginjak perkuliahan semester I di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur pada 2020. TikTok lah yang membuat Husain terkenal. Postingan yang dibuatnya kebanyakan membahas tentang agama, dan ini menjadi alasan utama banyak pengguna TikTok akhirnya menjadi *followers* Husain. Bekal agama yang Husain

¹ Riska Amelia, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, 2021), h. 22

peroleh tak hanya didapat dari bangku sekolah saja. Husain juga mendapat bekal agama dari ayahnya, dia juga selalu membagi waktunya untuk mengajar dan belajar ngaji. Dengan kata lain belajar agama adalah rutinitasnya sehari-hari sejak kecil. Nama Husain Basyaiban mulai dikenal masyarakat luas setelah mengunggah beberapa video di aplikasi TikTok dengan nama akun @basyasman00 sejak awal 2020. Terhitung sejak 2020 hingga Agustus 2022 akun @basyasman telah mengunggah konten dakwah sebanyak 1,012 video, ia juga telah memiliki 5,4 Juta followers (pengikut) pengguna TikTok, dia tidak menjadikan akunnya sebagai wadah berekspresi, seperti joget-joget layaknya pengguna TikTok kebanyakan.² Husain membuat konten TikTok dengan mengunggah video kajian Islami. Meski masih belia, Husain mampu menjawab pertanyaan dari para followers-nya terkait masalah-masalah agama dengan pembahasan yang lugas dan mengena.³

B. Hasil Penelitian

1. Persepsi Netizen terhadap Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah

Saat ini aplikasi TikTok sangat marak digunakan oleh berbagai kalangan, bahkan hampir semua lapisan masyarakat menggunakan media sosial yang satu ini. Penggunaan aplikasi TikTok bukan hanya untuk hiburan semata, namun juga menjadi wadah untuk berdakwah bagi para da'i. Jadi, tak heran jika aplikasi TikTok yang sedang *trend* saat ini sangat

² Data yang diperoleh peneliti dari tokcounter.com (Penghitung Pengikut TikTok) pada tanggal 31 Agustus 2022

³ Tasha Bulan Suci Fanti, *Dakwah Melalui Aplikasi TikTok Oleh Husain Basyaiban*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022), h. 65-66

bermanfaat sebagai media dakwah. Seperti pendapat dari akun @pinkiepieuniq_:

“TikTok sangat marak digunakan pada zaman sekarang dan dari semua kalangan banyak menggunakan TikTok . Jadi, TikTok sangat *cocok* digunakan menjadi salah satu media dakwah.”⁴

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan @febratr mengenai pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah. Ia mengatakan:

“Pada zaman sekarang, platform seperti TikTok sendiri telah diunduh dan digunakan oleh banyak orang. *Nggak* ada pembatasan usia, anak kecil, remaja, sampai orangtua menggunakannya. Mereka pasti tau akan TikTok, jadi dengan pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah berpotensi besar untuk mendapat penonton/viewers yang banyak tanpa harus bertemu langsung dan ini sangat efektif.”⁵

Tidak jauh berbeda dengan pandangan kedua informan diatas, @hm15_zaza menuturkan ;

“Penggunaan TikTok menurut Zaza sangat efektif di zaman serba elektronik ini, tapi walaupun hidup di era modern, kita harus ingat juga sih dengan Allah. Jadi sangat efektif *lah* kalau TikTok jadi media dakwah.”⁶

@annisa10_ juga menganggap aplikasi TikTok bisa digunakan sebagai media dakwah. Karena video yang muncul di beranda secara acak. Semakin sering menonton konten dakwah maka konten-konten yang muncul di beranda otomatis kebanyakan akan tentang dakwah.

“Menurut saya bisa saja, karena pada aplikasi TikTok konten yang muncul di beranda secara acak, semakin banyak menonton maka

⁴ @pinkiepieuniq_, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 20 September 2022

⁵ @febratr, Hasil Wawancara Secara Langsung pada tanggal 4 Oktober 2022

⁶ @hm_zaza, Hasil Wawancara Secara Langsung pada tanggal 21 September 2022

semakin sering muncul, sehingga dakwah bisa tersampaikan ke berbagai kalangan.”⁷

Nyatanya, TikTok memang memiliki potensi yang besar untuk media dakwah saat ini. Apalagi konten yang ada pada aplikasi TikTok tak jarang juga menampilkan konten – konten negatif. Oleh karena itu, dengan adanya konten dakwah, setidaknya dapat mengingatkan para pengguna TikTok seperti pendapat dari @ahmad syafii :

“Dengan banyaknya konten negatif di TikTok, maka sangat penting menggunakan TikTok sebagai media dakwah sebagai pengingat. Ketika orang-orang melihat konten negatif yang muncul pada beranda TikTok mereka, minimal menjadi pengingat kepada para pengguna TikTok agar tidak melakukan zina mata.”⁸

Namun, sebagai pengguna TikTok juga harus memilah informasi dakwah yang di terima saat menonton konten TikTok. Seperti pendapat dari akun @zieyowzi :

“Menurut saya, dengan adanya tiktok sebagai media dakwah, sangat memudahkan kita untuk menyampaikan atau menerima ajaran dakwah dengan mudah. Tetapi, kita tetap harus menyaring informasi dakwah yang kita dapatkan, karena tidak semua ceramah yang disampaikan itu benar dan sesuai fakta, qur’an dan hadis.”⁹

Sama halnya dengan pendapat dari @rajabulamin, yang mengatakan: “TikTok dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam.”¹⁰

⁷ @annisa10_, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

⁸ @ahmadsyafi'i, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

⁹ @zieyowzi, Hasil Wawancara Langsung pada tanggal 21 September 2022

¹⁰ @rajabulamin, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 20 September 2022

2. Persepsi Netizen Terhadap Konten Dakwah pada Akun @basyasman00

@basyasman telah aktif menggunakan TikTok sejak tahun 2020 dengan jumlah pengikut mencapai 5,4 juta. @basyasman sering membagikan pesan dakwah disalamnya, pesan itu biasanya berupa Q&A. Dalam videonya @basyasman memperlihatkan bahwa penggunaan tiktok bukan hanya sekedar untuk *dance* atau hal lainnya. Namun, TikTok juga bisa digunakan dengan berbagi ilmu pengetahuan terutama dalam Islam. Seperti pendapat dari @aku.bae01 dan saat diwawancarai berpendapat bahwa:

“Kontennya sangat baik dan bermanfaat. Banyak *sih* pembelajaran yang bisa diambil. Alhamdulillah pesan dakwah Husain juga saya terapkan di kehidupan sehari-hari.”¹¹

Sama halnya dengan yang diatas, followers @basyasman00 yaitu @melisa__jp mengatakan :

“Video yang dibuat oleh @basyasman00 dikemas dengan sangat menarik dan pesan yang disampaikan olehnya mudah untuk dipahami. Seperti kontennya *yang* mengenai *teguran untuk semua* itu mengingatkan kita jangan mudah untuk percaya dan mau dipegang oleh yang bukan muhrim.”¹²

@sukasakasaya ketika diwawancarai juga sependapat dengan informan lain mengenai konten TikTok @basyasman00, ia menuturkan :

“Saya jarang bermain TikTok, namun setiap saya membuka TikTok pasti muncul dakwahnya Husain ini. Sangat bermanfaat dakwahnya apalagi dia kan masih muda ya, cocoklah dengan anak sekarang dan dakwahnya sangat mengayomi.”¹³

¹¹ @aku.bae01, Hasil Wawancara Secara Langsung pada tanggal 18 September 2022

¹² @melisa__jp, Hasil Wawancara Langsung pada tanggal 24 September 2022

¹³ @sukasakasaya, Hasil Wawancara Secara Langsung pada tanggal 18 September 2022

Hal ini juga sependapat dengan @akunnnnn.gabutttt, ia mengatakan :

“Konten TikTok nya bagus dan dibahas dengan bahasa sendiri jadi sangat mudah dipahami oleh masyarakat. Bahkan dalam keseharian, aku menerapkan hal yang di sampaikan oleh Husain.”¹⁴

Dalam hal ini bisa dilihat bahwasanya, persepsi Netizen terhadap konten @basyasman00 sangat berpengaruh bahkan hingga ke tingkah laku Netizen itu sendiri. Sama halnya dengan @lambeturis, ia mengatakan :

“Konten TikTiknya menarik dan tidak monoton, apa yang dia katakan itu berjalan selayaknya pribadi saya, terlebih saya orang Aceh dimana nilai nilai agama itu sangat dijunjung tinggi. Tentu dari konten Husain itu juga telah saya terapkan sedari dulu. Jadi sangat pas lah kontennya dengan saya.”¹⁵

Berbeda dengan @_dilarangtanya saat diwawancarai, ia menyukai konten TikTok @basyasman00, selain menerapkan pada dirinya sendiri. Ia juga berbagi konten TikTok @basyasman00 kepada orang lain.

“Penyampaian materinya bagus dan materi yang disampaikannya itu sangat dekat dengan keadaan yang terjadi di sekitar kita. Jadi selain menerapkan pada diri sendiri, saya juga sering berbagi postingannya untuk orang lain agar juga bermanfaat tidak hanya untuk saya.”¹⁶

@newrandomi pun ketika diwawancarai juga mengatakan hal yang hampir sama seperti pendapat informan diatas, ia mengatakan:

“Informasi yang diberikan sangat bermanfaat bagi masyarakat terutama kaum milenial yang jarang menyentuh agama contohnya seperti saya. Video Husain ini sangat mudah dipahami, jadi ketika saya diluar terus buka TikTok, video dakwahnya sering muncul. Sehingga itu buat saya selalu mengingat Allah dimanapun saya

¹⁴ @akunnnnn.gabutttt, Hasil Wawancara Langsung pada tanggal 23 September 2022

¹⁵ @lambeturis, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

¹⁶ @_dilarangtanya, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

berada. Saya juga membagikan informasi yang dari video itu ke teman-teman saya dan menerapkannya di kehidupan.”¹⁷

Tak jauh berbeda dengan informan lainnya, @mslm_jourxy juga mengatakan yang hampir sama, bahwa :

“Video yang diupload Husain itu bagus, ia membuat video sesuai dengan fenomena-fenomena yang terjadi seperti kemarin viralnya tentang Gus Samsudin, itu dijelaskan di videonya yang perbedaan irhas, sihir itu. Dari kontennya ini kita jadi paham situasi, hukumnya dalam Islam seperti apa. Jadi sangat sangat bagus videonya ini, saya suka dan sering menonton. Kita juga bisa langsung kanyapkannya.”¹⁸

Hal ini sejalan dengan analisis peneliti pada akun TikTok @basyasman00, terlihat dari komentar *Husain's followers* yang positif. Bahwa memang konten dakwah yang dibuatnya sangat bermanfaat bagi khalayak.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada akun TikTok @basyasman00 serta netizen (@basyasman00's followers). Maka peneliti akan mengkaji temuan penelitian tersebut, sebagai berikut :

1. Persepsi Netizen terhadap Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah

Dalam buku *Khalayak Media* karya Rulli Nasrullah tertulis bahwa kehadiran internet dan *platform* membuat adanya perbedaan antara netizen media arus utama dengan netizen media arus kedua.¹⁹ Khalayak (netizen)

¹⁷ @newrandomi, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

¹⁸ @mslm_jourxy, Hasil Wawancara Melalui Videocall pada tanggal 16 September 2022

¹⁹ Rulli Nasrullah, *Khalayak Media*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h.164

termasuk sebagai subjek aktif dalam perkembangan media interaktif saat ini.²⁰ Dalam jurnal karya Musyafa, menyatakan bahwa warganet/netizen lebih cenderung berorientasi pada popularitas, viral, atau *booming*.²¹ Saat ini TikTok adalah salah satu aplikasi yang sedang viral dan menjadi populer di berbagai kalangan masyarakat. Banyak pengguna TikTok menggunakan aplikasi ini sebagai hiburan, mencari uang bahkan menjadikan aplikasi ini sebagai media dakwah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh M. Bachri Ghazali, yang dikutip oleh Muhazzab Said bahwa media audio visual adalah bentuk komunikasi yang dapat direkam baik melalui indera penglihatan maupun suara. seperti televisi dan video. (Konten video di situs media sosial seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan platform lainnya, yang dapat didengar dan dilihat).²²

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, para responden berpendapat bahwa TikTok yang termasuk kedalam media audio visual sangat berguna sebagai media dakwah di era modern dan teknologi seperti sekarang.

Hal ini sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dalam buku Jalaludin Rakhmat, yaitu:²³

²⁰ Rulli Nasrullah, *Khalayak Media*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h164.

²¹ Musyafa, "Pendampingan Literasi Media dan Diseminasi Berita Layak Islami terhadap Mahasiswa di Bengkulu", *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol 11 No,2 (2022), h. 12.

²² Muhazzab Said, *Efektivitas Dakwah di Lembaga Permasalahatan*, (Palopo: Lembaga Penerbitan Kampus Stain Palopo, 2013), h.83

²³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h.51-57

- a. Faktor perhatian, ketika stimulus atau rangsangan lain lebih menonjol. Hal ini sama halnya dengan yang dialami oleh netizen ketika melihat dakwah yang muncul pada beranda TikTiknya mampu mengambil alih perhatian netizen dibandingkan dengan konten lainnya (seperti *dance*, drama, dsb).
 - b. Faktor fungsional, TikTok dianggap sebagai media yang efektif untuk berdakwah. Terlihat dari banyaknya pengguna TikTok dari berbagai kalangan masyarakat, sehingga fungsi TikTok sebagai media dakwah dianggap mampu memberikan kebutuhan netizen mengenai agama serta menjadi pengingat bagi para netizen.
 - c. Faktor struktural, sifat stimulus dan efek saraf yang ditimbulkan oleh sistem saraf individu itu sendiri. Faktor struktural adalah faktor dari luar individu misalnya, lingkungan, budaya, norma, dsb.
- Berdasarkan 3 faktor diatas, bisa dilihat bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah dianggap mampu mempengaruhi persepsi netizen. TikTok dirasa mampu menjadi wadah yang tepat dan efektif yang bisa digunakan oleh para da'i untuk memberikan dakwah-dakwahnya mengenai tentang agama, hukum dalam Islam dan sebagainya.

2. Persepsi Netizen terhadap Konten Dakwah @basyasman00

Dalam penelitian ini, persepsi netizen terhadap konten dakwah @basyasman00, seperti pada teori yang disampaikan dalam buku Jalaluddin Rakhmat yang berjudul Psikologi Komunikasi, persepsi adalah interpretasi pesan tentang hal-hal, peristiwa, atau koneksi yang

dikumpulkan. Memberi arti pada rangsangan sensorik adalah persepsi.²⁴ Berawal dari munculnya stimulus yang diterima oleh netizen kedalam otaknya, sehingga terjadilah proses berpikir yang akhirnya muncul sebuah pemahaman.

Berdasarkan teori diatas, sesuai dengan persepsi netizen terhadap konten dakwah @basyasman00 bahwa dakwah yang disampaikan oleh @basyasman00 mampu diterima dengan baik oleh netizen.

Sehingga dalam hal ini, Husain yang berperan sebagai komunikator (da'i) mampu memberikan serta mengarahkan pesan pesan dalam konten dakwahnya dengan baik kepada netizen dengan menggunakan media yang tepat yaitu TikTok.

Tak hanya itu, cara penyampaian Husain dalam menyampaikan dakwah juga sangat baik sehingga mudah diterima dan dipahami oleh netizen, hal ini sesuai dengan prinsip dakwah pada Q.S An-Nahl: 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Adapun persepsi netizen terhadap konten @basyasman00 terlihat dari 3 aspek yaitu sebagai berikut :

- a. Komponen kognitif meliputi pengetahuan, pendapat, dan keyakinan tentang bagaimana orang memandang objek. Dalam hal ini netizen

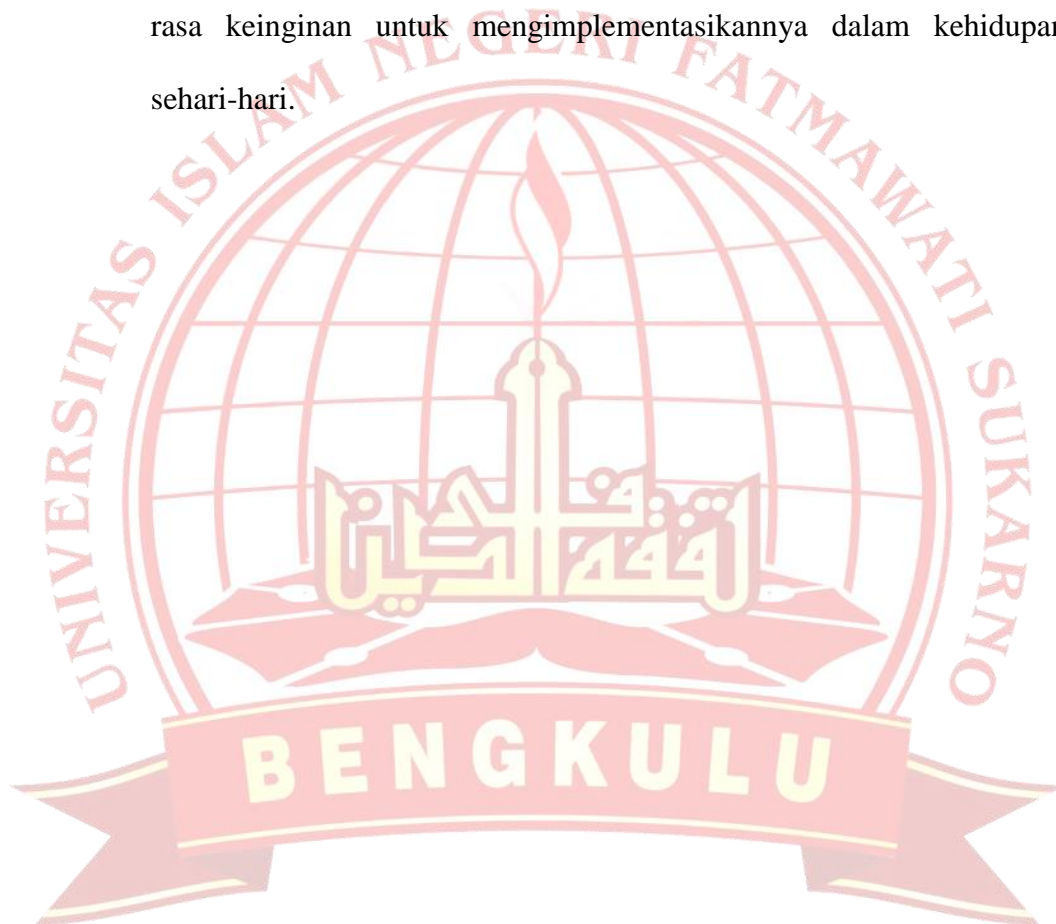
²⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (rev.ed.; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 63.

menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh @basyasman00 sehingga menimbulkan pengetahuan baru serta keyakinan terhadap konten tersebut. Seperti halnya pada konten “Teguran untuk Semua”, dalam konten tersebut menjelaskan mengenai larangan untuk bersentuhan dengan yang bukan mahram. Hakikatnya yang dilihat di lingkungan sekitar, khalayak (netizen) menganggap bersentuhan dengan yang bukan mahram seperti guru, kyai, sepupu dsb adalah hal yang wajar. Padahal dalam ajaran agama Islam hal itu dilarang. Tentu ini menjadikan tambahan wawasan serta pengetahuan bagi netizen.

b. Komponen afektif yaitu bagian yang berkaitan dengan apakah seseorang merasa senang atau tidak senang terhadap objek tersebut. Efek baik dan negatif pada item dapat dihasilkan dari ini. Hal ini bisa mengarah kepada hal positif dan hal negatif terhadap objek. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, konten dakwah @basyasman00 menimbulkan rasa senang kepada netizen ketika melihat konten dakwah yang dibuatnya. Menurut netizen konten yang dibuat oleh @basyasman00 mampu menjadi penyeimbang konten-konten negatif yang ada di TikTok. Sehingga dengan adanya konten dakwah @basyasman00 yang juga dikemas dengan menarik (dengan cara mengajak netizen untuk QnA dikolom komentar), mampu menimbulkan efek positif terhadap diri netizen.

c. Komponen konatif (*behavior component*), yaitu bagian yang berkaitan dengan kecenderungan bertindak ke arah objek. Unsur ini

menunjukkan derajat sikap, yang menunjukkan ruang lingkup kecenderungan untuk menanggapi atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap suatu barang.²⁵ Dalam hal ini, ilmu (pengetahuan) yang diterima oleh netizen dari konten @basyaman00 kemudian menimbulkan efek positif terhadap netizen. Sehingga menimbulkan rasa keinginan untuk mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.



²⁵ Dwi Prasetia Danarjati, Adi Murtiadi dan Ari Ratna Ekawati, *Pengantar Psikologi Umum*, (sYogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.25

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis paparkan terkait persepsi netizen terhadap pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah melalui penelitian studi kasus yang penulis lakukan pada akun tiktok @basyasman00, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Persepsi netizen terhadap aplikasi TikTok sebagai media dakwah dipengaruhi oleh faktor perhatian, faktor fungsional, dan faktor struktural.

TikTok sebagai media dakwah dianggap mampu mempengaruhi persepsi netizen. TikTok mampu menjadi wadah yang tepat dan efektif yang bisa digunakan oleh para da'i untuk memberikan dakwah-dakwah tentang agama, hukum dalam Islam dan sebagainya.

2. Persepsi netizen terhadap konten dakwah pada akun @basyasman00 terdiri dari tiga aspek. Aspek pertama adalah kognitif, dimana netizen menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh @basyasman00 sehingga menimbulkan pengetahuan baru serta keyakinan terhadap konten tersebut.

Aspek kedua adalah afektif, konten yang dibuat oleh @basyasman00 mampu menjadi penyeimbang konten-konten negatif yang ada di TikTok.

Adanya konten dakwah @basyasman00 yang juga dikemas dengan menarik mampu menimbulkan efek positif terhadap diri netizen. Aspek ketiga adalah konatif (*behavior component*), ilmu (pengetahuan) yang diterima oleh netizen dari konten @basyaman00 kemudian menimbulkan

efek positif terhadap netizen. Sehingga menimbulkan keinginan mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Saran yang dikemukakan oleh peneliti, diharapkan dapat dijadikan masukan yang baik serta bisa berguna untuk semua pihak.

1. Kepada saudara Husain Basyaiban (@basyasman00) selalu dan senantiasa mampu memberikan konten-konten dakwah dengan tema yang berbeda dan konsisten dalam mengupload di media sosial mana pun.
2. Peneliti berharap, penelitian ini bisa dijadikan bahan rujukan untuk para mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai Persepsi netizen terhadap Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah. Diharapkan apabila penelitian ini dilanjutkan, carilah dan membaca referensi yang lebih banyak agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik. Terlebih untuk memperoleh ilmu pengetahuan yang baru tentang pengembangan ilmu serta media khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Peneliti berharap, nantinya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu bisa menambahkan mata kuliah mengenai sosial media agar para mahasiswa nantinya mampu menggunakan sosial media sebagai sarana untuk dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Riska. 2021. *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Basit, Abdul. "Epistemologi Dakwah Fardiyah Dalam Perspektif Komunikasi Antar Pribadi." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.1 (Januari-Juni,2007), hal. 79-97.
- Bimatara, Yoga Satya. 2022. *Analisis Pesan Dakwah Melalui Media TikTok pada Akun @sinarkehidupan_16*. UIN Fatmawati Sukarno: Skripsi Sarjana, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
- Danarjati Dwi Prasetya, Adi Murtiadi, Ari Ratna Ekawati. (2013). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Departemen Agama RI. 2005. *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta: Kelompok Gema Insani.
- Faizah, Lalu Muchsin. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Febriana, Ayu. "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah:(Studi Kasus Ustad Syam, di akun@ syam_elmarusy)." *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 11.02 (Juli-Desember, 2021), hal. 180-194.
- Firdaus, Fakhry Zamzam. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitrah, Muh, Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak.
- Fitria, Rini, et.al. 2020. *Metode dan Etika dalam Komunikasi Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Hayati, Dinda Rizky. 2021. *Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis*. UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah.
- Hikmawati, Sholihatul Atik, Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.1 (Januari, 2021), hal. 1-11.

- Ismail. 2006. *Paradigma Dakwah Syyid Quthub*. Jakarta: Pena Madani.
- Linda, Davidoff. 1988. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Basrah. 1993. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: CV.Turnisa.
- Malihah, Niswatul. "TikTok dalam Perspektif Al-qur'an." *Jurnal AT TAHFIZH*, 1.01 (Juli-Desember, 2019), hal. 40-57
- Mubarok, Achmad. 1997. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Mahendra, Fahmi Ihza. 2021. *Teknik Komunikasi Persuasif pada Akun TikTok sebagai Media Dakwah (Studi Analisis Semiotik pada Akun @dinda_ibrahim)*. UIN Sunan Kalijaga: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Munir M,Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Musyafa. "Pendampingan Literasi Media dan Diseminasi Berita Layak Islami terhadap Mahasiswa di Bengkulu." *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 11.2 (2022), hal. 1-20.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Khalayak Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdiyana. 2017. *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Tayangan Stand Up Comedy Kompas TV sebagai Program Komedi Populer di Indonesia*. Universitas Hasanuddin: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Pattaling. "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah." *Farabi*, 10.2 (Desember, 2013), hal. 143-156.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi. Rev.ed.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Randani, Yulia Nafa Fitri, et al. "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial." *at-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3.1 (Agustus-Januari, 2021), hal. 570-584.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Said, Muhazzab. 2013. *Efektivitas Dakwah di Lembaga Permasyarakatan*. Palopo: Lembaga Penerbitan Kampus Stain Palopo.
- Saleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Suci, Tasha Bulan. 2022. *Dakwah Melalui Aplikasi TikTok Oleh Husain Basyaiban*. UIN Ar-Raniry: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, A.S Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumanto. 2014. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: CAPS.
- Tamburaka, Andi. 2013. *Literasi Cerdas Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmuh*, 18.1 (Juni, 2020), hal. 54-78.
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, Adi. "Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan Islam di era digital." *Jurnal Islam Nusantara*, 3.2 (2019), hal. 339-356.
- Widiawati, Rahel. 2015. *Media Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yulianto, Rifan Tri. 2020. *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*. IAIN Purwokerto: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah.

L

A

M

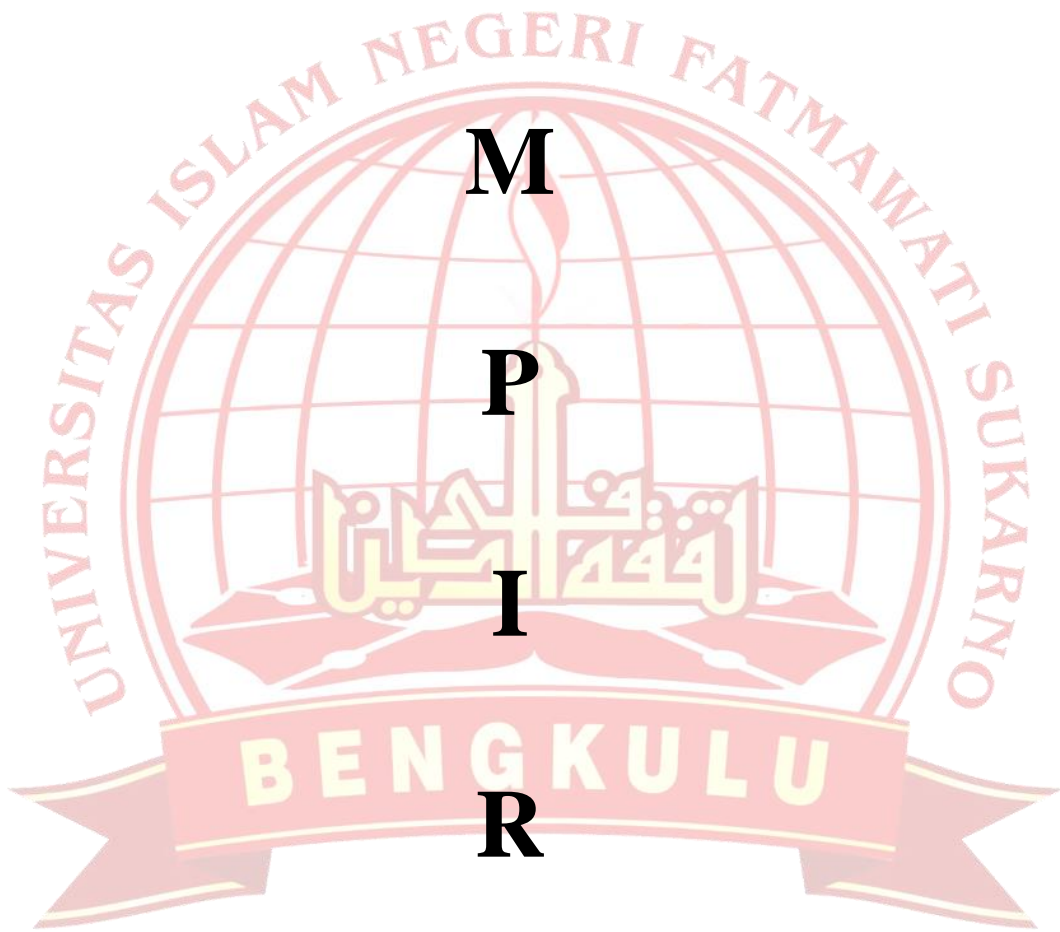
P

I

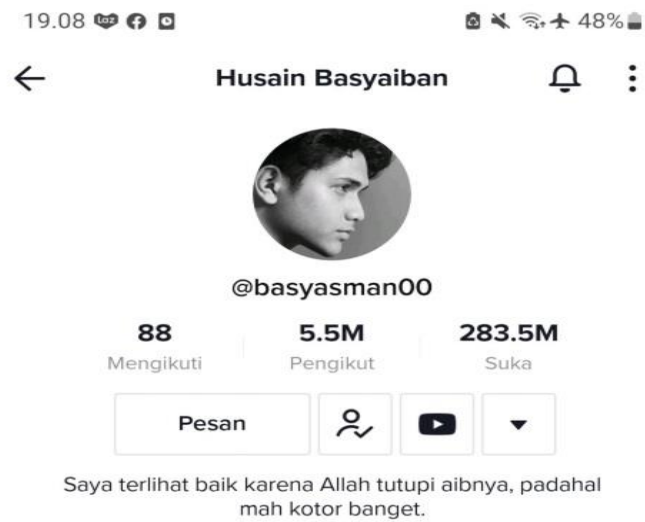
R

A

N



1. Screenshot Profil Akun TikTok Husain Basyaiban pada tanggal 17 Oktober 2022



2. Screenshot Wawancara Melalui Videocall



Dokumentasi dengan @pinkiepieuniq_ dan @rajabulamin pada tanggal 20 September 2022



Dokumentasi dengan @newrandomi dan @aku.syafii pada tanggal
16 September 2022



Dokumentasi dengan @_dilarangtanya dan @annisa10_ pada tanggal
16 September 2022



Dokumentasi dengan @lambeturis dan @mslm_jourxy pada tanggal
16 September 2022

3. Dokumentasi Wawancara secara Langsung



Wawancara dengan @aku.bae01 dan @sukasakasaya pada tanggal
18 September 2022

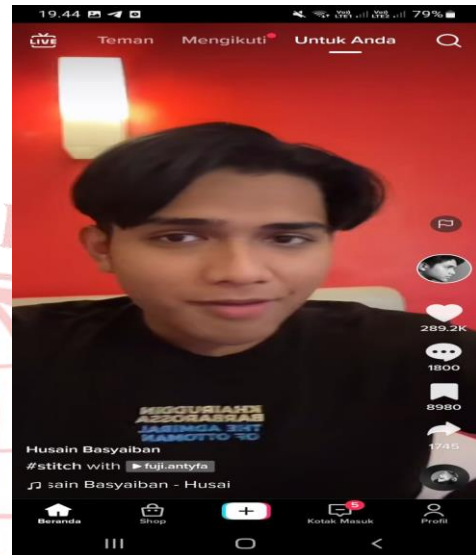


Wawancara langsung dengan @hm15_zaza dan @zieyowzi pada tanggal 21 September 2022



Wawancara langsung dengan @melisa__jp pada tanggal 24 September 2022 dan @akunnnnn.gabutttt pada tanggal 23 September 2022

4. Screenshot 5 Konten Husain Basyaiban dengan jumlah penonton terbanyak



Orang Islam Melukat di Bali dan Teguran Untuk Semua



Tetap Sholat Padahal Lagi Halangan dan Sudahlah, Biarkan Semua Pergi



Perbedaan Mukjizat, Karomah, Irhas, Sihir dan Maunah

5. Screenshot Komentar Narasumber pada 5 Konten Husain Basyaiban



rajabbulamin · Teman
Masha Allah tabarakallahu 🤲

09-16 Balas



8/19 Balas

2212

Lihat balasan (47) ▾

Meeliasaa · Teman
Masya Allah yg tidak tau menjadi tau setelah melihat vidio ustz husain 🤲

9/13 Balas

1

newrandom · Mengikuti
always with allah

09-13 Balas



Akubae. · Mengikuti
MasyaAllah sangat bermanfaat

9/16 Balas



boleh kepo · Mengikuti
huft selalu ingat kisah nabi Yusuf a. s,
"Saat Zulaikha mendekati Allah SWT, Allah SWT dekatkan Yusuf dengannya"

09-14 Balas



Meeliasaa · Teman
Barakallahu Fiik.
Ilmu nya sangat bermanfaat syukron :)

9/13 Balas



boleh kepo · Mengikuti
thanks, info yg sangat bermanfaat

9/14 Balas



Akubae. · Mengikuti
Makasih ustad ilmunya sangat bermanfaat

09-16 Balas



Meeliasaa · Teman
masya Allah selalu dapat ilmu yang baik dan bermanfaat dari ustadz husein 🤲

09-13 Balas



Meeliasaa · Teman
keren bgt, makasih infonyaaa kakkk, smoga selalu menginspirasi

09-13 Balas



Meeliasaa · Teman
bener bgt sih, siapapun klo bukan mahram ttep jgn mau di pegang2

09-13 Balas



Meeliasaa · Teman
Barakallahu Fiik,
Sangat Bermanfaat sekali ilmunya :)

09-13 Balas



Meeliasaa · Teman
Alhamdulillah terwakilkan :)

09-13 Balas



Febr Atr · Teman
boleh ni berarti.gasss

09-13 Balas




aku.syaffi · Mengikuti
good speek up

07-31 Balas

27

 · Teman
Masyaallah, Syukron Ilmunya 🙏
09-13 Balas

 · Mengikuti
Terimakasih ustazd, ilmunya sangat bermanfaat
09-16 Balas

 · Teman
bagaimana hukumnya menghafal Al Qur'an sedang haid?saya disuruh untuk menghafal Al-Qur'an oleh guru ngaji saya dalam keadaan haid tolong k Ch
09-13 Balas

 · Mengikuti
menurutku itu gak bolehhhhhh
09-13 Balas


 · Teman
setuju bang mewakili sekali 😊
09-14 Balas


 · Mengikuti
boleh kepo · Mengikuti
SETUJUUU
09-14 Balas


 · Mengikuti
MasyaAllah bermanfaat sekali ilmunya
09-16 Balas

 · Mengikuti
wahhh ada apaa nihhh wkwk
09-13 Balas

 · Mengikuti
MasyaAllah, ilmunya sangat bermanfaat
09-16 Balas

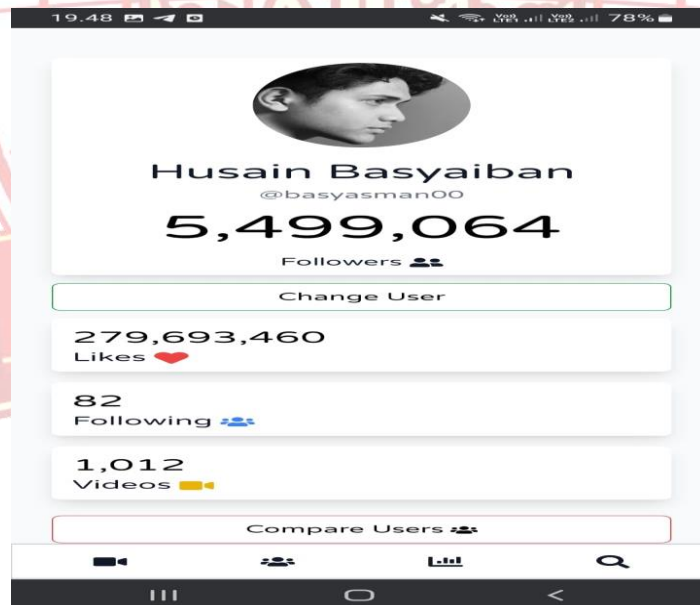
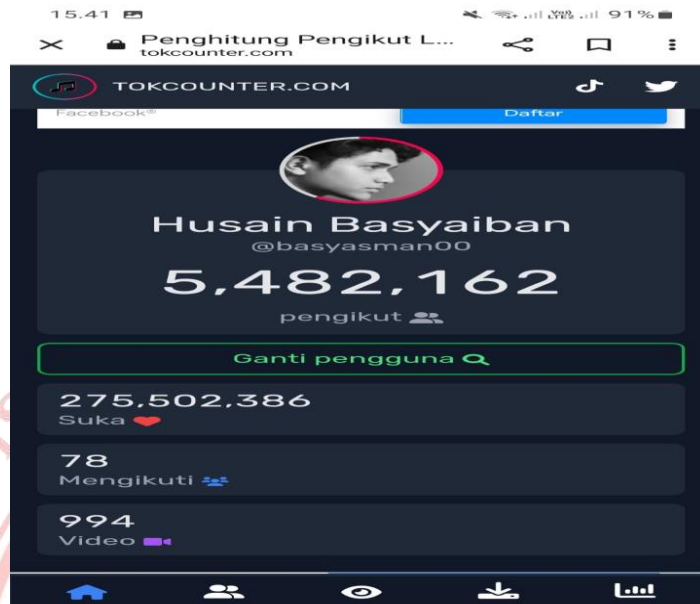
 · Teman
Gak dahulu aja sih, sekarang juga masih menginginkanmu, tapi sayang Allah menginginkan yang terbaik untukku...
09-13 Balas

 · Teman
Masyaallah Tabarakallah 🙏
09-13 Balas

 · Teman
seberapa lemah dan sulit pun kita, tetap hanya Allah yg akan selalu ada
09-13 Balas



6. Screenshot Jumlah Followers, Likes dan Video yang Telah di Unggah pada tanggal 1 Juli 2022 dan pada tanggal 31 Agustus 2022



PEDOMAN WAWANCARA

Nama Informan :

Hari/Tanggal :

Waktu :

Lokasi :

Masalah Penelitian	Pertanyaan dalam pedoman wawancara
Bagaimana persepsi Netizen terhadap pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah?	<ol style="list-style-type: none">1. Apakah anda sering melihat konten-konten dakwah di tiktok?2. Menurut anda, apakah tiktok bisa menjadi wadah untuk berdakwah?3. Apakah aplikasi tiktok efektif digunakan sebagai media dakwah?4. Bagaimana pendapat anda dengan pemanfaatan tiktok menjadi media dakwah?
Bagaimana persepsi Netizen terhadap konten dakwah Husain Basyaiban?	<ol style="list-style-type: none">1. Berapa sering anda menonton konten tiktok Husain Basyaiban?2. Topik apa yang anda sukai dari konten yang dibuat oleh Husain Basyaiban? Khususnya pada 5 konten sebagai berikut: 1) Orang Islam melukat di Bali, 2) Teguran untuk semua, 3) Tetap sholat padahal lagi halangan, 4) Sudahlah, biarkan semua pergi, 5) Perbedaan mukjizat, karomah, irhas, sihir dan maunah.3. Bagaimana pendapat anda tentang konten dakwah Husain Basyaiban?4. Apa pesan yang dapat anda ambil dari konten Husain Basyaiban?5. Apakah bahasa yang digunakannya mudah untuk dipahami?6. Apa yang anda dapatkan dari menonton konten Husain Basyaiban?7. Bagaimana anda menerapkan dakwah yang disampaikan Husain dalam kehidupan sehari-hari?

PEDOMAN DOKUMENTASI

Untuk melengkapi data-data peneliti yang diperlukan dalam penelitian ini. Maka dari itu peneliti juga menggunakan dokumentasi yang memuat hal-hal sebagai berikut :

1. Screenshot profil akun TikTok Husain Basyaiban.
2. Screenshot wawancara dengan informan melalui videocall.
3. Dokumentasi wawancara langsung dengan informan.
4. Screenshot 5 video dengan jumlah penonton terbanyak.
5. Screenshot komentar informan pada 5 video tersebut.
6. Screenshot jumlah followers, likes serta video yang telah diunggah pada awal Juli 2022 dan akhir Agustus 2022.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

BERITA ACARA

Berita acara ujian komprehensif Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

I. Hari/ Tanggal : Senin 12-12-2021
Nama Peserta : Masayu Zahwa res
NIM : 911310072
Jurusan/ Prodi : Dakwah / KPI
Tempat Ujian : Online ds
Penguji : Refal

II. CATATAN YANG DIANGGAP PENTING

.....
.....
.....
.....
.....

Bengkulu, 12-12-2021

Penguji

Refal, MA

NIP. 19670525700032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

NILAI KOMPREHENSIF

HARI : Selasa, 13 November 2022
NAMA PESERTA : Masayu Zahwa Rasi
JURUSAN/ PRODI : Dakwah/ KPI
PENGUJI : Pr. Ashadi Cahyadi, MA
KOMPONEN UJIAN : Jurusan

NO	MATERI YANG DIUJIKAN	NILAI
1.	Retorika Dakwah	80
2.	Metode Dakwah	80
3.	Psikologi Dakwah	80
TOTAL NILAI		80
RATA-RATA NILAI (NILAI HURUF)		D

Bengkulu,
Penguji,

Pr. Ashadi Cahyadi, MA
NIP. 198509182011011009

KETERANGAN PENILAIAN

HURUF	INTERVAL		PREDIKAT	KET
	Satuan 0-10	Puluhan 0-100		
A	8,5-10	85-100	Sangat Baik	Lulus
B	7,0-8,4	70-84	Baik	Lulus
C	5,5-6,9	55-69	Cukup	Lulus
D	4,0-5,4	40-54	Kurang	Tidak Lulus
E	0-3,9	0-39	Sangat Kurang	Tidak Lulus



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

BERITA ACARA

Berita acara ujian komprehensif Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

I. Hari/ Tanggal : Selasa 13 November 2012
Nama Peserta : Marayu Zahara Rizki
NIM : 1911310097
Jurusan/ Prodi : Dakwah / KPI
Tempat Ujian :
Penguji : Dr. Ashadi Cahyadi, MA

II. CATATAN YANG DIANGGAP PENTING

.....
.....
.....
.....
.....

Bengkulu,

Penguji

Dr. Ashadi Cahyadi, MA

NIP. 198509182011011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

NILAI KOMPREHENSIF

HARI : senin 12-12-2022
NAMA PESERTA : Masayu Zahwa Pesi
JURUSAN/ PRODI : Dakwah/ KPI
PENGUJI : Pertileli, MA
KOMPONEN UJIAN : Institut

NO	MATERI YANG DIUJIKAN	NILAI
1.	Membaca dan Menulis Ayat Dakwah	85
2.	Membaca dan Menulis Hadist Dakwah	80
3.	Hafalan Surat Pendek dari An-Naas s/d Ad-Dhuha	90
TOTAL NILAI		3 / 255
RATA-RATA NILAI (NILAI HURUF)		

Bengkulu, 13-12-2022
Penguji,


Pertileli, MA

NIP. 196905252000032003

KETERANGAN PENILAIAN

HURUF	INTERVAL		PREDIKAT	KET
	Satuan 0-10	Puluhan 0-100		
A	8,5-10	85-100	Sangat Baik	Lulus
B	7,0-8,4	70-84	Baik	Lulus
C	5,5-6,9	55-69	Cukup	Lulus
D	4,0-5,4	40-54	Kurang	Tidak Lulus
E	0-3,9	0-39	Sangat Kurang	Tidak Lulus



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

BERITA ACARA

Berita acara ujian komprehensif Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

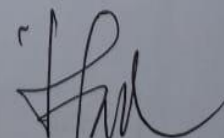
I. Hari/ Tanggal : Selasa / 20 Desember 2022
Nama Peserta : Masayu Zahara Rizki
NIM : 191130082
Jurusan/ Prodi : Dakwah / KPI
Tempat Ujian :
Penguji : Dr. Japarudin, M.Si

II. CATATAN YANG DIANGGAP PENTING

.....
.....
.....
.....
.....

Bengkulu,

Penguji


Dr. Japarudin, M.Si
NIP. 1980012520051008



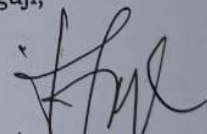
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

NILAI KOMPREHENSIF

HARI : Selasa
NAMA PESERTA : Masayu Zahwa Rasi
JURUSAN/ PRODI : Dakwah/ KPI
PENGUJI : Dr. Japarudin, M.Si
KOMPONEN UJIAN : Prodi

NO	MATERI YANG DIUJIKAN	NILAI
1.	Ilmu Komunikasi	75
2.	Ilmu Jurnalistik	70
3.	Psikologi Komunikasi	75
TOTAL NILAI		220
RATA-RATA NILAI (NILAI HURUF)		73

Bengkulu, 20 Dec 2022
Penguji,


Dr. Japarudin, M.Si
NIP. 198001232005011008

KETERANGAN PENILAIAN

HURUF	INTERVAL		PREDIKAT	KET
	Satuan 0-10	Puluhan 0-100		
A	8,5-10	85-100	Sangat Baik	Lulus
B	7,0-8,4	70-84	Baik	Lulus
C	5,5-6,9	55-69	Cukup	Lulus
D	4,0-5,4	40-54	Kurang	Tidak Lulus
E	0-3,9	0-39	Sangat Kurang	Tidak Lulus



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

09 Desember 2022

Nomor : *199* /Un.23/F.III/PP.01/12/2022

Lamp : -

Perihal : Jadwal Ujian Komprehensif

Kepada Yth.

1. Refileli, MA (Penguji Komponen Universitas)
2. Dr. Ashadi Cahyadi, MA (Penguji Komponen Jurusan)
3. Dr. Japarudin, M.Si (Penguji Komponen Prodi)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pelaksanaan ujian komprehensif mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Tahun Ajaran 2022/2023, kami memohon kesediaan dan kehadiran Bapak/ Ibu pada:

NO	NAMA/ NIM	HARI/ TANGGAL	JENIS KOMPETENSI	MATERI
1.	Masayu Zahwa Resi/ 1911310072	Senin, 12 Desember 2022	Universitas	1- Membaca dan Menulis Ayat Dakwah
				2- Membaca dan Menulis Hadist Dakwah
				3- Hafalan Surat Pendek dari An-Naas s/d Ad-Dhuha
		Selasa, 13 Desember 2022	Jurusan	1- Retorika Dakwah
				2- Metode Dakwah
		Rabu, 14 Desember 2022	Prodi	3- Psikologi Dakwah
1- Ilmu Komunikasi				
2- Ilmu Jurnalistik				
3- Psikologi Komunikasi				

Demikian, atas kehadirannya diucapkan terima kasih, dan jika berhalangan diharapkan memberi kabar.

Wassalam,
Dekan,

Tembusan :

1. Dosen yang bersangkutan
2. Arsip

1. Identitas Mahasiswa

Nama Mahasiswa : MASAYU ZAHWA RESI
NIM mahasiswa : 1911310072
Jurusan/Prodi : Dakwah/ KPI/BAK/MB
Jumlah SKS diperoleh :SKS
Judul Proposal yang diajukan:

- a. ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM "MUNARA RAGI" DI RADIO KHARISMA KOTA ARGAMAMUJ, KABUPATEN BENGKULU UTARA
- b. STRATEGI PUBLIC RELATION BKKBN KOTA BENGKULU DALAM MENSOSIALISASIKAN BAHAYA SEKS BEBAS DAN PERNIKAHAN USIA DINI PADA PEMAYA
- c. PERSEPSI MASYARAKAT KOTA BENGKULU TERHADAP PEMANIPULAN ARTIKEL TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH HUSAIN BASKALBAN

Telah dilakukan verifikasi kesamaan judul proposal di atas oleh staf Jurusan Dakwah:

Staf Jurusan Dakwah, 20/4/22
[Signature]
Syarifatun Nafsiah, M. Ag
NIP 198912062020122010

2. Proses Konsultasi

2.1. Rekomendasi Verifikasi Prodi KPI

Judul Hg tidak ada pun Hg persepsi komunikasi.
Dipertimbangkan untuk tidak difokuskan
26/2/2022

2.2. Rekomendasi PA

ACC NO 6 lanjut ke proposal

2.3. Rekomendasi Ko.Prodi

Selain itu namun proses simpul juga judul
dan l. Simp di Semarang
27/02/2022

2.4. Persetujuan Ketua Jurusan Dakwah

Setelah melakukan konsultasi judul dengan PA, Verifikator judul, ko.prodi maka judul proposal yang diajukan adalah:
ACC NO C, PERSEPSI KOMUNIKAN TERHADAP PEMANIPULAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH HUSAIN BASKALBAN

Mahasiswa

[Signature]
MASAYU ZAHWA RESI
NIM 1911310072

Bengkulu, 18/05/2022
Ketua Jurusan Dakwah
[Signature]
Wira Hadikusuma, M.Si
NIP 19860101 2011011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN STUDI

Nama Mahasiswa : Masayu Zahwa R Pembimbing I : Dr. Japarudin, M.Si
NIM : 1911310072 Judul Skripsi : Persepsi Komunikatif Terhadap
Jurusan : Dakwah Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah
Program Studi : KPI (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan I	Paraf Bimbingan
	9/9 2022		Lanjutkan Bab 5	
	14/11 2022		- Perbaiki Penulisan - Objek Penelitian Masukan kebab 3.	
	28/11 2022		- Acc Daftar Sidang Skripsi	

Bengkulu,

Mengetahui
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012

Pembimbing I

Dr. Japarudin, M.Si
NIP. 198012032005011008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN STUDI

Nama Mahasiswa: Masayu Zahwa Resi Pembimbing I : Dr. Japarudin, M.Si
NIM : 1911310072 Judul Skripsi : Persepsi Komunikatif Terhadap
Jurusan : Dakwah Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media
Program Studi : KPI Dakwah Oleh Husain Basyaiban

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan I	Paraf Bimbingan
1.	29/8/2022	Bab I BAB II	- Perbaiki rumusan masalah - tambahan landasan teori mengenai persepsi.	
2.	30/8/2022	BAB III	- Informasi penelitian - Redaman wawancara	
3.	9/9/2022	.	Lanjut integrasi bab 5.	

Bengkulu, Agustus 2022

Mengetahui
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012

Pembimbing I

Dr. Japarudin, M.Si
NIP. 198012032005011008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN STUDI

Nama Mahasiswa : Masayu Zahwa Resi Pembimbing II : Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIM : 1911310072 Judul Skripsi : Persepsi Komunikatif Terhadap
Jurusan : Dakwah Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media
Program Studi : KPI Dakwah Oleh Husain Basyaiban

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan II	Paraf Bimbingan
3.	16/8/2022	Bab I - III - Instruksi Prinsip dan	Ace. Isyati - Peran wawancara - Peran Dakwah	
4.	18/8/2022	IPD	Ace. Isyati	
5.	31/10/2022	Bab IV - V	Perbaikan dan Dahulukan Data bab IV	

Bengkulu, 18/8/2022

Mengetahui
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012

Pembimbing II

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN STUDI

Nama Mahasiswa : Masayu Zahwa Resi Pembimbing II : Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIM : 1911310072 Judul Skripsi : Persepsi Komunikatif Terhadap
Jurusan : Dakwah Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media
Program Studi : KPI Dakwah Oleh Husain Basyaiban

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan II	Paraf Bimbingan
1.	Rabu, 29 Juli 2022	Bab I	- perbaikan latar belakang + dasar penelitian H.B.	
		Bab II	- Tambah teori tentang persepsi, aplikasi tiktok dan - perbaikan teori dasar	
2.	Jumat, 22/07/ 2022	Bab III	- perbaikan opini metode penelitian	

Bengkulu, ~~28~~ Juli 2022

Mengetahui
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012

Pembimbing II

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN STUDI

Nama Mahasiswa : Masayu Zahwa R Pembimbing II : Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIM : 1911310072 Judul Skripsi : Persepsi Komunikatif Terhadap
Jurusan : Dakwah Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah
Program Studi : KPI (Studi Kasus pada Akun @basyasman00)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan II	Paraf Bimbingan
6.	3/11/ 2022	Bab I - V, Data Dikry	Ace ly/copy data dikry lainny	
7.	7/11/ 2022	Bab I - V - Data dikry	ly/copy ke Revisi I	

Bengkulu,

Mengetahui
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012

Pembimbing II

Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP. 198601012011011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfashengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 1604/Un.23/F.III/PP.009/07/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa, maka Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk dosen:

Nama : Dr. Japarudin, M.Si
NIP : 19801203 200501 1 008
Tugas : Pembimbing I

Nama : Wira Hadi Kusuma, M.S.I
NIP : 19860101 201101 1 012
Tugas : Pembimbing II

Bertugas untuk membimbing, mengarahkan dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draf skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasah bagi mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Masayu Zahwa Resi
NIM : 1911310072
Jurusan/Program Studi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Sekripsi : Persepsi Komunikasikan Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Husain Basyaiban

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Tembusan:

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN UJI PLAGIASI SKRIPSI

Bersama ini kami menjelaskan bahwa:

Nama Mahasiswa : Masayu Zahwa Resi

NIM : 1911310072

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Angkatan : 2019

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul Skripsi:

**PERSEPSI KOMUNIKAN TERHADAP PEMANFAATAN
APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi Kasus pada Akun @basyasman00)**

Disimpulkan dari hasil uji plagiasi tersebut dinyatakan LULUS dengan hasil kesamaan (*similarity*) 30 % pada tanggal 19 Desember 2022 sebagaimana hasil terlampir.

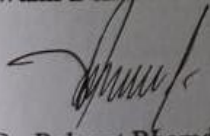
Demikianlah surat keterangan ini agar dipergunakan sebagaimana mestinya.


Mengetahui,

Bengkulu, 19 Desember 2022

An. Dekan
Wakil Dekan 1 FUAD

Pelaksana Uji Plagiasi Prodi KPI


Dr. Rahmat Rhamdani, M. Sos
NIP 198306122009121006


Gaya Mentari, M.Hum
NIP 199108142019032016

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Masayu Zahwa Resi, lahir di Kepahiang pada 2 November 2001. Penulis merupakan anak bungsu dari 3 bersaudara, dari pasangan Mgs. Ali Hanafiah dan Misnawati. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada 2013 di MIN 1 Argamakmur, setelah itu melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTsN 1 Argamakmur dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Bengkulu Utara dan lulus pada tahun 2019. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD). Adapun organisasi yang pernah diikuti oleh penulis, diantaranya :

1. Bendahara sekaligus mayoret Drumband Citra Bahana MAN 1 Bengkulu Utara (2016-2019)
2. Anggota aktif Arabia Club MAN 1 Bengkulu Utara (2018-2019)
3. Anggota Nasyid MAN 1 Bengkulu Utara (2016-2019)
4. Ketua sekaligus Bu Lurah (BuLu) Paskibra 3 Sekolah (MAN, SMK 1 dan SMK 2 Bengkulu Utara (2017-2018)
5. Sekretaris Umum IPPNU Bengkulu Utara (2017)
6. Anggota HMPS KPI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu (2020-2021)
7. Kepala Divisi Akademik dan Kemahasiswaan HMPS KPI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu (2021-2022)
8. Pimpinan Redaksi kabarsyiar.com (2022)

Demikianlah riwayat hidup singkat penulis, terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak. Aamiin.