

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media adalah salah satu unsur dalam kegiatan dakwah di era sekarang. Media ini berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya adalah tengah, pengantar atau perantara. Sedangkan di dalam bahasa Arab, media diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerimanya¹. Perkembangan teknologi komunikasi sangat mengubah cara orang saat berkomunikasi. Hampir setiap orang saat ini menggunakan internet untuk berkomunikasi secara langsung. Hal ini terjadi karna masyarakat sangat bergantung pada teknologi, sehingga cenderung memakai media untuk berkomunikasi.²

Komunikasi dengan jaringan internet sangat memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi, terlebih lagi untuk komunikasi yang memiliki jarak yang cukup jauh, dan sangat sulit untuk dijangkau dengan komunikasi secara langsung, kelebihan lainnya seperti memudahkan mencari informasi yang tak terbatas, akses untuk menyebarluaskan bisnis, menghasilkan pendapatan secara mudah, dan mempermudah dalam transaksi yang biasanya dilakukan bank atau di atm, dan banyak lagi kelebihannya lainnya yang bisa didapat jika menggunakan internet. Dan yang paling terpenting penyampaian pesan dakwah dapat disebarluaskan secara mudah sehingga orang-orang dari berbagai pelosok negara bisa menerima pesan.

Dalam era digital yang semakin berkembang, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid, tetapi telah merambah ke berbagai media, termasuk media sosial, televisi, dan platform digital lainnya. Hal ini menjadikan penyampaian pesan dakwah lebih luas dan menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Namun, efektivitas

¹Aisyah Fadilah and Nasywa Atha Kanya, "Pengertian Media , Tujuan , Fungsi , Manfaat Dan Urgensi Media Pembelajaran" *Journal of Student Research* Vol. 4, No. 1, (Januari, 2023), Hal. 17.

²Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial" *Journal Management Dakwah*, Vol. 4, No. 1, (Juni, 2024), hal. 101-116.

dakwah tidak hanya ditentukan oleh seberapa luas penyebarannya, tetapi juga oleh kualitas isi pesan yang disampaikan.

Analisis terhadap isi pesan dakwah menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana pesan tersebut mengandung nilai-nilai keislaman, relevan dengan kondisi masyarakat, serta mampu membentuk pemahaman dan sikap keagamaan yang positif. Melalui pendekatan analisis isi, pesan-pesan dakwah dapat dikaji secara mendalam untuk melihat struktur, tema, simbol, serta nilai-nilai moral dan spiritual yang terkandung di dalamnya, sehingga dapat dinilai efektivitas dan kualitas komunikatifnya dalam membina umat.

Perkembangan teknologi dalam dakwah menjadi penting untuk diperhatikan, agar pesan-pesan agama dapat diterima dan dijangkau oleh khalayak secara lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi, dakwah dapat tetap relevan dan tidak terkesan ketinggalan zaman. Oleh karena itu, umat Islam perlu menguasai dan menggunakan perkembangan teknologi informasi sebagai sarana dakwah yang potensial di era modern ini.³

Media sosial populer seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Di antara platform tersebut, TikTok menonjol dengan jumlah pengguna aktif yang mencapai jutaan, menjadikannya salah satu media yang sangat efektif untuk menyebarkan konten dan menyampaikan pesan. Di Indonesia, TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan banyak diminati.⁴

Pengguna TikTok berlomba-lomba menunjukkan gaya pribadi dan mendokumentasikan aktivitas sehari-hari melalui unggahan konten yang beragam. Selain itu, banyak pendakwah yang mulai memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan khotbah secara daring. Khotbah online di TikTok tidak hanya menarik tetapi juga mudah

³Muhammad Ihza Inzaghi Adnan, Nia Kurniati, and Muhammad Fauzi Arif, "Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial TikTok Pada Akun @buyayahyaofficial", (Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication, 2023), hal. 48-52.

⁴Morelynte Dovenia Remeng, Dyva Claretta, "Pengaruh tontonan konten TikTok @BUIRAMIRA terhadap kepuasan informasi dalam penyusunan skripsi mahasiswa ", *Nusantara:Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 10, No 8, (April, 2023), Hal. 3942.

diakses kapan saja dan di mana saja. Pemirsa memiliki kesempatan untuk meninjau kembali konten berkali-kali, sehingga para pendakwah dapat menyesuaikan pesan mereka sesuai dengan preferensi audiens.

TikTok efektif sebagai sarana penjangkauan agama berkat aksesibilitasnya yang luas. Dengan memanfaatkan popularitas dan fitur inovatif platform ini, pesan dakwah dapat disampaikan secara menarik dan berdampak, memungkinkan jangkauan yang lebih luas dan menciptakan revolusi dalam cara pesan agama disampaikan kepada masyarakat.⁵

Dengan kemunculan berbagai macam media ini, memberikan banyak sekali kemudahan untuk berdakwah dengan jangkauan yang sangat luas. Perkembangan media sosial juga semakin hari, semakin menarik perhatian, menjadikan media sosial sebagai tempat paling banyak di pakai oleh setiap orang. Dengan ini memungkinkan untuk orang memakainya terus menerus dengan jangka waktu yang lama.

Salah satu pendakwah yang menggunakan platform TikTok sebagai sarana menyebarkan dakwah adalah yaitu ustadz Da'ad Latif beliau merupakan sosok Da'i yang berasal dari kota Makassar, Ustadz Das'ad Latif, lahir pada tanggal 21 Desember 1973, merupakan sosok yang menempuh perjalanan akademik yang luar biasa dengan menyelesaikan pendidikan sarjananya di dua perguruan tinggi sekaligus, yaitu di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin pada bidang Peradilan Islam dan di Universitas Hasanuddin pada bidang Ilmu Komunikasi, menunjukkan dedikasi dan komitmennya dalam memperdalam ilmu agama sekaligus ilmu komunikasi sebagai bekal dalam mendukung kiprah dakwahnya di kemudian hari.⁶

Ustadz Das'ad Latif tidak hanya aktif menyampaikan dakwah secara langsung di berbagai tempat, tetapi juga memanfaatkan platform digital TikTok untuk menjangkau lebih banyak umat. Melalui

⁵ Kashfia Kaba Shejuti, "Role of Social Media on Deviance and Crime: A Study on Content Creators of Tiktok", *American Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, Vol. 2, No. 2, (April, 2023), hal. 37.

⁶ Kashfia Kaba Shejuti, "Role of Social Media on Deviance and Crime: A Study on Content Creators of Tiktok", *American Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, Vol. 2, No. 2, (April, 2023), hal. 37.

akun TikToknya, ia secara konsisten membagikan ceramah-ceramah yang penuh makna dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Terpantau bahwa setiap konten dakwah yang diunggah oleh Ustadz Das'ad Latif di TikTok selalu berhasil menarik perhatian puluhan ribu penonton, Popularitas dakwahnya di dunia maya terus meningkat, terbukti dengan jumlah Followers di TikTok yang kini telah memiliki 2,6 juta. Hingga saat ini, Ustadz Das'ad Latif telah mengunggah video yang berisi ceramah, tausiyah, dan pesan-pesan inspiratif lainnya, dan memiliki 24,8 juta yang menyukai kontennya.

Dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Das'ad Latif memiliki keunikan tersendiri karena gaya penyampaiannya yang menarik, mudah dipahami, dan jauh dari kesan monoton. Cara beliau menambahkan unsur humor dalam ceramahnya membuat penonton merasa terhibur sekaligus tersentuh oleh pesan yang disampaikan. Tema-tema yang diangkat Ustadz Das'ad Latif juga relevan dengan berbagai permasalahan yang sering dihadapi oleh masyarakat, sehingga solusi yang diberikan lebih mudah dipahami dan diterapkan. Selain itu, beliau memiliki kemampuan untuk memotivasi seseorang tanpa menyinggung atau merendahkan mereka, melainkan memberikan kesadaran untuk terus bertaubat dan bergantung pada Allah seperti terlihat dikomentar konten TikTok yang dipostingnya.

Dalam hal ini penerapan strategi dakwah harus relevan dengan perkembangan zaman yang mana media sosial menjadi kebutuhan pada hampir seluruh masyarakat. Terlebih lagi masyarakat juga mencari ceramah-ceramah yang pastinya mudah dipahami dan dimengerti. Hal ini bisa menjadi peluang dalam upaya menghadapi problematika dakwah di masa sekarang ini.⁷ Untuk memperkaya pengetahuan dari materi, akhlak, dan aqidahnya.

Berdasarkan paparan yang sudah dijelaskan di atas peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul "Analisis Isi Penyampaian Pesan Dakwah Akun Tiktok @dasadlatifofficial melalui komunikasi persuasif "

⁷Adila Citra et al, "Strategi Pemanfaatan Instagram @ Serambilirboyo Terhadap Perkembangan Dakwah Di Era New Media" (Pekalongan: Referensi Media Komunikasi Massa, 2013), hal. 22-37.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

2. Bagaimana isi pesan dakwah pada akun tiktok @Dasadlatifofficial Terkait aqidah, ibadah dan akhlak?
3. Bagaimana Komunikasi Persuasif Ustadz Dasad Latif Pada Akun TikToknya?

4. Batasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti membatasi permasalahan yang dibahas agar lebih terarah dan menghindari penafsiran yang lebih luas, maka penelitian akan di fokuskan pada analisis isi pesan dakwah pada konten di akun TikTok @dasadlatifofficial pada postingan dakwahnya dari bulan September 2024 sampai April 2025 yang memiliki like, view dan komen terbanyak.

5. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti, adapun tujuan penelitiannya ialah :

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana isi pesan dakwah pada akun tiktok@dasadlatifofficial.
2. Untuk menganalisis bagaimana komunikasi persuasif ustadz dasad latif.

6. Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi digital dengan memperluas wawasan mengenai strategi efektif dalam menyampaikan pesan dakwah di era modern, terutama melalui penggunaan platform TikTok.

2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para dai, ulama, atau pihak-pihak yang terlibat dalam dunia dakwah untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih relevan dan efektif di media sosial. Pemahaman tentang menarik minat anak muda dapat menjadi referensi bagi mereka dalam menggunakan

platform digital TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lebih tepat sasaran.

7. Kajian Pustaka

Penulis telah menelusuri kajian-kajian yang pernah dilakukan. Selanjutnya hasil penelusuran ini akan menjadi acuan penulis untuk tidak mengangkat metodologi yang sama, sehingga diharapkan kajian ini tidak terkesan plagiat dari kajian yang sudah ada. Adapun hasil penelusuran, penulis menemukan beberapa kajian kepustakaan yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

Pertama, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sally Rabsi (2021) yang berjudul “Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah Di Media Sosial TikTok”⁸ memiliki kesamaan dalam fokus kajian, yaitu menganalisis penggunaan teknik komunikasi persuasif dalam penyampaian pesan dakwah melalui platform TikTok. Keduanya juga berusaha memahami bagaimana pendekatan komunikasi persuasif dapat memengaruhi audiens dan efektivitas dakwah di media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan ruang lingkup kajian. Penelitian pertama berfokus pada teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Ustadz Syamsuddin Nur secara umum di media sosial TikTok, sedangkan penelitian kedua lebih spesifik menganalisis penyampaian pesan dakwah dari akun TikTok @dasadlatifofficial. Dengan demikian, penelitian pertama lebih luas dalam menjangkau berbagai aspek komunikasi persuasif Ustadz Syamsuddin Nur, sementara penelitian kedua menyoroti pendekatan komunikasi persuasif secara mendetail pada satu akun tertentu.

Kedua, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggun Luthfia Tsani (2022) pada penelitiannya yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media TikTok”⁹ memiliki kesamaan dalam fokus penelitian, yaitu sama-sama membahas teknik komunikasi persuasif yang

⁸Sally Rabsi, “Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah Di Media Sosial TikTok,” (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan, 2021), hal. 4.

⁹ Anggun Luthifia Tsani “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media TikTok,”(Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo, Semarang, 2022), hal. 4

digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui platform TikTok. Kedua penelitian ini menyoroiti bagaimana dakwah di era digital dapat dilakukan secara efektif dengan memanfaatkan pendekatan persuasif untuk menarik perhatian audiens. Namun, perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan metode analisisnya. Penelitian pertama berfokus pada teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam dakwahnya secara umum melalui TikTok, sementara penelitian kedua secara khusus menganalisis penyampaian pesan dakwah pada akun TikTok @dasadlatifofficial. Selain itu, penelitian pertama cenderung menekankan strategi personal dari Husain Basyaiban, sedangkan penelitian kedua lebih mendetailkan analisis isi pesan yang disampaikan oleh Ustadz Das'ad Latif dalam akun TikTok-nya.

Ketiga, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niken Karnelia (2024) pada penelitiannya yang berjudul "Analisi Isi Penyampaian Dakwah Akun TikTok @Kadamshidiq00 Melalui Komunikasi Pesuasif"¹⁰ memiliki kesamaan yang sangat kuat, karena keduanya fokus pada analisis isi dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @dasadlatifofficial dengan pendekatan komunikasi persuasif. Baik dalam aspek objek penelitian, pendekatan yang digunakan, maupun platform yang dianalisis, kedua judul ini hampir identik. Namun, perbedaannya terletak pada redaksi kalimatnya, di mana judul pertama menekankan pada "penyampaian dakwah" secara umum, sedangkan judul kedua lebih spesifik menyebutkan "penyampaian pesan dakwah," yang memberikan kesan fokus pada isi pesan yang disampaikan dalam dakwah tersebut. Meski berbeda dalam pemilihan kata, keduanya tetap mengacu pada objek dan konteks penelitian yang sama.

Keempat, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Intan Kartika pada penelitiannya yang berjudul " Analisis Isi Pesan Dakwah

¹⁰Niken Karnelia "Analisis Isi Penyampaian Dakwah Akun TikTok @Kadamshidiq00 Melalui Komunikasi Pesuasif," (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2024), Hal. 4.

Pada Akun TikTok @Risyad_Bay¹¹ memiliki kesamaan dalam fokus penelitian yang sama-sama menganalisis pesan dakwah yang disampaikan melalui platform TikTok. Keduanya bertujuan untuk menggali cara pesan dakwah disusun dan disampaikan di media sosial untuk memengaruhi audiens. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan pendekatan yang digunakan. Penelitian pertama berfokus pada akun TikTok @Risyad_Bay tanpa menekankan teknik tertentu, sedangkan penelitian kedua lebih spesifik mengkaji teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh akun TikTok @dasadlatifofficial dalam menyampaikan pesan dakwah. Dengan demikian, penelitian pertama lebih bersifat umum pada analisis pesan dakwah, sementara penelitian kedua menggali aspek komunikasi persuasif yang lebih mendalam dalam teknik penyampaian pesan.

8. 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 ini terdiri dari latar belakang, yang akan membahas tentang pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah modern yang efektif melalui komunikasi persuasif, sehingga penting dianalisis isi pesan dakwahnya. Rumusan masalah, yang akan memberikan gambaran umum yang kemudian akan peneliti telaah lebih dalam, kemudian tujuan penelitian, bertujuan untuk mengetahui dan memahami bentuk komunikasi persuasif serta isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Das'ad Latif melalui media sosial

¹¹ Intan Kartika "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @Risyad_Bay," (Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan, Lampung 2024) , hal.

TikTok. Manfaat penelitian, diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang komunikasi dakwah, serta menjadi referensi bagi para dai dan akademisi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif. Kemudian Kajian pustaka, yang berisi rujukan peneliti untuk meneliti permasalahan yang ada, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang menyajikan topik, antara lain apa itu pengertian dakwah, pesan dakwah, unsur-unsur dakwah, metode dakwah, Tujuan dakwah, analisis isi dan komunikasi persuasif, Selanjutnya, membahas mengenai teori teori yang berkaitan dengan aplikasi tiktok, termasuk pengertian media sosial, karakteristik dan jenis jenisnya.

Bab III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian kualitatif yang diambil peneliti, lalu lokasi dan waktu penelitian, yang dilakukan pada bulan September 2024 sampai April 2025 yang di lakukan di akun tiktok utadz Das'ad Latif, kemudian subjek penelitian, sumber data peneliti yaitu sumber data primer dan sekunder, kemudian ada teknik pengumpulan data melalui metode observasi, dokumentasi dan teknik keabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian, bab ini memaparkan data yang mencakup profil Das'ad Latif dan profil akun TikTok @Dasadlatifofficial, serta hasil pembahasan berisi tentang penjelasan atau hasil analisa yang menghubungkan dari penyampaian dakwah pada konten akun TikTok @Dasadlatifofficialberdasarkan komunikasi Persuasif.

BAB V Penutup, Pada bab ini peneliti membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang terkait tentang pesan dakwah ustadz das'ad latif serta komunikasi persuasifnya, serta saran-saran yang diharapkan dapat berguna nantinya.

