



**NOMOR SKRIPSI**  
**6585/MD-D/SD-S1/2024**

**PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH**  
**HUSAIN BASYAIBAN**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) Manajemen Dakwah (S.Sos)

Oleh :

**YULYANA NST**  
**NIM. 12040425343**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2024 M/1445 H**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul ” **Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban**” yang ditulis oleh:

Nama : Yulyana Nst  
NIM : 12040425343  
Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 4 Januari 2024

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Januari 2024

Tim Penguji

Ketua/Penguji 1

**Khairuddin, M.Ag**  
NIP. 19720817 200901 1 002

Penguji 3

**Perdamaian, M.Ag**  
NIP. 19621124 199603 1 001

Sekretaris/Penguji 2

**Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I**  
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji 4

**Muhammad Soim, S.Sos.I, MA**  
NIP. 1983062 2202321 1 014

Mengetahui  
Dekan,



**Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A**  
NIP. 19841118 200901 1 006



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761 562051  
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : YULYANA NST

Nim : 12040425343

Program Studi : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban

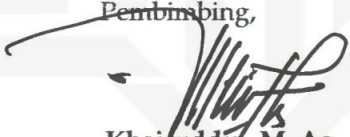
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 13 Desember 2023

Pembimbing,

  
Khairuddin, M. Ag

NIP. 197208 17200910 1 002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

  
Khairuddin, M. Ag

NIP. 197208 17200910 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**UIN Suska Riau**  
 di- Tempat.

***Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.***

Dengan Hormat,  
 Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : YULYANA NST  
 NIM : 12040425343  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Judul Skripsi : Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Munaqosyah sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.  
 Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam ujian komprehensif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.  
***Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.***

Pekanbaru, 13 Desember 2023  
 Pembimbing,

**Khairuddin, M. Ag**  
 NIP. 197208 17200910 1 002

Mengetahui  
 Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

**Khairuddin, M. Ag**  
 NIP. 197208 17200910 1 002



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YULYANA NST  
 Nim : 12040425343  
 Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 12 Juni 2002  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Judul Skripsi : Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 22 Desember 2023



**Yulyana Nst**  
 NIM. 12040425343

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip, menggandakan, atau menyebarluaskan karya tulis ini, baik secara elektronik atau manual, tanpa izin UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Yulyana NST**  
**Jurusan : Manajemen Dakwah**  
**Judul : Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban**

Dunia teknologi saat ini berkembang begitu pesat, sehingga banyak manusia yang dimudahkan dalam berkomunikasi, salah satunya dengan media sosial. Media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten, salah satunya adalah aplikasi TikTok. Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban dilatarbelakangi oleh munculnya salah satu da'i yang populer dikalangan remaja ialah Husain Basyaiban yang merupakan mahasiswa sekaligus pendakwah muda yang berasal dari Bangkalan, Madura yang menciptakan suatu inovasi baru dengan cara berdakwah melalui aplikasi TikTok dengan nama akunnya @kadamsidik00, sebagai pendakwah muda yang ditujukan khususnya kepada anak muda. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Husain Basyaiban. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Pendekatan netnografi bertujuan untuk mempelajari budaya media sosial yang terfokus pada penelitian peneliti pada aplikasi TikTok di akun @kadamsidik00. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Husain Basyaiban memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah dalam menyampaikan materi-materi dakwahnya.

**Kata Kunci : Pemanfaatan, TikTok, Media Dakwah**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

**Name** : Yulyana NST  
**Major** : Da'wah Management  
**Title** : Utilization of TikTok as a Da'wah Media for Husain Basyaiban

*The world of technology is currently developing so rapidly that communication is made easier for many people, one of which is through social media. Social media is media that accommodates collaboration between users who produce content, one of which is the TikTok application. Husain Basyaiban's use of TikTok as a Da'wah Media was motivated by one of the preachers who is popular among teenagers, namely Husain Basyaiban, who is a student and young preacher from Bangkalan, Madura who carried out a new innovation by preaching through the TikTok application with his account name @kadamsidik00, as a young preacher aimed especially at young people. The aim of this research is to find out how TikTok is used as a medium for Husain Basyaiban's preaching. The method used is a qualitative method with a netnographic approach. The netnography approach aims to study social media culture which focuses on the researcher's research on the TikTok application on the account @kadamsidik00. In this research, data collection was carried out through observation and documentation. The research results show that Husain Basyaiban uses TikTok as a da'wah medium for conveying his preaching materials.*

**Keywords:** Utilization, TikTok, Da'wah Media



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil'alamin dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban**. Sholawat serta salam dilimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di akhirat kelak, Aamiin Yaa Robbal A'lamiin.

Tujuan ditulisnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan skripsi peneliti menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan, baik dalam segi materi ataupun dalam teknis penulisannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti berharap kritik dan saran dari pembaca yang berniat membangun, demi terbentuknya sebuah karya tulis ilmiah yang sempurna.

Dalam penyelesaian tulisan ini peneliti telah banyak memperoleh berbagai bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang peneliti hormati dan sayangi. Terkhusus kepada orang tua peneliti yakni Ayahanda **Parlindungan Nasution** dan Ibunda **Nur Aini**, yang menjadi alasan utama peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan. Menjadi sandaran ketika peneliti sedang lelah, menjadi penyangga ketika peneliti hampir rebah, dan menjadi kekuatan utama peneliti untuk tetap melangkah dalam menyelesaikan penelitian. Terimakasih untuk setiap tetes keringat dan air mata, skripsi ini merupakan salah satu balasan kecil, bukti cinta untuk setiap pengorbanan kalian. Terimakasih juga kepada adik-adik kandung saya **Nazwa Andini Nasution** dan **Abdul Hafis Nasution** yang turut mendoakan dan menyemangati peneliti dalam proses pembuatan skripsi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi hingga akhirnya terselesaikan.

Ucapan terimakasih ini juga peneliti sampaikan kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a, saran dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga. Dan tak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Muhlasin, M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan sekaligus Pembimbing Akademik penulis.
8. Khairuddin, M.Ag selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasihat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
10. Seluruh Staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan yang baik dalam administrasi.
11. Kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhususnya Lokal F.
12. Kepada teman-teman terbaik yaitu Intan Maisarah dan Dwi Putry Ramadhani.
13. Kepada teman-teman terbaik dari SD, SMP, dan SMA yang mendukung penulis untuk meneliti penelitian ini.
14. Terimakasih saya ucapkan kepada PT. Niat Suci Kebaitullah yang telah menerima saya untuk magang dan kepada kakak dan abang di PT. Niat Suci Kebaitullah yang telah memberikan semangat kepada peneliti dalam menjalan skripsi.
15. Dan terima kasih untuk diriku sendiri, karena telah mampu bertahan sejauh ini dan mampu melewati suka maupun duka lelah letihnya perjuangan perskripsian ini serta pahit getir dan manisnya hidup ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat kepada yang membacanya. Aamiin Yaa Rabbal A'lamiin.

Pekanbaru, 12 Desember 2023

Penulis

**YULYANA NST**  
**NIM. 12040425343**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Kegunaan Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Terdahulu .....	6
B. Landasan Teori .....	11
C. Kerangka Pemikiran .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Jenis Penelitian .....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
C. Sumber Data Penelitian .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data .....	25
E. Validasi Data .....	26
F. Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>27</b>
A. TikTok Sebagai Media Dakwah.....	27
B. Biografi Husain Basyaiban.....	29
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Hasil Penelitian.....	34
B. Pembahasan .....	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 2.	Konten Dakwah Husain Basyaiban.....	34



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Profil Akun TikTok Husain Basyaiban.....	30
Gambar 2.	Konten Husain Berjudul Kena Jerawat Karena Ain.....	34
Gambar 3.	Konten Berjudul Sunscreen Bisa Bikin Wudhu Gak .....	35
Gambar 4.	Konten Berjudul Mengungkapkan Cinta Hukumnya Sunnah	37
Gambar 5.	Konten Berjudul Lemon G*y .....	38
Gambar 6.	Konten Berjudul Ngerate Fisik Orang Lain .....	40
Gambar 7.	Konten Berjudul Mujaddid Tahun 2034 .....	41
Gambar 8.	Konten Berjudul Gak Bisa Berhenti Zina .....	42
Gambar 9.	Konten Berjudul Perihal Sholat Malam Lailatul Qadar .....	43
Gambar 10.	Konten Berjudul Gara Memelihara Kucing .....	44
Gambar 11.	Konten Berjudul Udah Minta Maaf Tapi Gak Dimaafin .....	45
Gambar 12.	Konten Berjudul Cara Rasulullah Mengonsumsi Kurma.....	46
Gambar 13.	Konten Berjudul Katanya Gak Boleh Efek Gituan .....	47

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

sosial media saat ini dikarenakan menyediakan ruang dengan mudah untuk menjadi *creator* tidak terkecuali menjadi pendakwah muda. (Palupi, 2021)

Pada sudut pandang lain, TikTok dianggap sebagai cara yang efektif dan efisien dalam alat media dakwah. Seiring dengan berjalannya waktu, perubahan kehidupan masyarakat harus diimbangi dengan merubah cara berdakwah. Cara dakwah yang stagnan tanpa melakukan kreasi hanya akan menguap yang mana jarang diminati oleh masyarakat. Penyampaian dakwah harus dilakukan secara manusiawi dan juga dialogis serta bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ataupun kemampuan manusia. Maka dari itu, TikTok diharapkan mampu untuk digunakan sebagai wadah penyalur dakwah di era modern sekarang ini.

Pada dasarnya, dakwah merupakan kegiatan wajib seorang muslim dalam menyiarkan seruan atau perintah Allah SWT kepada manusia yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun agar mereka tetap berada pada jalan yang benar. Zulkarnaini mengatakan bahwa dakwah ialah kegiatan yang dilakukan untuk mengajak kebaikan dan juga melarang kegiatan yang buruk baik secara lisan, tulisan dan perbuatan yang dilakukan dengan berpegang teguh pada prinsip Islam. Adanya modernitas mengharuskan pelaksanaan dakwah disesuaikan dengan kondisi atau keadaan masyarakat dengan memperhatikan materi, metode dan media yang digunakan. Maka dari itu, penulis mencoba untuk menganalisis apakah penggunaan aplikasi TikTok sebagai salah satu media dakwah di era modern dapat diterima oleh masyarakat modern ini.

Banyaknya pengguna TikTok, para pendakwah Islam mengambil peluang tersebut dengan baik sebagai wadah dakwah di era modern ini. TikTok dapat menarik kaum milenial untuk belajar Islam sesuai dengan masing-masing cara penyampaian para *Islamic content creator*. Munculnya pendakwah Islam muda di TikTok secara tidak langsung mampu menarik perhatian masyarakat, mengajak masyarakat untuk belajar Islam, kemudian masyarakat mulai membantu untuk membagikan dan menyebarkan konten dakwah kepada publik atau khalayak umum dalam berbagai macam media sosial yang dimiliki. Dari beberapa akun da'i dapat terlihat bahwa masing-masing *Islamic content creator* telah mempunyai *Islamic values* di dalam konten mereka untuk membawa *positive values* di dalam platform TikTok. Salah satunya yaitu mulai muncul banyak da'i baik dari da'i yang mumpuni akan ilmu agama Islam serta da'i muda baru yang baru menyebarkan Islam melalui media sosial salah satunya di platform TikTok.

Salah satu da'i muda terkenal yang mana memanfaatkan media sosial untuk wadah dakwah adalah Husain Basyaiban. Husain Basyaiban ialah salah satu da'i muda yang dikenal sebagai pendakwah milenial di aplikasi TikTok. Husain awalnya seorang pemuda biasa yang belum dikenal banyak orang. Dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

istiqomahnya pemuda tersebut membuat konten dan menyebarkan ilmu agama Islam. Husain memegang kepercayaan pengguna TikTok sebagai salah satu pendakwah muda yang sangat berpengaruh untuk sekarang ini. Dengan kepercayaan netizen. Husain mampu memiliki jumlah *followers* kurang lebih enam juta di aplikasi TikTok dengan *username* @basyasman00 dan sekarang telah berganti nama dengan @kadamsidik00. Cara penyampaian dakwah Husain disiarkan melalui platform TikTok yang dibungkus secara singkat, unik, jelas serta disampaikan dengan gaya modern khas milenial yang tak lupa selalu menambahkan dalil sebagai penguat ilmu tersebut memudahkan para kaum milenial untuk mempelajari ilmu agama secara *online*. Kontribusi milenial dalam dakwah sekarang ini merupakan salah satu bukti nyata pengaruh positif untuk kemajuan Islam. Munir menjelaskan bahwa media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah (Amin, 2013).

Melihat fenomena ini, menarik untuk menjadi bahan penelitian. Karena dakwah dengan cara memanfaatkan media TikTok merupakan inovasi baru dalam dunia dakwah. Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk fokus pada pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Husain Basyaiban. Karena fenomena ini akan sangat menarik untuk dibahas, terutama TikTok saat ini menjadi salah satu aplikasi yang sedang naik daun dengan penggunanya yang cukup besar. Maka dari itu peneliti ingin menyelaraskan teori dan penelitian ini dengan judul **“Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban”**.

### B. Penegasan Istilah

Pada penegasan istilah ini penulis akan menjelaskan istilah yang perlu ditegaskan dalam bagian penelitian dimana istilah tersebut terdapat dalam judul ini, guna menghindari kesalah pahaman tentang pengertian istilah dipakai dalam penelitian ini maka penulis akan memberikan penjelasan sebagai berikut :

#### 1. Pemanfaatan Media

Pemanfaatan adalah turunan dari kata manfaat, kemudian diberi imbuhan pe- dan -an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan yaitu aktivitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Sedangkan secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (source) dengan penerima pesan (receiver) (Salim, 2002). Jadi, pemanfaatan media merupakan aktivitas menggunakan perantara dalam memperoleh sumber pesan dengan penerima pesan .

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 2. TikTok

TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang dikeluarkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao (Utami, 2021). Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek sendiri. TikTok juga merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-scroll layar ke atas maupun ke bawah.

## 3. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Yang dimaksud media dakwah yaitu peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997).

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Husain Basyaiban ?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Husain Basyaiban.

### E. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Akademis
  1. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi peneliti lain yang ingin mengetahui pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Husain Basyaiban.
  2. Sebagai bahan informasi bagi penulis yang ingin menyebarkan dakwah melalui berbagai platform media sosial khususnya TikTok.
- b. Kegunaan Praktis
  1. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang serupa.
  2. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan dalam 6 (enam) bab sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menyajikan latar belakang masalah penelitian, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan uraian dari kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi terkait metodologi penelitian, jenis penelitian, pendekatan yang digunakan, pengumpulan data, dan gambaran analisis data serta lokasi penelitian.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini akan memberikan gambaran umum mengenai judul penelitian, termasuk sejarah singkat mengenai profil subjek yang diteliti.

### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjawab rumusan masalah dan hasil dari penelitian yang diteliti.

### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini membahas kesimpulan dan saran serta merupakan bagian penutup dari rangkaian penulisan skripsi yang dibuat oleh peneliti.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu dibuat sebagai perbandingan dan rujukan penelitian penulis terhadap penelitian yang hampir mirip sebelumnya. Penulis telah melakukan penelusuran terhadap berbagai literatur yang berkaitan dengan objek kajian penelitian ini, telah ditemukan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya :

**TABEL 1. PENELITIAN TERDAHULU**

NO	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
1	Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, (2021) “Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”	TikTok Sebagai Media Dakwah	Metode Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	TikTok menawarkan banyak manfaat sebagai media dakwah, ada dua jenis kegunaan, misalnya, 1) menggunakan TikTok sebagai alat komunikasi, 2) pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah  (Hikmawati, 2021)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengenai pengguna -an TikTok sebagai media dakwah dan menggunakan -an metode yang sama. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
					penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitiannya
2	Miftachul Taubah (2020) “Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam”	TikTok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam	Metode Deskriptif Kualitatif	Bahwa aplikasi tiktok memenuhi kriteria lingkungan belajar yang baik yaitu Maharah Kalam, terutama menarik dan ramah bagi siswa ketika belajar bahasa Arab. (Miftahul, 2020)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai pemanfaatan TikTok dan menggunakan metode yang sama. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada tujuannya

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
3	Dewanta (2020) "Pemanfaata Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia"	TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia	Metode Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi TikTok dapat bermanfaat sebagai lingkungan belajar Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi TikTok dapat bermanfaat sebagai lingkungan belajar bahasa Indonesia yang menyenangkan dan interaktif, dengan penggunaan dan metode yang tepat. Berbagai fitur aplikasi dapat diterapkan untuk menggunakan tiktok sambil belajar bahasa Indonesia. (Dewanta, 2020)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama tentang pemanfatan dari penggunaan TikTok maupun menggunakan metode yang sama. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada tujuannya

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
4	Dian Herdiati, Dhika Dwi Atmaji, Raden Mas Aditya Andriyanto, Majalah Dani Nur Saputra (2021).  “Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Musik di SMAN 1 Muara Enim, Sumatera Selatan”	TikTok Sebagai Media Pembelajaran Musik di SMAN 1 Muara Enim, Sumatera Selatan	Metode Kualitatif dan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran musik. Diperlukan langkah dan metode yang tepat untuk mencapai tujuan pembelajaran saat menggunakan aplikasi TikTok. Selain itu, penggunaan aplikasi TikTok di SMAN 1 Muara Enim berpengaruh positif dalam meningkatkan rasa percaya diri siswa dalam bidang musik dan menjadikan siswa terbiasa	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melibatkan pengguna-an TikTok dan metode yang sama. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada tujuannya

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
5	Ayu Febriana, (2021) “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Studi Kasus Ustad Syam Di Akun @syam_elmar us	TikTok Sebagai Media Dakwah Studi Kasus Ustad Syam	Metode kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Tik-Tok bisa dioptimalkan untuk tujuan menyampaik-an pesan dakwah seperti yang dicontohkan oleh ustadz Syam dalam akun	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengenai pengguna-an Tik Tok dan menggunakan metodologi yang sama.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Judul Penelitian Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan Penelitian
				@syam_elmar usy dengan menggunakan kelebihan TikTok yaitu tampilan visual yang menarik. (Febriana, 2021)	Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian

## B. Landasan Teori

### 1. Dakwah Era Kontemporer

#### a. Pengertian Dakwah

Kata Dakwah telah dikenal luas di kalangan masyarakat Indonesia tidaklah asing yang artinya seruan atau ajakan untuk memeluk dan mentaati ajaran-ajaran Islam (Mahmuddin, 2016). Dakwah Islam dapat diperluas dengan menyerukan kepada siapa saja untuk diajak memeluk Islam. Itulah sebabnya Islam disebut agama dakwah yakni agama yang disebarluaskan dengan cara damai tidak dalam bentuk kekerasan. Dakwah juga merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim agar ia melaksanakan tugas para ambiya dalam menyampaikan seruan Allah SWT kepada manusia dan memberikan informasi tentang jalan kebaikan dan petunjuk hidup. Di tinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” dari kata *da’a yad’u* yang berarti panggilan, ajakan serta seruan.

Dengan demikian dakwah merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan (Hasan, 2013).



## b. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah perlu diketahui apa saja unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pemberi dakwah), mad'u (penerima dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah) dan atsar (efek dakwah).

### 1. Da'i ( Pemberi Dakwah )

Da'i (pemberi dakwah), kata da'i berasal dari bahasa Arab sebagai fi'il madhi bentuk mudzakar (laki-laki) yang berarti "orang yang mengajak", kalau dalam bentuk muannats (perempuan) di sebut da'iyah (Aziz, 2004). Da'i ialah seseorang yang menyampaikan pesan tentang mengajak umat manusia kepada jalan Allah SWT dengan tujuan mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia akhirat yang diridhai Allah SWT, semua pribadi umat Islam yang mukallaf secara otomatis memiliki kewajiban untuk menyampaikan kebaikan kepada umat manusia di dunia, para ulama telah sepakat bahwa melaksanakan dakwah ialah wajib.

### 2. Mad'u ( Penerima Dakwah )

Mad'u merupakan manusia yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan (Ilaihi, 2010).

### 3. Maddah ( Materi Dakwah )

Materi dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam yang secara umum yaitu pesan aqidah, syariah, dan akhlak (Ilaihi, 2010).

### 4. Thariqah ( Metode Dakwah )

Metode dakwah merupakan cara yang dilakukan seorang da'i kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang (Munir, 2009). Metode dakwah juga dapat dikatakan jalan atau teknik yang dipakai oleh juru dakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya.

### 5. Atsar ( Efek Dakwah )

Efek dalam ilmu komunikasi biasanya disebut dengan *feedback* (umpan balik). Efek dapat dikatakan sebagai umpan balik dari reaksi proses dakwah.

### 6. Wasilah ( Media Dakwah )

Media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya (Syukir, 1983). Adapun yang dimaksud media dakwah ialah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997). Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponennya ialah media dakwah.

Di zaman yang modern ini media sudah dapat memberikan ruang yang sangat luas bagi kegiatan dakwah, tanpa dibatasi oleh waktu dan ruang. Kebebasan dalam menggunakan media sangat terbuka lebar. Salah satu strategi yang tepat dilaksanakan dalam menghadapi pola hidup modern yang berkaitan dengan penggunaan media dakwah kontemporer ialah memperbanyak pengenalan tentang tata cara penggunaan media dakwah kepada seluruh media yang ada, seperti berdakwah di platform TikTok. Memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai wadah atau media dalam berdakwah.

#### c. Dakwah Kontemporer

Dakwah merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan (Hasan, 2013). Sedangkan istilah kontemporer merupakan istilah yang terkait dengan masa, dan masa yang dimaksud adalah masa sekarang atau era modern yang di dalamnya ditemukan alat-alat komunikasi yang serba canggih dan baru (Mahmuddin, 2016). Dakwah kontemporer ialah dakwah yang menggunakan fasilitas teknologi modern dengan tiga indikator yaitu da'i yang memanfaatkan teknologi modern, materi dakwah yang kontemporer dan da'i menggunakan media kontemporer (Mahmuddin, 2016).

Dakwah kontemporer sangat cocok dilakukan di lingkungan kota atau masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan menengah atas. Dakwah kontemporer ini lain dengan dakwah kultural. Jika dakwah kultural dilakukan dengan cara menyesuaikan budaya masyarakat setempat, tetapi dakwah kontemporer dilakukan dengan cara mengikuti teknologi yang sedang berkembang. Dakwah yang menggunakan fasilitas mimbar hanya akan di dengar sebatas yang hadir pada acara tersebut. Lain halnya dengan dakwah yang menggunakan fasilitas teknologi elektronik seperti TV, internet dan teknologi modern lainnya.

Dari dua perbandingan di atas, maka dakwah kontemporer yang memanfaatkan teknologi modern lebih banyak manfaatnya dari pada dakwah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kultural yang masih harus menyesuaikan dengan kondisi budaya masing-masing daerah. Dakwah pada era kontemporer tidak dapat memaksakan dirinya dengan penggunaan model yang arogan atau radikal yang mengutamakan penjelasan, model justifikatif, bahkan model romantis, secara spekulatif. Ia dituntut mampu meramu semua model itu kedalam kemasan baru yang lebih kreatif, dekoratif, asasi, dan non-responsif. Ramuan inilah yang merupakan representasi dakwah kontemporer.

## 2. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

### a. Pengertian Media Sosial

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara atau pengantar. Gerlach dan Ely berpendapat bahwa secara garis besar media dipahami sebagai manusia, materi, dan kejadian yang membangun kondisi yang membuat mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap (Arsyad, 2015). Dari segi bahasa media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Berikut adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian :

- a. Mendiberg mendefinisikan media sosial itu sebagai sarana kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten.
- b. Van Dijk mendefinisikan bahwa media sosial yaitu platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.
- c. Menurut Mieke dan Young mendefinisikan bahwa media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2015).

Media sosial memiliki fungsi diantaranya sebagai berikut (McQuail, 1992) :

- a. Media sosial adalah media sosial yang di desain guna memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience*.
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, dengan kata lain mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk menampilkan diri dan melakukan interaksi, bekerja sama, dan berbagi komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara vertikal (Nasrullah, 2015).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## b. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Media dakwah merupakan sarana yang digunakan bagi para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan, seiring dengan perkembangan zaman media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang bisa diakses secara mudah melalui *smartphone*, dari maraknya penggunaan telepon pintar atau *smartphone* sebagai alat komunikasi.

Media sosial yang dijadikan sebagai media dakwah menjadi sebuah tren positif bagi masyarakat, selain mudah diakses dan bisa disaksikan oleh siapa saja, tanpa harus meninggalkan keluarga dan rumah serta tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar baik untuk transportasi maupun akomodasi dalam rangka mengikuti kegiatan dakwah melalui media sosial. Dalam menyiarkan kegiatan dakwah melalui media sosial bisa dilakukan dengan mudah serta dapat dilakukan oleh siapa saja, selain itu juga dapat dibagikan siaran langsung kegiatan dakwah kepada siapa saja yang ingin menonton, baik itu kepada perorangan maupun kelompok, sehingga kegiatan dakwah sangat cepat sekali tersebar dan menyebar ke berbagai daerah tanpa dibatasi oleh jarak dan lokasi.

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah tentunya akan memberikan penambahan media dakwah dalam menyiarkan kegiatan dakwah, selain pemanfaatan yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang sangat besar dalam mengoperasikannya, maka tentu media sosial ini akan semakin diminati sebagai media dakwah. Para pendakwah tentunya akan semakin mudah dalam menyiarkan ajaran dakwah kepada masyarakat melalui media sosial yang tidak dibatasi oleh daerah dan kawasan tertentu, bahkan mampu menjangkau berbagai negara yang ada dibelahan dunia ini.

Media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu media dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat, baik itu dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah merupakan sebuah kesempatan yang sangat baik bagi para pendakwah, supaya media sosial itu tidak disalahgunakan oleh sekelompok orang untuk kegiatan yang tidak baik dan bertentangan dengan agama.

Tentu saja memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah akan semakin membuka jalan dalam menyampaikan informasi keagamaan dalam jangkauan yang tidak terbatas, tentu ini harus bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh para da'i dalam menyampaikan dakwahnya. Jangan sampai ada teknologi tetapi tidak bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan kebaikan dan kebenaran kepada orang-orang yang membutuhkannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### 3. Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Komunikasi

#### a. Pemanfaatan Media

Kata pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau faedah. Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer disebutkan bahwa pemanfaatan memiliki makna proses, cara atau perbuatan yang bermanfaat (Salim, 2002). Sedangkan secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi, pemanfaatan media merupakan aktivitas menggunakan perantara dalam memperoleh sumber pesan dengan penerima pesan.

Menurut Poerwadarminto pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan (Poerwadarminto, 2002). Jadi pemanfaatan adalah aktivitas berupa tindakan yang menerima atau pemakaian hal-hal yang berguna.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Use-and gratification (U&G)*. *Use-and gratification (U&G)* merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dalam penelitian mengenai pemanfaatan media. Teori ini memberikan perhatian pada apa yang dilakukan khalayak pada media. Teori yang awalnya dikembangkan oleh Kazt dan Gurevic mengalami banyak perkembangan terkhususnya pada konsep gratifikasinya. Perkembangan yang pesat ini muncul setelah 13 tahun terakhir. Hasilnya menunjukkan bahwa teori tersebut sering dijadikan teori dalam kajian pemanfaatan media (Karman, 2013).

Salah satu tradisi riset media yang hingga kini cukup populer di kalangan peneliti yaitu penelitian mengenai pemanfaatan media, yang mengacu pada teori pemanfaatan dan gratifikasi. Teori U & G dikemukakan oleh Kezt dan Gurevic dari “*Mass Media Uses and Gratification Model*” yang dipublikasikan pertama kali tahun 1974. Perkembangan teori U & G dapat dilihat dari beberapa literatur penelitian yang mengkaji pemanfaatan media digital dan khususnya internet. Teori *Uses and Gratification* sering dipakai pada penelitian mengenai pemanfaatan media (*media usage*). Teori U & G mampu memberikan panduan untuk mendapatkan penjelasan tentang apa yang dilakukan khalayak dengan media (Karman, 2013).

#### b. TikTok

TikTok adalah aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menontonnya. Aplikasi TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang dibuat pada September 2016. Aplikasi ini ialah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Aplikasi TikTok ini adalah aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya. TikTok juga sudah terdaftar di *playstore* yang mana *playstore* sendiri sebagai aplikasi fasilitas *google* yang memudahkan pengguna *handphone* untuk mengakses atau mendownload aplikasi lainnya seperti TikTok (Pratama, 2020).

Aplikasi TikTok yaitu aplikasi yang memperbolehkan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September 2016 yang dikembangkan oleh Developer asal Tiongkok. Bytedance, mengembangkan sayap bisnisnya sampai ke Indonesia dengan mengeluarkan aplikasi video musik dan jejaring sosial bernama TikTok. Aplikasi TikTok ini mampu menyebarkan berbagai macam informasi mengenai peristiwa yang tengah viral di berbagai belahan dunia dalam bentuk yang singkat dan mudah dipahami.

#### c. TikTok Sebagai Media Komunikasi

Media berasal dari bahasa latin yaitu bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media ialah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan *networking* (Sadiman, 2012). Sedangkan komunikasi artinya penyampaian pesan (informasi, berita, dll), proses penyampaian pesan dari sumber pesan (*source*) kepada penerima pesan (*receiver*), dengan harapan bahwa si penerima pesan memiliki pemahaman akan makna pesan serupa dengan makna yang dimiliki sumber. Komunikasi mencakup penyampaian dengan cara verbal (dengan lisan atau kata-kata) maupun nonverbal, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan lain sebagainya.

Pengguna aplikasi TikTok memiliki berbagai latar belakang dan tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar pengguna TikTok hingga saat ini masih disumbang oleh kalangan remaja atau generasi Z. Aplikasi TikTok juga memberikan dampak positif di zaman sekarang ini. Orang-orang yang menggunakan TikTok sebagai media komunikasi berdampak tinggi dengan membuat berbagai jenis konten yang menarik dan mendidik. Masyarakat juga memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai wadah untuk menyebarkan informasi tentang banyak hal (Valiant, 2022).







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satunya adalah TikTok, TikTok memiliki peluang untuk menciptakan literasi khasanah keilmuan tentang agama Islam yang sangat diperlukan oleh masyarakat luas dengan disajikan sesuai dengan pola hidup masyarakat sekarang yang tidak bisa jauh dari *smartphone*. Yang mendasari orang-orang memilih aplikasi TikTok karena ingin berbagi keilmuan tentang Agama Islam. Agar Ilmu yang disampaikan membawa dampak yang luas bagi para pengguna platform ini.

Aplikasi TikTok ini mampu menyebarluaskan berbagai macam informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang tengah hangat di berbagai belahan dunia dalam bentuk yang singkat dan mudah dipahami. Di dalam TikTok kini terdapat konten dakwah yang mulai muncul pada beranda TikTok yang mendapatkan perhatian baik sehingga dengan adanya konten kreator yang terjun dalam dakwah Islam mampu menambah pengetahuan seorang muslim dari konten-konten seputar ajaran Islam.

Fakta fakta tersebut menunjukkan bahwa berkaitan dengan dakwah di dunia maya, Islam sebagai agama yang responsif terhadap segala perubahan dan keadaan, sudah selayaknya melakukan evaluasi terhadap “dakwah tradisional” yang dilakukan selama ini. Dakwah dalam arti yang luas (bukan sekedar tabligh atau ceramah) dituntut untuk mampu menembus dunia *cyber* dalam rangka menebarkan benih-benih nilai nilai mulia Islam.

## 5. Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Edukasi

### a. Media Edukasi

Media adalah alat untuk membantu pembelajaran. Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara atau pengantar (Arsyad, 2015). Jadi secara harfiah, media ialah perantara atau pembawa suatu informasi dari sumber ke penerimanya, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan dengan penerima pesan. Edukasi adalah suatu proses belajar dari tidak tahu tentang nilai menjadi tahu dan dari tidak mampu mengatasi sendiri menjadi mandiri.

Jadi, media edukasi merupakan perantara suatu proses belajar dari suatu sumber ke penerimanya untuk mendapatkan suatu informasi agar yang tidak tahu menjadi tahu dan yang tidak mampu mengatasi sendiri menjadi mandiri. Media edukasi bisa berupa materi pembelajaran, soal latihan, video, permainan dan lain-lain. Salah satu media edukasi yang saat ini paling disukai oleh generasi Z yaitu video. Video pembelajaran dalam TikTok akan ditampilkan dari 15 detik hingga tiga menit. Kelebihan pembelajaran dengan menggunakan bantuan media sosial TikTok yaitu pembelajaran akan lebih menarik, karena disertai ilustrasi, musik





volume penjualan (Rangkuti, 2009). Jadi, media promosi adalah sarana atau perantara untuk mengenalkan produk atau jasa kepada target konsumen atau pembeli.

#### b. TikTok Sebagai Media Promosi

Aplikasi Tiktok adalah salah satu media sosial yang banyak dimiliki oleh pengguna generasi milenial, generasi Y dan Z. Rata-rata generasi Y dan Z usia antara 14 sampai dengan 24 tahun mendominasi pengguna TikTok di Indonesia. Generasi tersebut merupakan generasi yang sering melakukan belanja secara *online* sehingga lebih konsumtif dan impulsif. Maka dari itu TikTok dapat menjadi media sosial yang efektif dalam melakukan promosi produk. TikTok menjadi media pemasaran yang efektif karena Indonesia merupakan pengguna aplikasi TikTok terbesar di dunia, aplikasi TikTok mudah digunakan, aplikasi TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak dimiliki oleh pengguna generasi milenial, yaitu generasi Y dan Z (Dewa, 2021).

Saat ini media sosial menjadi salah satu media yang efektif dalam melakukan kegiatan promosi, dan salah satu media sosial yang sedang berkembang adalah TikTok. TikTok memiliki keuntungan dalam kegiatan promosi seperti memberikan informasi yang memadai tanpa biaya tinggi, tenaga banyak dan dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat. Kegiatan promosi melalui media sosial meliputi iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran personal dan *public relation* (Rangkuti, 2009).

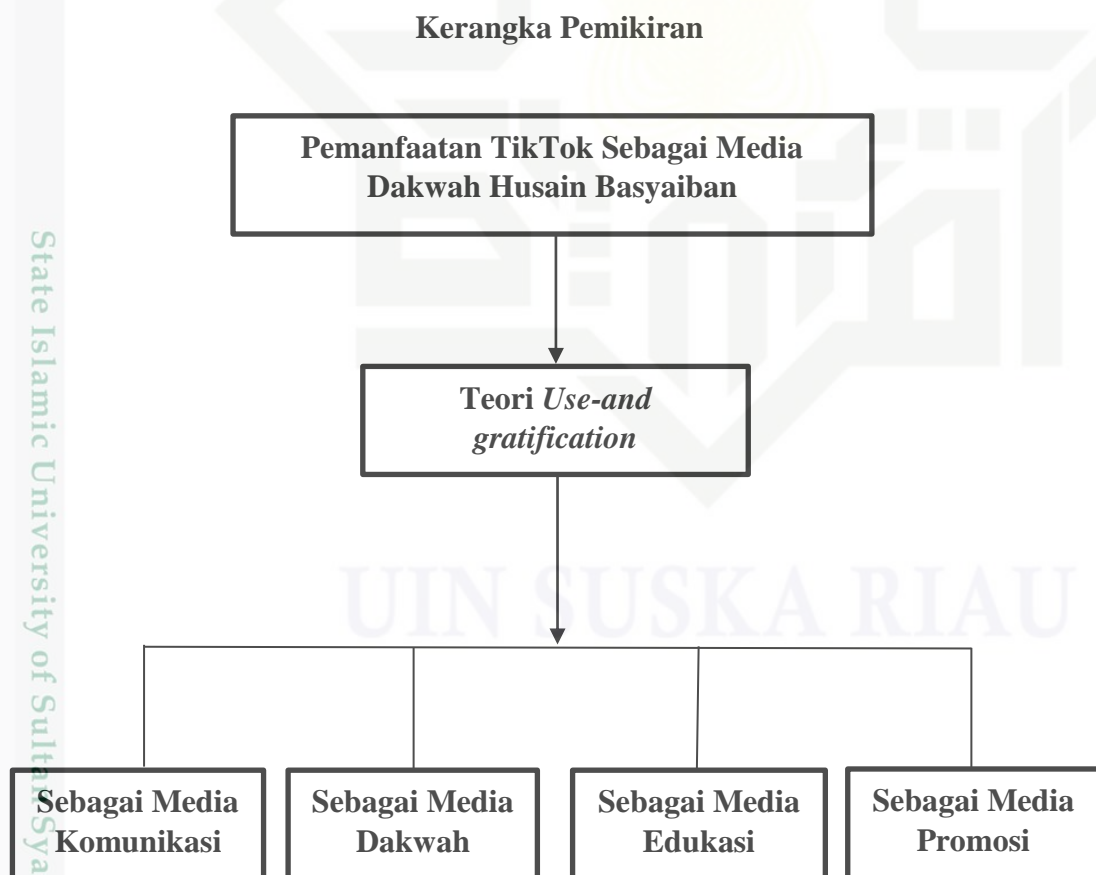
Melihat perkembangan aplikasi TikTok secara tidak langsung dapat menjadi tempat strategis bagi pemasaran sebuah merek atau produk yang dapat menjangkau konsumen dan bahkan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Pemasar diuntut selalu berkembang, saat ini strategi pemasaran melalui platform digital atau sosial media mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian (Mulyansyah, 2020).

Dalam proses pengambilan dan pembentukan minat beli dipengaruhi faktor budaya, pribadi, sosial dan faktor psikologis, Sikap orang lain mempengaruhi pengurangan alternatif yang disukai tergantung pada dua hal, alternatif yang disukai serta motivasi untuk mengikuti keinginannya dan sikap negatif orang lain. Ketika orang lain menyukai produk konsumen termotivasi untuk menuruti keinginan orang lain, maka akan membentuk minat beli. Kemudian ada faktor keadaan yang tidak terantisipasi yang mengubah pendirian konsumen secara tiba-tiba yang bergantung pada pemikiran konsumen yakin dalam memutuskan untuk membeli atau tidak membeli (Kotler, 2016).

TikTok sedang *trend* di kalangan remaja dan dewasa sehingga pemasar (marketer) maupun pebisnis memanfaatkannya sebagai media promosi produk. Lalu, hal yang menarik dari media sosial TikTok adalah media sosial TikTok telah dimanfaatkan sebagai media bisnis untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. Dengan demikian, strategi promosi dengan memanfaatkan teknologi baru berupa aplikasi TikTok ini dinilai efektif untuk meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang masih tradisional tidak efektif dalam meningkatkan penjualan (Khare, 2014).

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir bisa berupa kerangka teori dan bisa pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka berpikir adalah uraian secara ringkas mengenai teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dalam kerangka berpikir inilah akan ditempatkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang sejalan dan mampu mengungkapkan, menerangkan, serta menunjukkan perspektif terhadap masalah penelitian (Basri, 2001).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan netnografi yang dipakai untuk mempelajari dan memahami kehidupan atau budaya internet. Netnografi sama dengan internet + etnografi yaitu suatu metode yang digunakan untuk mempelajari budaya pengguna internet (media sosial). Netnografi adalah bentuk penelitian kualitatif yang berusaha memahami pengalaman budaya yang mencakup dan tercermin dalam jejak digital, praktik, dan sistem jejak *online* (Eriyanto, 2021). Netnografi merupakan salah satu metode yang relatif baru. Munculnya metode netnografi tidak bisa dilepaskan dari pentingnya internet di kehidupan kita. Mempelajari internet bukan sekedar mempelajari sebuah budaya yang berbeda dengan kehidupan faktual begitu juga sebaliknya mempelajari kehidupan di internet pada dasarnya ialah mempelajari kehidupan masyarakat kontemporer saat ini. Penelitian ini tidak menghasilkan dan tidak menggunakan perhitungan angka-angka dalam proses penelitiannya. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari objek yang kita amati (Lexy, 1991). Penelitian kualitatif ialah penelitian yang bertujuan untuk memahami kejadian mengenai apa yang sedang dialami subjek dengan cara mendeksripsikannya menggunakan kata-kata pada suatu konteks.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di tempat tinggal peneliti sekarang, dimana lokasi penelitiannya di kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan melalui media sosial yang terfokus pada TikTok Husain Basyaiban pada akunnya @kadamsidik00.

##### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukakan setelah proposal ini di seminkan. Mulai bulan Juni sampai bulan Desember 2023.

#### C. Sumber Data Penelitian

Data yaitu sekumpulan informasi atau suatu keterangan yang diperoleh melalui pengamatan atau pencarian data dari berbagai sumber tertentu (Basrowi, 2008). Sumber penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh.



### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapat secara langsung dan diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian pada akun TikTok @kadamsidik00 yang berupa video dari jumlah keseluruhan 12 video yang diunggah mulai bulan Januari sampai November 2023 di akun @kadamsidik00. Penggunaan sampel menggunakan *proposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Peneliti mengambil data beberapa video yang diunggah oleh pemilik akun TikTok @kadamsidik00.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder adalah data tambahan atau data pendukung yang digunakan untuk melengkapi data primer, yaitu data yang telah dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, artikel, jurnal tentang media dakwah dan TikTok, skripsi yang memiliki kemiripan dan dokumentasi yang diambil dari aku @kadamsidik00 (Arikunto, 2014).

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu aktifitas sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Penelitian mencari data yang dibutuhkan dengan menggunakan metode :

### 1. Observasi

Observasi merupakan proses pencatatan pola pada perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang terstruktur tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang akan diteliti (Sangadji, 2014). Observasi ialah pengamatan suatu objek yang diteliti secara langsung untuk mendapatkan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah observasi non partisipan, artinya dimana seorang peneliti berada di luar subjek yang diteliti serta tidak ikut dalam proses kegiatan yang dilakukan oleh subjek (Satori, 2014). Melalui observasi ini peneliti akan mengamati kegiatan yang berasal dari video yang diunggah oleh akun TikTok @kadamsidik00.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang. UIN Suska Riau. Syarif Kasim Riau

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan peneliti untuk menyelidiki benda-benda seperti buku, dokumen, majalah, catatan harian dan lainnya (Sangadji, 2014). Mengacu pada pengertian tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan mencari data informasi yang berkaitan dengan akun TikTok @kadamsidik00. Metode dokumentasi ini sebagai sumber pendukung dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan aktivitas unggahan konten yang dimuat dalam akun TikTok @kadamsidik00.

### E. Validita Data

Validitas data merupakan kebenaran data agar alat ukur atau instrumen yang digunakan akurat dan reliabel (Subagyo Joko, 2006). Validitas data adalah langkah yang dilakukan setelah pengumpulan data. Untuk menjaga keabsahan data dan hasil penelitian kualitatif, digunakan uji validitas dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi dapat memanfaatkan sumber data, metode, dan teori. Triangulasi metode dilakukan untuk mengecek penggunaan metode dan pengumpulan data, apakah informasi yang didapat itu berkaitan dengan akun TikTok @kadamsidik00.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah cara mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat sebagai solusi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Dengan kata lain analisis data yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang dipergunakan dalam mengambil kesimpulan. Kegiatan analisis data menyatu dengan aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian (Rijali Ahmad, 2018). Dalam penulisannya peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi yang artinya data diolah menjadi data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari individu ataupun perilaku yang diamati. Peneliti meneliti dengan menggunakan pendekatan netnografi dengan melakukan proses tahapan investigasi. Ada lima tahapan investigasi yang bisa digambarkan sebagai berikut yaitu menyederhanakan (*simplifying*), mencari (*searching*), memilah (*scoungting*), seleksi (*selecting*), dan menyimpan (*save*).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### A. TikTok Sebagai Media Dakwah

##### 1. Aplikasi TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi yang memberikan efek special yang unik dan menarik yang digunakan para penggunanya dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik banyak perhatian orang yang melihatnya (Riska, 2021). Aplikasi TikTok ini juga merupakan jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini merupakan aplikasi pembuatan video pendek dengan dukungan musik, yang sangat digemari oleh banyak orang termasuk dari semua kalangan, baik orang dewasa maupun anak-anak.

Aplikasi TikTok ini adalah aplikasi yang bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini dapat juga meniru dari pengguna lainnya. TikTok juga sudah terdaftar di *playstore* sebagai aplikasi fasilitas *google* yang memudahkan pengguna *handphone* untuk mengakses atau mendownload aplikasi-aplikasi lainnya (Pratama, 2020).

Aplikasi TikTok ini mampu menyebarluaskan berbagai macam informasi mengenai fenomena yang tengah viral di berbagai belahan dunia dalam bentuk yang singkat dan mudah dipahami. Di dalam aplikasi TikTok kini terdapat konten dakwah yang mulai muncul pada beranda TikTok yang mendapatkan perhatian baik sehingga dengan adanya konten creator yang terjun dalam dakwah Islam mampu menambah pengetahuan seorang muslim dari konten-konten seputar ajaran Islam (Randani, 2021).

Aplikasi TikTok yaitu aplikasi yang memperbolehkan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September 2016 yang dikembangkan oleh Developer asal Tiongkok. Bytedance, mengembangkan sayap bisnisnya sampai ke Indonesia dengan mengeluarkan aplikasi video music dan jejaring sosial bernama TikTok. Sepanjang kuartal 2022, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 3,3 miliar kali pada tahun 2022 dan didominasi oleh kalangan anak muda.

##### 2. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin median yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung, atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang menjadi alat atau perantara satu tujuan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebanding dakwah ialah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya (Syukir, 1983). Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997). Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah qauliyah bi al-lisan dan dakwah fi'liyyah bi al-uswah, ditambah dengan media penggunaan surat yang sangat terbatas. Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media, yaitu qashash (tukang cerita) dan muallafat (karangan tertulis) diperkenalkan. Media yang disebut terakhir ini berkembang cukup pesat dan dapat bertahan sampai saat ini. Pada abad ke-14 Hijriah, kita menyaksikan perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat.

Di samping pengaruh-pengaruhnya yang negatif terhadap dakwah, tidak dapat dikesampingkan adanya pengaruh positif yang dapat mendorong lajunya dakwah. Dalam rangka inilah, dakwah dengan menggunakan media-media baru seperti surat kabar, majalah, cerpen, cergam, piringan hitam, kaset, film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pementasan di arena pertunjukan, puisi, nyanyian, musik, dan media seni lainnya, dapat mendorong dan membantu para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya (Yafie, 1997).

### 3. TikTok Sebagai Media Dakwah

Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya memerlukan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Konsep al-Islam sholih likulli zaman wa makan (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya (Wibowo, 2019). Keindahan Islam yang tersurat dan tersirat indah dalam Al Qur'an dan Hadits hanya akan menjadi tanda-tanda kekuasaan Tuhan yang "tersembunyi" apabila tidak dapat dipahami dan diamalkan dalam mad'u dakwah.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Akses dan pemahaman terhadap sumber-sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Para komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama, dan ilmu umum untuk mengkompilasi muatan Islam yang akan disampaikan, tetapi juga media yang merupakan sarana efektif dalam menunaikan tugas mulia dakwah. Salah satunya adalah TikTok, TikTok memiliki peluang untuk menciptakan literasi khasanah keilmuan tentang agama Islam yang sangat diperlukan oleh masyarakat luas dengan disajikan sesuai dengan pola hidup masyarakat sekarang yang tidak bisa jauh dari *smartphone*. Yang mendasari orang-orang memilih aplikasi TikTok karena ingin berbagi keilmuan tentang Agama Islam. Agar Ilmu yang disampaikan membawa dampak yang luas bagi para pengguna platform ini.

Fakta fakta tersebut menunjukkan bahwa berkaitan dengan dakwah di dunia maya, Islam sebagai agama yang responsif terhadap segala perubahan dan keadaan, sudah selayaknya melakukan evaluasi terhadap “dakwah tradisional” yang dilakukan selama ini. Dakwah dalam arti yang luas (bukan sekedar tabligh atau ceramah) dituntut untuk mampu menembus dunia cyber dalam rangka menebarkan benih-benih nilai nilai mulia Islam (Farida, 2021).

## B. Biografi Husain Basyaiban

### 1. Husain Basyaiban

Husain Basyaiban merupakan seorang remaja lelaki yang sekarang berusia 21 Tahun. Ia lahir di Makkah, 12 Agustus 2002 dan bertempat tinggal di Bangkalan, Madura. Husain ini merupakan putra dari seorang Kiyai bernama Sufyan dan ia merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Semasa kecilnya ia bersekolah di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jaddih 01 Bangkalan tahun 2008-2014. Setelah itu ia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Bangkalan tahun 2014-2017 dan MAN Bangkalan tahun 2017-2020. Setelah tamat barulah ia melanjutkan pendidikannya ke UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur (Riska, 2021).

Sebelumnya Husain sendiri hanyalah masyarakat biasa yang yang belum dikenal oleh banyak orang. Namun, sejak dulu Husain sudah banyak menyebarluaskan konten terkait dakwah Islam. Semakin kesini, pengikut Husain terutama di aplikasi TikTok mulai bertambah pesat. Dari pola penyampaiannya yang singkat dan jelas, konten yang disampaikan juga dilengkapi dengan dalil yang menjadi penguat materi yang disampaikan. Sehingga materi yang disampaikan memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengguna TikTok. Bukan hanya sekedar menyampaikan, tetapi ia juga mempraktekannya, inilah salah satu kontribusi nyata dalam dunia dakwah, yang kemudian disambut hangat dan positif oleh masyarakat public lainnya (Randani, 2021).

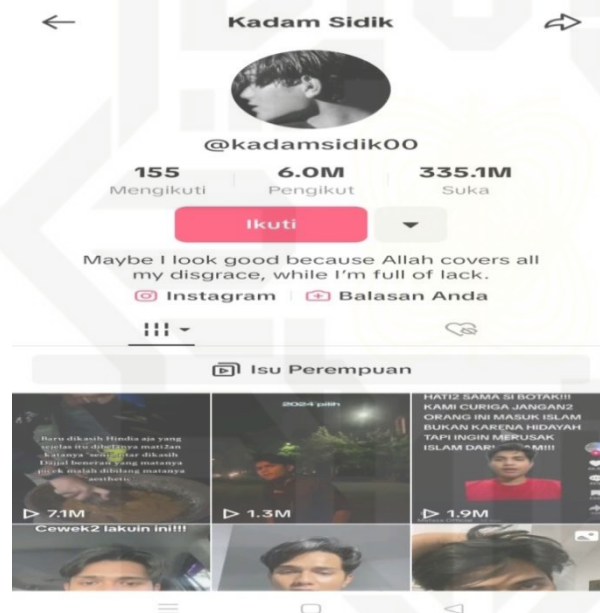
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Husain pertama kali mengupload videonya di TikTok pada tanggal 18 Mei 2020. Video tersebut membahas tentang hokum menyayat tangan saat berpuasa. Postingan keduanya membahas mengenai madzi dan mani. Karena tema kontennya saat itu sesuai dengan kondisi bulan Ramadhan, dan *followers* Husain terus bertambah secara signifikan.

Disamping sebagai seorang yang menyerukan kebaikan lewat konten TikToknya, Husain juga memiliki beberapa hobi lainnya seperti bermain basket dan menonton anime. Dia mengaku sangat suka menonton One Piece sejak usianya masih remaja. Husain juga pandai melakukan *beat box* dilihat dalam kontennya pada tanggal 1 November 2021 dan Husain juga gemar membaca Al Qur'an.

## 2. Profil Akun TikTok @kadamsidik00



### Tampilan Akun TikTok @kadamsidik00 (22 November 2023)

Akun @kadamsidik00 yaitu akun TikTok milik Husain Basyaiban, akun tersebut memiliki 6 juta pengikut, dan 155 mengikuti orang lain, 335,1 juta suka. Akun tersebut menggunakan foto profil dengan warna hitam putih. Pada tampilan atas terdapat keterangan akun yang bertuliskan "*maybe I look good because Allah covers all my disgrace while i`m full of lack*". Husain basyaiban terjun ke dunia TikTok pada tahun 2020 hingga sekarang dengan mencapai *followers* yang setiap tahunnya selalu bertambah. Memiliki konten-konten dakwah yang memberikan pengetahuan kepada para pengguna TikTok lainnya terkhusus anak muda di era zaman sekarang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 1. Foto Profil

Setiap media sosial pasti memiliki fitur foto profil, foto profil sendiri merupakan foto yang ditampilkan disamping nama pengguna dihalaman profil seseorang. Biasanya foto ini bersifat publik, yang berarti bahwa siapapun yang mengunjungi profil kita dapat melihatnya. Seperti halnya pada akun TikTok @kadamsidik00 yang menggunakan foto dirinya sendiri dengan warna hitam putih.

### 2. *Following*

Kata *following* berarti mengikuti yang artinya kita dapat mengikuti setiap kegiatan atau postingan dari orang yang kita ikuti. Selain itu pula kita juga dapat melihat koleksi-koleksi video yang telah diunggah oleh akun yang sudah kita ikuti, seperti akun @kadamsidik00 yang mengikuti 155 akun content creator di TikTok.

### 3. *Like*

Pada aplikasi TikTok kita dapat melihat jumlah keseluruhan *like* yang kita dapatkan dari semua video yang telah kita unggah. Dan untuk saat ini terhitung sampai tanggal 22 November 2023 akun @kadamsidik00 telah mendapatkan 335,2 Juta *like* dari pengikutnya.

### 4. Bio

Bio merupakan singkatan dari Biografi pada media sosial berfungsi untuk mendeskripsikan atau menjelaskan serta memberikan info singkat mengenai akun pribadi kita hanya dengan kalimat yang menurut kita sesuai dan menarik untuk ditampilkan. Dalam akun @kadamsidik00 terdapat kalimat “*maybe I look good because Allah covers all my disgrace while i`m full of lack.*”. Dalam pengisian bio pula itu tergantung si pemilik akun, karena bio dapat diganti kapanpun sesuai keinginan pemilik akun.

### 5. *Followers*

*Followers* bisa diartikan pengikut pada akun TikTok kita, setiap pengikut pasti mendapatkan pemberitahuan atau kabar mengenai unggahan dari akun yang ia ikuti. Dengan adanya *followers* dapat menjadi tolak ukur apakah postingan-postingan yang kita unggah pada akun kita menarik atau tidak untuk diikuti. Pengikut dapat memberikan tanda *like* disetiap postingan kita jika itu dapat menginspirasi atau memberikan manfaat. Tak hanya itu mereka juga dapat berkomentar pada setiap postingan yang diunggah. Dapat dilihat pada akun TikTok @kadamsidik00 yang memiliki 6,0 Juta *followers* pada akun TikToknya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ini menandakan bahwa akunnya merupakan akun yang menarik dalam bidang dakwah.

#### 6. Pesan

Pesan merupakan fitur untuk kita bertanya atau berinteraksi dengan pemilik akun tersebut. Tetapi pada aplikasi TikTok ini kita hanya dapat berkirim pesan apabila kita mengikuti salah satu akun lalu akun tersebut mengikuti kita kembali.

### 3. Strategi Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban Melalui TikTok

TikTok merupakan salah satu media yang cukup efektif jika konten yang dibuat sasarannya berupa generasi milenial, akan tetapi jika konten yang dibuat sasarannya adalah orang tua maka konten tersebut kurang tepat jika disampaikan melalui aplikasi TikTok ini, melihat banyaknya orang tua yang jarang menjadi *user* aplikasi ini. Aplikasi ini memiliki daya tarik berupa video yang berdurasi 15 detik hingga 3 menit yang dimana hal ini tidak membuat bosan *user* untuk berlama-lama menonton.

Seiring berjalannya waktu booming aplikasi TikTok yang memiliki ribuan hingga jutaan orang yang menggunakannya hingga berbagai pelosok negara. Semakin banyak pengguna aplikasi tersebut tentunya melahirkan beragam konten, salah satunya adalah konten dakwah. Beberapa dari kalangan muda ada yang mengharapkan dengan hadirnya konten dakwah ini dapat menggeser konten-konten yang dianggap tidak membawakan kemaslahatan bagi orang banyak. Namun hal ini tidaklah mudah, terutama bagi para konten kreator muda yang berdakwah. Sebab banyak sekali kalangan yang harus mereka hadapi baik kalangan tua maupun kalangan muda. Dan yang menjadi tantangan yang lebih besar biasanya melekat pada generasi muda (Randani, 2021).

Maka dari itu, untuk mengatasi adanya perbedaan pendapat ataupun penolakan terhadap konten-konten dakwah yang disampaikan pada aplikasi TikTok, setiap konten memasang strateginya masing-masing agar kontennya dapat disimak dan dipahami dengan baik sehingga diterima oleh publik dengan positif. Strategi penyampaian dakwah Husain Basyaiban diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penyesuaian konten dakwah dengan dunia anak muda. Dalam hal ini dari segi bahasa dan pola penyampaiannya disampaikan dengan bahasa yang lebih mudah untuk dipahami, menyelipkan sedikit guyonan (candaan) dalam proses dakwah, dan tidak terlepas dari syariat Islam.
2. Menyiapkan materi dakwah dengan singkat dan jelas. TikTok merupakan aplikasi yang memudahkan setiap orang dalam menciptakan video yang pendek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan tidak bertele-tele. Maka dari itu, konten dakwah yang disampaikan oleh konten kreator walaupun dalam durasi yang singkat, namun kejelasan ilmunya harus dipastikan benar adanya. Hal ini sudah pasti tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadis.

3. Karena banyak yang mengeluhkan terkait kejelasan sumber dakwah, maka para da'i muda dituntut untuk lebih matang lagi dari segi penguasaan ilmu yang akan disampaikan. Yakni, diharapkan ilmu yang disampaikan bukan hanya sekedar dari apa yang ia dengarkan saja melainkan ilmu tersebut adalah ilmu yang telah ia kaji dan dipahami dengan baik.

4. Untuk kalangan yang tua, pola penyampaian atau pemilihan kata yang akan disampaikan diharuskan lebih mengandung unsur kesopanan dan lemah lembut, sehingga tidak terkesan menggurui orang yang lebih tua.

5. Dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok di desain dengan metode yang lebih menarik lagi agar tidak menimbulkan rasa bosan (Randani, 2021).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian skripsi dengan judul Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Husain Basyaiban, yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

Dalam penelitian pada akun *@kadamsidik00* kali ini penulis mengambil 12 sampel video unggahan Januari samapai November tahun 2023 yaitu 12 kategori konten atau video sebagai media komunikasi, 8 kategori video sebagai media dakwah, 2 kategori video sebagai media edukasi, dan 3 kategori video sebagai media promosi. Dalam 12 kategori video dikatakan sebagai media komunikasi karena disini Husain Basyaiban sebagai da'i atau pemberi informasi (komunikator) menyampaikan berita atau informasi kepada *audiens* atau penonton sebagai mad'u atau penerima informasi (komunikasi). Dalam 8 kategori video dikatakan sebagai media dakwah karena Husain Basyaiban sebagai da'i menyampaikan pesan atau materi-materi dakwahnya kepada penerima dakwah atau penonton melalui media seperti TikTok ini. Dalam 2 kategori video dikatakan sebagai media edukasi karena Husain Basyaiban sebagai komunikator dalam menyampaikan informasi kepada komunikasi dengan tujuan agar komunikasi dapat menjadikan video ini sebagai tuntutan dan pelajaran untuk menambah wawasan pengetahuan bagi orang-orang yang mendengarkan atau menontonnya konten atau videonya. Dan dalam 3 kategori video dikatakan sebagai media promosi karena disini Husain Basyaiban sebagai (pemilik akun) ini menjelaskan manfaat dan kelebihan produk atau *brand* yang dipasarkannya, kemudian mempromosikan produk tersebut dengan menyebutkan nama *brand* atau produk yang dipromosikannya agar terjual atau dibeli oleh konsumen yang melihatnya.

#### B. Saran

Bagi para pendakwah yang ingin berdakwah secara digital agar mampu dan dapat memanfaatkan berbagai jejaringan sosial sebagai media atau wadah dakwahnya, karena dakwah melalui media sosial dinilai lebih efektif dan efisien serta mudah dan cepat di akses dimanapun dan kapanpun, mengingat masyarakat Indonesia yang lebih gemar bermain *gadget* sehingga hal tersebut bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah diseluruh masyarakat luas. Dan penelitian ini kiranya bermanfaat bagi masyarakat yang berperan sebagai sasaran dakwah dalam memanfaatkan media TikTok sebagai wadah dalam menyebarkan dakwah dan mempelajari dakwah dengan benar dan sebaik-baik mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Amin, S. M. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, A. (2015). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raga Grafindo.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Bachtiar, W. (1997). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos.
- Basri, C. H. (2001). *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*. Jakarta: Raja Grafindo Persad.
- Basrowi, D. (2008). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Halimah, S. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Deepublish.
- Hariansyah. (2018). *Millenials Bukan Generasi Micin*. Bandung: Guepedia Publisher.
- Hasan, M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kade, I. G. A. A. (2017). *Media Sosial dan Demokrasi*. Yogyakarta: PolGov.
- Kotler, P. dan K. K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretrice Hall.
- Lexy, J. M. (1991). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. (2009). *Metode Dakwah (Cetak ke-3)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Poerwadarminta, W. J. . (2002). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sadiman, S. A. (2012). *Media Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Salim, P. dan Y. S. (2002). *Kamus Besar Indonesia Kontemporer*. Jakarta:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Modern English Pres.

Sangadji, E. M. dan S. (2014). *Metode Penelitian , Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Satori, D. (2014). *Metodoligi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Subagyo Joko. (2006). *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kualitatif,Kuantitatif,R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syukir, A. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.

Yafie, A. (1997). *Teologi Sosial Telaah Kritis Persoalan Agama dan Kemanusiaan*. Yogyakarta: LKPSM.

## JURNAL

Anisa, M. dkk. (2022). *Pengembangan Media Tiktok Pada Mata Pelajaran IPS Perubahan Sosial Budaya Sebagai Modernisasi Bangsa di Sekolah Dasar*. Jurnal Basicedu, 6.

Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana, 9, 140–157.

Dewa, C. B. dan L. A. S. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)*. Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.

Dewanta. (2020). *“Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia.”* Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa, 2, 79–85.

Dian, H. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Musik Di SMAN 1 Muara Enim, Sumatera Selatan,*. Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Musik, 4, 111–119.

Febriana, A. (2021). *PEMANFAATAN TIK-TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ; STUDI KASUS USTAD SYAM , DIAKUN @ syam \_ elmarusy*. Komunida: Jurnal Media Komunikasi dan Dakwah, 11(02), 180–194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.

Hikmawati, D. (2021). *PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH IAI SUNAN KALIJOGO MALANG*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2.

Karman. (2013). *RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN PERKEMBANGANNYA KINI RESEARCHES ON MEDIA USES AND ITS DEVELOPMENT*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

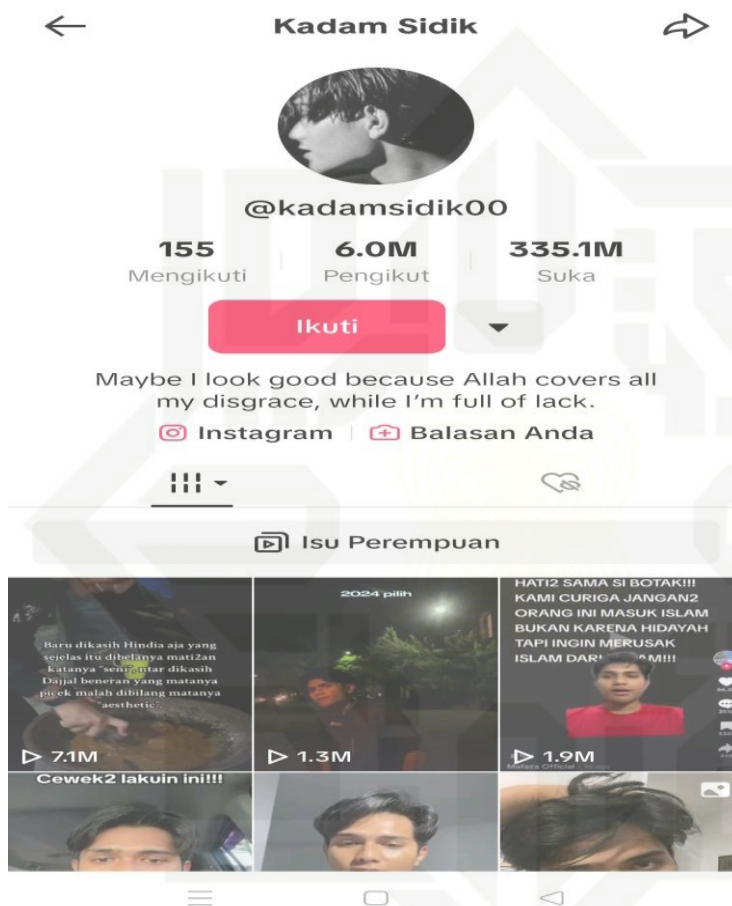
Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 17, 93.

- Khare, A. dkk. (2014). *Influence of Price Perception and Shopping Motives on Indian Consumers' Attitude Towards Retailer Promotions in Malls*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 26, 272–295.
- Mahmuddin. (2016). *Aplikasi Dakwah Kontemporer di Bulukumba (Upaya Menangkal Radikalisme Agama)*. Jurnal al Ulum, 16.
- McQuail, D. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Miftahul, T. (2020). *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam*. Jurnal Pendidikan Islam, 2, 57–59.
- Mulyansyah, G. dkk. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 9, 1097–1103.
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravisdha, F. V., Septiana, N. L., & Sarapil, A. M. (2021). *Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern*. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89–104. <https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>.
- Pratama, S. M. dan M. (2020). *Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Jurnal Incare, 2, 103.
- Rahmana, P. N. dkk. (2022). *PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z*. Jurnal Teknologi dan Pendidikan, 403. <https://doi.org/https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>.
- Randani. (2021). *Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*. Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, 3.
- Rijali Ahmad. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Alhadharah, 17, 85.
- Riska, A. (2021). *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok*. Jambi: Jurnal UIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Utami, A. D. V. (2021). *Aplikasi TikTok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak di Tengah Pandemi COVID-19*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4, 40–47.
- Valiant, V. dan S. P. (2022). *Peran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Ekspresif Penyintas Covid-19*. Jurnal Kiwari, 1, 559–560.
- Wibowo, A. (2019). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITA*. Jurnal Islam Nusantara, 3, 345.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 1

### DAFTAR LAMPIRAN



Tampilan Akun TikTok @kadamsidik00 (22 November 2023)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.