

**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.

**RESPON VIEWERS TERHADAP KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK  
@ZAHIDSAMOSIR**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

**Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh

**SYAHRUL RAMADHAN**

**NIM: 12040411610**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2022 M / 1443 H**



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun TikTok Zahidsamosir** ditulis oleh

Nama : Syahrul Ramadhan  
NIM : 12040411610  
Prodi : Manajemen Dakwah


telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada

Hari : Jum'at  
Tanggal : 12 Juli 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, 16 Juli 2024

Ketua/Penguji 1

  
Khairuddin, M.Ag  
NIP. 19720817 200910 1 002

Sekretaris/Penguji 2

  
Muhlana Ag., M.Pd.I  
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji 3

  
Pipit Romadi, S.Kom.I, M.M  
NIK. 30421002

Penguji 4

  
Muhammad Soim, S.Sos.I, MA  
NIP. 19830622 202321 1 014



Mengetahui  
Dekan,

  
Husein Rosidi, S.Pd., MA  
NIP. 11118 200901 1 006

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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.



## RESPON VIEWERS TERHADAP KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ZAHIDSAMOSIR

Disusun oleh :

**Syahrul Ramadhan**  
NIM. 12040411610

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal:  
1 Juli 2024

Pekanbaru, 2 Juli 2024  
Pembimbing,

  
**Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA**  
NIP. 19811118 200901 1 006

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

  
**Khairuddin, M.Ag**  
NIP. 19720817 200910 1 002

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 2 Juli 2024

Lampiran : 1 Berkas  
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Di  
Tempat

*Assalam 'alaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Dengan hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : Syahrul Ramadhan  
NIM : 12040411610  
Prodi : Manajemen Dakwah

Dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun Tiktok @Zahidsamosir**. Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalam*

Pekanbaru, 2 Juli 2024  
Pembimbing,

  
Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA  
NIP. 19811118 200901 1 006

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

  
Khairuddin, M.Ag  
NIP. 19720817 200910 1 002



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.

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

: Syahrul Ramadhan  
 : 12040411610

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun Tiktok @Zahidsamosir** Adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.  
 Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 2 Juli 2024  
 Yang membuat pernyataan,



**Syahrul Ramadhan**  
 NIM. 12040411610

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 : Syahrul Ramadhan  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul : **Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun TikTok @Zahidsamosir**

Media sosial kini menjadi alat potensial untuk menyebarkan dakwah, dengan TikTok sebagai salah satu platform populer. Zahid Samosir seorang content creator aktif, secara konsisten menyediakan konten dakwah di akun TikTok-nya @zahidsamosir.

Kontennya mencakup nasehat mendalam dan pendekatan unik dalam menyampaikan nilai-nilai spiritual dan kebaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon viewers terhadap konten dakwah Zahid Samosir menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa viewers mengalami respon positif setelah menonton konten dakwahnya. Pada aspek kognitif, viewers merasa senang dan bersyukur karena mendapatkan wawasan baru. Dari segi afektif, viewers merasa lebih terinspirasi dan termotivasi. Meskipun ada beberapa viewers yang tidak sepenuhnya setuju dengan pendapat Zahid, mereka tetap memberikan tanggapan baik dan saran konstruktif di kolom komentar. Pada aspek konatif, viewers menunjukkan respon positif dengan menerapkan materi dari Zahid Samosir dalam kehidupan sehari-hari mereka, menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki dampak praktis yang signifikan dalam mempengaruhi tindakan mereka secara nyata.

**Kata Kunci : Respon, Dakwah, Tiktok**

**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** : Syahrul Ramadhan  
**Program** : Da'wah Management  
**Title** : Viewers' Response to Da'wah Content on the TikTok Account @Zahidsamosir

Social media has become a potent tool for spreading da'wah, with TikTok being one of the popular platforms. Zahid Samosir an active content creator, consistently provides da'wah content on his TikTok account @zahidsamosir. His content includes profound advice and unique approaches to conveying spiritual values and goodness. This study aims to determine viewers' responses to Zahid Samosir's da'wah content using descriptive qualitative methods and documentation techniques. The results show that viewers have a positive response after watching his da'wah content. On the cognitive aspect, viewers feel happy and grateful for gaining new insights. Affectively, viewers feel more inspired and motivated. Although some viewers do not fully agree with Zahid's opinions, they still provide good feedback and constructive suggestions in the comment section. Conatively, viewers show a positive response by applying Zahid Samosir's material in their daily lives, indicating that the content has a significant practical impact on influencing their real actions.

**Keywords:** Response, Da'wah, TikTok

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.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah swt. Yang senantiasa mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, yang memberikan petunjuk dalam setiap masalah dan selalu memberikan kemudahan dalam setiap kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“RESPON VIEWERS TERHADAP KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ZAHIDSAMOSIR”**.

Selanjutnya Sholawat beserta salam senantiasa selalu diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa islam sebagai pelita dalam kegelapan jahiliyah sehingga umatnya bisa menikmati manisnya islam dan iman pada saat sekarang ini.

Skripsi ini ditulis dan diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah (S.sos) pada Prodi Manajemen Dakwah pada program Strata satu (S1). Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak yang ikut andil dengan segala daya upaya, bimbingan serta arahan dalam proses pembuatan skripsi itu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya dan rasa hormat kepada pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini;

Kepada kedua orang tua, ayahanda terhebat Fauzi dan Ibunda tersayang Zulhijjati yang memberikan kasih sayang dan kekuatan dalam menghadapi rintangan, selanjutnya kepada saudara penulis yaitu, adik Siti Aishyah, Siti Nurfarhana dan serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dorongan serta membantu selama perkuliahan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Prof. Dr. H. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, beserta Bapak Prof.Dr.Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. H. Arwan,

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.

M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Khairuddin,S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Program studi Manajemen Dakwah dan Bapak Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Dakwah dan Ibu Nur Alhidayatilah, S.Kom.I., M.Kom.I selaku pendamping mutu Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku pembimbing yang telah membimbing dan meluangkan waktunya demi penyelesaian Skripsi ini.

Bapak Khairuddin,S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing Akademik (PA) yang banyak memberikan nasehat kepada penulis dalam menjalani proses perkuliahan.

Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta asistennya dan Civitas Akademis Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berharga sebagai pedoman hidup dimasa yang akan datang.

8. Kepada teman-teman Manajemen Dakwah Angkatan 20 dan para senior Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah banyak memberikan informasi, pembelajaran dan pengalaman berharga.

Harapan penulis, semoga Allah SWT menerima amal kebaikan mereka dan membalasnya dengan kebaikan yang jauh lebih baik. Semoga skripsi ini memberi manfaat dan bisa menambah khasanah ilmu pengetahuan. *Aamiin*

*Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 11 juni 2024

Penulis

**SYAHRUL RAMADHAN**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penulisan.....	6
E. Kegunaan Penulisan.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Kajian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	10
C. Kerangka Berpikir.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Definisi Konseptual.....	24
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
D. Sumber Data.....	24
E. Informan.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Validitas Data.....	26
H. Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUN</b> .....	29

### 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.

A. Profil Zahid Samosir .....	29
B. Profil Tiktok Zahid Samosir .....	30
C. Konten TikTok Zahid Samosir .....	32
D. Antusias Penonton .....	34
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Hasil Penelitian .....	37
B. Pembahasan .....	60
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Aspek Kognitif .....	38
Tabel 5.2 Aspek Afektif .....	39
Tabel 5.3 Aspek Konatif .....	41
Tabel 5.4 Aspek Kognitif .....	42
Tabel 5.5 Aspek Afektif .....	44
Tabel 5.6 Aspek Konatif .....	46
Tabel 5.7 Aspek Kognitif .....	47
Tabel 5.8 Aspek Afektif .....	50
Tabel 5.9 Aspek Konatif .....	52

### 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 GAMBAR

Gambar 4.1 Podcast Youtube Kasisolusi Bersama Zahid Zamosir .....	29
Gambar 4.2 Akun TikTok Zahid Samosir.....	31
Gambar 4.3 Konten TikTok Zahid Samosir .....	33
Gambar 5.1 Tampilan Video “Siksa Kubur Dalam Islam” .....	37
Gambar 5.2 Tampilan Video Ketemu Almarhum-ah Di Dalem Mimpi.. Apakah Beneran Mereka Yang Kita Jumpai.....	41
Gambar 5.3 Tampilan Video “Tanda Tanda Kiamat Kelihatan di Bulan Ramadhan?!” .....	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.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hidup di era digital yang seperti saat ini terjadi, seluruh kegiatan yang mendukung kehidupan manusia sudah bisa dapat dipermudah dengan adanya teknologi yang serba canggih. (Elliza & Watini, 2022) Salah satunya adalah kegiatan yang melibatkan komunikasi, yaitu dakwah. Secara tidak langsung dengan adanya keberadaan teknologi di era digital ini, tentunya juga dapat mempengaruhi perkembangan dakwah. Seperti yang sudah terjadi saat ini, untuk pelaksanaan dakwah saja untuk sekarang sudah tidak terikat lagi pada lokasi khusus seperti masjid ataupun majelis taklim. Saat ini sudah ada media sosial yang dapat dimanfaatkan dan dijadikan sebagai sarana untuk melakukan dakwah.

Media sosial merupakan suatu platform daring di mana pengguna dapat terhubung, berinteraksi, berpartisipasi, berbagi informasi, dan berkolaborasi dalam menciptakan konten bersama. (Burhanudin et al., 2019) Pemanfaatan media sosial saat ini telah menjadi sebuah tren dalam pelaksanaan dakwah, sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. (Burhanudin et al., 2019) Artinya seorang da'i saat ini sudah dapat melakukan interaksi dengan seorang mad'u tanpa berjumpa secara langsung, yaitu dilakukan dengan cara daring.

Seperti yang sering kita jumpai di beberapa media sosial, seperti instagram, TikTok, dan youtube. Ada banyak sekali konten-konten dakwah yang dapat kita temukan saat kita mengakses di beberapa media sosial tersebut. Di media sosial pendakwah menggunakan metode dakwah yang tidak hanya terbatas pada tulisan ataupun lisan, akan tetapi pendakwah juga sering menggunakan metode dakwah audiovisual seperti gambar, suara, dan ceramah. Tentunya ini kembali lagi dengan masalah passion dan tren terkini di dunia digital. (Wibowo, 2019)

TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang saat ini kerap digunakan sebagai sarana dakwah. TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial terkini yang memungkinkan penggunanya untuk dapat menciptakan dan berbagi video-video kreatif dan menarik, serta dapat berinteraksi melalui

komentar dan pesan pribadi. (Deriyanto & Qorib, 2018) Pada umumnya, aplikasi TikTok ini berisikan video-video pendek dengan beragam konten yang menarik dalam berbagai macam genre yang menarik seperti fashion, makanan, pendidikan, dan konten menarik lainnya. (Randani et al., 2021)

Menjadikan TikTok sebagai media dakwah, untuk saat ini dapat terbilang efektif. Sebab TikTok saat ini telah menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan oleh orang-orang. (Hadi & Alfarobi, 2023) Berdasarkan laporan yang dikeluarkan dari We Are Social, sudah mempunyai 1,4 miliar pengguna aktif bulanan yang memiliki usia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah tersebut telah meningkat dibandingkan pada kuartal yang sebelumnya yang saat itu mempunyai 1,2 miliar pengguna. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara di urutan nomor 2 setelah Amerika Serikat dengan jumlah pengguna aktif TikTok berjumlah 99,1 juta orang. (Hadi & Alfarobi, 2023)

Ketika TikTok menjadi begitu populer, penting bagi umat Muslim untuk melihatnya sebagai kesempatan untuk menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial. Dalam era digital ini, seorang Muslim perlu menghadapi tantangan dakwah dengan inovasi dan kreativitas, merancang pesan dakwah dengan cara yang menarik dan efektif sehingga dapat diterima oleh pengguna TikTok dan berpotensi merubah perilaku umat Islam. (Salma Humaira Supratman et al., 2022) Dengan menggunakan popularitas TikTok sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah, umat Muslim dapat meluaskan dampaknya dengan aktif terlibat dalam konten yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menghibur. Merancang narasi yang relevan dengan isu sehari-hari, pertimbangan moral, dan pencarian makna hidup dapat menjadi strategi yang efektif. Pendekatan ini memungkinkan penyampaian pesan dakwah tidak hanya dalam kedalaman maknanya, melainkan juga membangun koneksi emosional dengan pengguna TikTok.

Salah satu akun TikTok yang sering membagikan konten-konten dakwah di media sosial adalah Zahid Samosir. Zahid Samosir merupakan salah satu anak muda yang dapat memanfaatkan media sosial dengan baik. Meskipun usianya masih muda, Zahid Samosir tetap mampu bersaing dengan para senior di dunia TikTok. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat saat ini akun TikTok Zahid Samosir sudah memiliki 1.7 M *followers* dan 47.7 M *likes* dari seluruh kontennya. Zahid Samosir menjadikan TikTok sebagai sarana untuk dia melakukan dakwah. Di TikTok Zahid Samosir kerap membagikan konten-konten dakwah yang membahas berbagai persoalan tentang Islam.

#### 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 satu kontennya yang bertema “Istidraj”, di konten tersebut Zahid Samosir menjelaskan bagaimana konsep istidraj yang diketahuinya. Video tersebut sempat viral dan dapat banyak traffic dari pengguna TikTok. Saat ini video tersebut telah ditonton 42.2 juta orang dengan jumlah suka sebanyak 6.3 juta. Tema pembahasan yang dibawakan oleh Zahid Samosir cukup menarik, sehingga membuat para netizen minat untuk menikmati konten-konten dakwah yang diuploadnya. Mayoritas pengikut akun TikTok @zahidsamosir merupakan kalangan generasi milenial, dan dengan melalui konten video yang dibuatnya secara autentik mencerminkan realitas kehidupan penontonnya, membuat materi dakwah yang disajikannya berhasil dapat disampaikan secara efektif dan diterima dengan positif.

Selain itu, pembawaan Zahid Samosir saat menjelaskan materi dari kontennya dapat terbilang ringan sehingga mudah untuk dimengerti oleh para penikmat kontennya. Saat ini di kanal YouTube-nya, Zahid Samosir telah mengunggah sekitar 291 video yang mana mayoritas konten-kontennya memiliki unsur dakwah. Mayoritas dari beberapa video konten yang dimiliki Zahid Samosir memiliki angka viewer yang cukup besar, paling tidak mencapai 100.000 lebih viewers. Selain itu, feedback yang diberikan viewers juga dapat terbilang banyak seperti memberikan like, comment, dan share.

Setelah melihat banyaknya jumlah viewers dan feedback yang diberikan terhadap konten TikTok milik Zahid Samosir, peneliti menemui beragam pendapat baik yang bersifat pro maupun kontra pada videonya. Seperti milik akun @fikrysetyaputra78 *“Paling takut sama istidraj, karena pernah dengar kalau istidraj itu rasanya kayak udah diabaikan sama Allah”* dan @remajalawas\_ *“lalu bagaimana bila ada seseorang yang selalu miskin tetapi beliau sudah bekerja keras dan tak pernah lupa dengan ibadahnya tapi hidupnya tetap kurang”*. Hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap respon yang diterima. Oleh karena itu, berdasarkan dari sejumlah fakta yang telah diuraikan di atas, terlihat bahwasanya Zahid Samosir telah mengubah platform media sosial khususnya TikTok menjadi sarana dakwah kontemporer yang dapat dijangkau oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di TikTok (komentar, like, dan share) para pembuat konten atau da'i dapat membina komunikasi dua arah yang efektif dengan para penonton atau mad'u sebagai objek dakwah. Dengan demikian, mereka dapat memantau kemajuan dan respon yang diberikan oleh penonton.

#### 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.



Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan suatu penelitian mengenai respon viewers terhadap konten dakwah yang terjadi di platform media sosial TikTok @zahidsamosir. Hasil penelitian tersebut akan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul "Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun TikTok @zahidsamosir".

### B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang terdapat pada judul penulisan “**RESPON VIEWERS TERHADAP KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ZAHIDSAMOSIR**”, maka penulis perlu memberikan penegasan dari istilah-istilah berikut:

#### 1. Konten Dakwah

Pengertian konten terbagi menjadi 2, yaitu secara bahasa dan istilah. Secara bahasa, kata konten memiliki arti yaitu kandungan. Sedangkan secara istilah, konten merujuk kepada suatu materi atau informasi yang disajikan melalui media internet atau media online. Maksud konten di dalam konteks media dan komunikasi, konten merupakan informasi atau pesan yang disajikan melalui media tertentu, terutama fokus pada media online. (Shabrina et al., 2023)

Menurut definisi dari KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), konten adalah sebuah informasi yang dapat diakses melalui produk elektronik atau media. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten adalah kandungan atau materi yang disajikan dalam bentuk informasi yang dapat diakses melalui berbagai platform, terutama media elektronik dan online.

Berbeda dengan konten, secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab yakni da'a, yad'u, da'watan, yang memiliki arti yaitu menyeru, memanggil, mengajak ataupun menyeru. (Adi, n.d.) Sedangkan secara terminologis, dakwah yaitu Secara terminologi, dakwah merupakan suatu tindakan mengajak manusia dengan bijaksana untuk mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, dengan tujuan kemaslahatan dan mendapatkan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. (Nasution et al., 2022)

Adapun pengertian dakwah menurut para ahli, salah satunya berasal dari Syekh Ali Mahfudz di dalam kitabnya yang berjudul *hidayatul mursyidin*. Disana dikatakan bahwasanya dakwah merupakan suatu usaha

mendorong manusia agar selalu ikhlas untuk melakukan kebaikan, menyuruh agar melakukan yang ma'ruf dan mencegah yang munkar, agar mendapatkan sebuah kebaikan dari Allah SWT. (Dalimunthe, 2023)

Dari penjelasan pengertian dakwah diatas, dapat disimpulkan bahwasanya dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam mengajak ataupun menyeru suatu kebaikan kepada orang lain dengan tujuan mendapat suatu kebaikan.

Adapun untuk pengertian konten dakwah adalah suatu materi atau informasi yang disajikan dengan niat untuk menyebarkan ajaran Islam atau nilai-nilai keagamaan. Jenis konten dakwah bisa beragam, seperti tulisan, video, audio, atau gambar, dengan tujuan memberikan pemahaman, memotivasi, atau memberikan petunjuk keagamaan kepada pendengarnya. Umumnya, konten dakwah diciptakan untuk memberikan pendidikan, meningkatkan pemahaman terhadap ajaran agama, atau memberikan dorongan spiritual.

Adapun konten dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada konsep atau ide kreatif yang disampaikan dalam bentuk video dakwah singkat, dengan tujuan menyebarkan pesan dakwah.

## 2. Tiktok @ZAHIDSAMOSIR

TikTok merupakan sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, yang diperkenalkan pada awal bulan September tahun 2016. (Muzdalifah, 2022) TikTok merupakan sebuah platform media sosial, yang menawarkan berbagai fitur menarik seperti filter, musik, stiker, fitur live, toko, dan fitur lainnya. Keberagaman video yang ada terdapat di dalam TikTok membuatnya populer di berbagai kalangan masyarakat karena dapat menghilangkan rasa bosan dan jenuh. (Ambarsari & Sasmito, 2023)

TikTok saat ini telah menjadi sebuah platform yang menyegarkan dalam upaya memperbaiki citra dan sebagai sarana dakwah. Namun, masih banyak dari kalangan generasi milenial yang belum menguasai strategi yang efektif untuk memanfaatkan TikTok sebagai aplikasi yang dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah dan pendapat yang memiliki nilai edukatif. (Randani et al., 2021)

Zahid Samosir menjadi salah satu konten kreator yang telah memberikan kontribusi besar dalam menyebarkan dakwah melalui media sosial TikTok. Zahid Samosir telah mendaftar akun TikTok-nya sejak awal pandemi Covid-19 pada tahun 2020, ketika pada saat itu seluruh

### 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.

masyarakat Indonesia disarankan untuk menjalani kegiatan di dalam rumah saja. Konten yang dimiliki oleh konten kreator kelahiran 19 juli 2000 itu tidak hanya menghibur, tetapi juga berfokus pada pengajaran agama. Dalam setiap video dakwahnya, Zahid Samosir mengangkat berbagai topik seperti akhlak, ibadah, dan nasihat-nasihat Islami lainnya. Ia menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang menarik bagi para pengguna TikTok. Melalui kontennya, Zahid Samosir berusaha membantu para pengikutnya untuk memahami ajaran agama dengan lebih baik dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kepopuleran Zahid Samosir sebagai konten kreator dakwah di TikTok tidak lepas dari gaya uniknya dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Ia sering menggunakan humor dan analogi yang cerdas untuk menyampaikan nilai-nilai agama secara menarik. Kontennya juga kerap memberikan inspirasi dan motivasi kepada pengikutnya agar tetap teguh dalam menjalankan ajaran agama. Zahid Samosir dengan kreativitasnya mampu menciptakan video dakwah yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga meninggalkan kesan yang mendalam bagi para penontonnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

C. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### C. Rumusan Masalah

“Apa respon viewers terhadap konten dakwah pada akun TikTok @Zahidsamosir”

### D. Tujuan Penulisan

“Mengetahui bagaimana respon viewers terhadap konten dakwah pada akun TikTok @Zahidsamosir”

### E. Kegunaan Penulisan

Berikut beberapa kegunaan dari penulisan karya ilmiah ini adalah:

- a. Sebagai bahan bacaan untuk mendapatkan penambahan ilmu pengetahuan.
- b. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Dakwah guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos)

#### 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.

## Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan dalam rangka memudahkan untuk memahami.

Adapun sistematika penulisan tersebut adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, serta sistematika penulisan

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR**

Bab ini penulis mengemukakan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penulisan dan kerangka berpikir yang digunakan dalam penulisan

### **BAB III : METODOLOGI PENULISAN**

Bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penulisan, lokasi dan waktu penulisan, sumber data, informan penulisan, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan gambaran umum dan subjek penulisan

### **BAB V : HASIL PENULISAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penulisan dan pembahasan

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

**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 KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Terdahulu

1. Arti Nurfajriliany jurusan komunikasi penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati yang berjudul “Respon followers terhadap konten dakwah dalam akun Instagram @Hijabalila”. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwasanya pendekatan visual dalam penyampaian pesan dakwah kepada remaja dengan fokus pada suatu isu-isu kehidupan mereka memberikan dampak positif. Hal ini menunjukkan bahwa remaja tertarik dengan konten dakwah yang dibagikan melalui akun @hijabalila, mereka mampu memahami pesan yang disampaikan, dan mengalami perubahan sikap serta perilaku setelah terpapar oleh materi dari akun tersebut.

Adapun perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek pembahasannya. Sebelumnya peneliti membahas tentang respon followers terhadap konten dakwah milik akun Instagram @hijabalila, sedangkan penulis membahas tentang respon viewers terhadap konten dakwah milik akun TikTok @zahidsamosir. Adapun untuk persamaannya antara peneliti dan penulis terletak pada tujuan penelitian tersebut, yaitu sama-sama ingin mencari tau bagaimana respon yang diberikan oleh penikmat konten terhadap konten yang sudah diupload di masing-masing akun sosial media.

2. Endang Hadiyana jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Mataram yang berjudul “Respon generasi milenial pada konten dakwah youtube Fahrurrozi Dahlan Channel (Analisis Netnografi). Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon para milenial terhadap konten dakwah yang dibawakan oleh channel youtube Fahrurrozi Dahlan Channel. Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya penelitian ini mengindikasikan perbedaan minat generasi milenial terhadap konten dakwah di kanal YouTube Fahrurrozi. Sementara konten dengan pendekatan klasik kurang populer, fokus pada organisasi dan khutbah menarik lebih banyak perhatian, meskipun mendapat respons negatif dari

sebagian netizen. Sumber yang memiliki kredibilitas berpengaruh pada respons awal, dengan sumber yang kredibel cenderung mendapatkan respons positif.

Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dan penulis saat ini adalah dalam pemilihan objek penelitian. Sebelumnya, penelitian difokuskan pada akun YouTube Fahrurrozi Dahlan Channel, sedangkan dalam penulisan ini, fokusnya adalah pada akun TikTok @zahidsamosir. Meskipun begitu, persamaan yang dapat diidentifikasi adalah bahwa baik peneliti sebelumnya maupun penulis saat ini sama-sama ingin mencari tau bagaimana respon viewers setelah menonton video konten dakwah milik masing-masing akun sosial media.

3. Fitri Nursopa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasannudin Banten yang berjudul “Respon masyarakat terhadap retorika dakwah Wirda Mansur (Studi Analisis pada media Youtube)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya Wirda Mansur, dalam dakwahnya di YouTube, menerapkan berbagai gaya retorika, termasuk gaya ekstempore, monologika, bahasa tidak resmi, serta konsep ethos, pathos, dan logos. Respons publik terhadap gaya dakwahnya sangat beragam, dengan sebagian besar penonton merasa terinspirasi oleh kepribadian milenial daiyah ini, terutama karena prestasinya dalam menjadi seorang hafidzah dan sukses dalam usia muda. Gaya bahasa yang tidak resmi, dengan logat Betawi, membuat dakwahnya terasa lebih mendekati dan khas. Namun, beberapa informan merasa bahwa gaya pembawaan Wirda kurang tegas dan bahasanya terasa kurang formal. Secara keseluruhan, retorika dakwah Wirda Mansur mendapatkan banyak respons positif di platform YouTube.

Adapun perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek pembahasannya, sebelumnya peneliti membahas tentang Wirda Mansur di akun media sosial youtube, sedangkan penulis disini membahas tentang Zahid samosir akun TikTiknya dengan username @zahidsamosir. Selain itu perbedaannya ialah peneliti sebelumnya meneliti tentang respon terhadap retorika dakwah, sedangkan penulis saat ini meneliti tentang respon terhadap konten dakwah yang terdapat di sosial media milik content creator tersebut. Adapun untuk persamaannya antara peneliti dan penulis yaitu sama-sama ingin mencari tau respon.

#### 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.

## B. Landasan Teori

Untuk mengetahui komunikasi dakwah pada akun TikTok @zahidsamosir maka terlebih dahulu diuraikan teori-teori yang berhubungan dengan tema penelitian untuk dijadikan landasan dalam analisis.

### 1. Respon

#### a. Pengertian Respon

Asal-usul kata respon dapat ditelusuri dari bahasa Inggris, yaitu response, yang mengandung makna jawaban, balasan, atau tanggapan (reaction). (Echoles & Shadily, 2003) Kata respon di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwasanya respon merujuk pada suatu tanggapan, reaksi, dan jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang tengah berlangsung. (Depdikbud, 1996) Sedangkan di dalam Kamus Lengkap Psikologi diuraikan bahwasanya Respons (respon) itu mengacu pada beragam proses otot atau kelenjar yang dipicu oleh suatu rangsangan tertentu. Istilah ini dapat merujuk pada suatu tanggapan, terutama jawaban terhadap pertanyaan tes atau kuesioner, atau mencakup segala bentuk perilaku, baik yang terlihat jelas maupun yang bersifat tersembunyi atau samar. (Chaplin, 2004)

Berikut beberapa pengertian respon menurut para ahli, yaitu:

1. Menurut (Effendy, 1992) dalam bukunya, mendefinisikan respon yaitu feedback yang dibagikan oleh komunikan sebagai penerima pesan kepada komunikator sebagai pengirim pesan. Di sini, komunikator juga mencakup media massa yang mengirimkan suatu pesan kepada khalayak umum, sehingga dapat menimbulkan suatu efek, yaitu feedback dari khalayak. Umpan balik ini muncul karena khalayak sebagai komunikan menerima pesan dari media massa, di mana media massa juga dikenal sebagai komunikator.
2. Menurut (Rahmat, 1999) dalam bukunya, mendefinisikan respon sebagai perilaku yang muncul pada manusia setelah menerima rangsangan atau objek dari lingkungannya.
3. Menurut (Subandi, 1982) dalam bukunya, mengatakan bahwasanya respon yang disebut juga dengan umpan balik (feedback), memegang peran signifikan dalam menentukan keberhasilan suatu proses komunikasi. Keberadaan respon

selama berkomunikasi membantu mengurangi potensi kesalahan penafsiran dalam proses komunikasi.

4. Menurut (Soenarjo & Soenarjo, 1983), dalam bukunya menjelaskan bahwasanya respon merupakan hasil atau dampak yang muncul setelah terjadi proses komunikasi antara komunikator dan komunikan.

Dari berbagai definisi respon yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa penulis mendeskripsikan respon sebagai respons yang timbul dari individu sebagai hasil dari rangsangan yang diberikan oleh orang lain. Pernyataan ini mencerminkan bahwa respon merupakan ekspresi atau tanggapan individu terhadap stimulus yang diterimanya, mencirikan adanya keterlibatan atau reaksi terhadap pengaruh dari pihak lain dalam konteks komunikasi.

Respon juga mencerminkan dinamika dalam proses komunikasi, di mana individu memberikan jawaban atau reaksi terhadap informasi atau pesan yang diterima. Selain itu, respon dapat berupa ekspresi emosional, pemahaman terhadap isi pesan, atau tindakan nyata sebagai respons terhadap interaksi komunikatif. Kesimpulan tersebut menegaskan bahwa respon bukan hanya sekadar reaksi fisik, tetapi juga melibatkan dimensi psikologis dan perilaku yang mencerminkan kompleksitas interaksi manusia dalam situasi komunikasi.

#### **b. Macam-macam Respon**

Menurut teori yang diajukan oleh Stellen Mchaffe (Rahmat, 1999), respon terbagi menjadi tiga segmen, yakni:

1. Kognitif, yaitu respon yang terkait erat dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi individu mengenai suatu hal. Timbulnya respon ini terjadi ketika terdapat perubahan terhadap pemahaman yang dimiliki oleh khalayak.
2. Afektif, yaitu respon yang terkait dengan aspek emosional, sikap, dan penilaian individu terhadap suatu hal. Respon ini muncul ketika terjadi perubahan pada preferensi khalayak terhadap sesuatu.
3. Konatif, yaitu respon yang terkait dengan dorongan dan perilaku nyata audiens, mencakup tindakan atau kebiasaan.

#### **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.

Adapun menurut Agus Sujanto (Sujanto, 1995), terdapat beberapa jenis tanggapan, yakni:

1. Tanggapan menurut indera yang mengamati yakni :
  - a. Tanggapan auditif, yaitu merujuk pada tanggapan terhadap apa yang telah didengarnya, termasuk suara, intensitas, dan elemen lainnya.
  - b. Tanggapan visual, yaitu merujuk pada reaksi terhadap hal yang terlihat.
  - c. Tanggapan perasa, yaitu merupakan tanggapan terhadap pengalaman terkait suatu hal.
2. Tanggapan menurut terjadinya yakni :
  - a. Tanggapan ingatan, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang diingatnya.
  - b. Tanggapan fantasi, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dibayangkannya.
  - c. Tanggapan fikiran, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dipikirkannya.
3. Tanggapan menurut lingkungan yakni :
  - a. Tanggapan benda, yaitu merujuk pada respons terhadap benda yang mendekat atau berada di sekitarnya.
  - b. Tanggapan kata-kata, yaitu merujuk pada respons terhadap kata-kata yang didengar atau dilihat.

### c. Faktor Terbentuknya Respon

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi terbentuknya respons seseorang, di antaranya:

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal mencakup unsur-unsur yang ada dalam diri individu manusia, terdiri dari unsur jasmani dan rohani. Ketika seseorang memberikan respons terhadap stimulus, pengaruh dari eksistensi kedua unsur tersebut tetap memainkan peran. Gangguan pada salah satu unsur dapat menghasilkan respons yang memiliki intensitas berbeda pada individu yang memberikan respons, atau respons yang berbeda antarindividu. Unsur jasmani atau fisik melibatkan keberadaan, integritas fungsi organ sensorik, sistem saraf, dan berbagai bagian penting pada otak. Sementara unsur-unsur rohani pada aspek fisiknya mencakup keberadaan dan

#### 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengalaman emosional, kecerdasan, daya imajinasi, pandangan batin, kesehatan mental, pemikiran, motivasi, dan elemen lainnya.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merujuk pada pengaruh dari luar atau faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sekitar individu. Bimo Walgito, dalam karyanya, menjelaskan bahwa faktor fisik atau psikis terkait dengan objek yang menjadi sumber stimulus, dan stimulus tersebut kemudian akan diterima oleh alat indera. (Walgito, 1996)

### d. Teori S-O-R

Teori S-O-R, yang merujuk pada Stimulus-Organism-Response, menggambarkan respons yang muncul pada seseorang atau audiens setelah terpapar oleh stimulus tertentu.

Teori ini mengungkapkan bahwa dampak yang dihasilkan adalah respons yang spesifik, memungkinkan seseorang untuk mengantisipasi dan mengevaluasi kesesuaian antara pesan dan respons komunikasi. Oleh karena itu, unsur-unsur dalam model ini mencakup (Effendi, 2003) :

1. Pesan (stimulus, S)
2. Penerima pesan (organism, O)
3. dan hasil (response, R)

Gambar 2.1 Teori SOR



Gambar tersebut mencerminkan bahwa transformasi sikap dapat dipengaruhi oleh proses yang terjadi pada setiap individu. Faktor kunci dalam terjadinya proses komunikasi adalah penerimaan atau penolakan pesan yang disampaikan kepada komunikan, yang bergantung pada tingkat perhatian yang diberikan oleh komunikan. Langkah selanjutnya melibatkan pemahaman komunikan terhadap

harapan yang disampaikan oleh komunikator melalui stimulus, di mana tingkat pemahaman ini menjadi kunci bagi kelanjutan proses. Setelahnya, komunikasikan mengolah dan menerima pesan tersebut, menciptakan kesediaan untuk mengubah sikap.

## 2. Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Kata dakwah secara bahasa berasal dari bahasa Arab, yakni dari kata-kata da'a, yad'u, da'wan, dan du'a yang memiliki makna menyeru, memanggil, mengajak, mengundang, permohonan, dan permintaan. Dalam konteks ini, istilah ini kerap diartikan sejajar dengan sejumlah kata lain seperti tabligh, amr ma'ruf nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, wasyiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah. (Saputre, 2012)

Adapun secara istilah, dakwah dapat diartikan sebagai upaya mengajak umat manusia menuju jalan Allah, baik melalui ekspresi lisan, tulisan, atau perbuatan, dengan maksud memberikan petunjuk agar mereka memperoleh bimbingan, baik di dunia maupun di akhirat. (Tajiri, 2015)

Berikut beberapa pendapat para ahli atau ulama terhadap definisi dari dakwah :

1. A. Hasjmy (Aziz, 2004) mengatakan bahwasanya dakwah diartikan sebagai metode untuk mengajak orang lain mempercayai agama Islam, yakni keyakinan yang sudah dimiliki oleh orang yang melakukan ajakan tersebut.
2. Syaikh Muhammad Abduh (Saputra, 2011) menyatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran adalah suatu kewajiban yang diamanahkan kepada setiap muslim.
3. Abu Risman (Aziz, 2004) menyatakan bahwa dakwah merupakan strategi yang diadopsi oleh umat Islam untuk memperkuat keyakinan orang lain terhadap ajaran agama Islam.
4. M. Qurais Shihab (Arifin, 2011) dalam pandangannya dakwah didefinisikan sebagai seruan atau ajakan untuk meningkatkan kesadaran atau upaya mengubah keadaan menuju kondisi yang lebih baik dan sempurna, baik dalam konteks individu maupun masyarakat. Segala aktivitas manusia yang memiliki tujuan mengajak, memanggil, atau mendorong sesama manusia untuk

berbuat baik, melaksanakan perbuatan baik, dan mencegah perbuatan buruk, dapat disebut sebagai dakwah.

Berdasarkan dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan, bahwasanya dakwah merupakan segala sesuatu yang dilakukan untuk mengajak seseorang ke dalam kebaikan dan melarang seseorang ke dalam keburukan atau kejahatan.

#### b. Tujuan Dakwah

Pada dasarnya dakwah bertujuan untuk membebaskan umat manusia dari kegelapan, membimbing mereka ke tempat yang penuh cahaya, dan membawa mereka dari jalan yang sesat menuju arah yang benar dan lurus. (Pimay, 2005)

Dakwah, bertujuan untuk membebaskan umat manusia dari kegelapan, memberikan arahan menuju kehidupan yang penuh cahaya, dan membimbing mereka keluar dari jalan yang sesat agar dapat berjalan di jalur yang benar dan lurus. Dakwah tidak hanya mengejar pemahaman tentang ajaran Islam, tetapi juga berupaya memberikan panduan moral dan etika yang positif untuk kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dakwah memiliki peran sentral dalam membentuk karakter dan moralitas umat manusia, sambil membimbing mereka mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Jamaluddin Kafie (kafie, 1993) mengelompokkan tujuan dakwah ke dalam 3 kategori, yaitu :

1. Tujuan hakiki, yaitu berupaya membimbing manusia agar mengenal Tuhannya, mempercayai-Nya, dan sekaligus mengikuti petunjuk-Nya.
2. Tujuan umum, yaitu memberikan seruan kepada manusia agar memperhatikan dan mematuhi panggilan Allah dan Rasul-Nya.
3. Tujuan khusus, yaitu bagaimana membentuk sistem masyarakat Islam yang komprehensif (kâffah).

Berbeda dengan Jamaluddin Kaffie, Abdul Rosyad Saleh (Hasyimi, 1994) mengklasifikasikan tujuan dakwah menjadi 2 kategori yaitu :

**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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Tujuan utama, yaitu mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat, yang mendapatkan ridha dari Allah SWT.
2. Tujuan departemental, yaitu nilai-nilai yang dapat membawa kebahagiaan dan kesejahteraan, yang sesuai dengan keahlian masing-masing dan mendapatkan ridha Allah SWT.

**c. Unsur-unsur Dakwah**

Berikut beberapa hal yang menjadi unsur-unsur dakwah :

## 1. Da'i (Subjek Dakwah)

Da'i merupakan individu yang memiliki tanggung jawab utama dalam pelaksanaan dakwah. Sebagai pelaku dakwah, da'i memegang peran penting dalam menyampaikan berbagai pesan Islam kepada masyarakat. Tugasnya melibatkan penerapan beragam metode dakwah, termasuk penyampaian lisan, kegiatan penulisan, serta memberikan contoh nyata melalui kehidupan sehari-hari.

Peran da'i menjadi faktor yang sangat signifikan dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu kegiatan dakwah. (Faizah & Effendi, 2006) Peran seorang dai tidak hanya terbatas sebagai penghubung yang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, melainkan juga sebagai aktor utama dalam membentuk cara pandang dan pemahaman masyarakat terhadap ajaran tersebut.

## 2. Mad'u (Objek Dakwah)

Mad'u merupakan orang yang menjadi target dakwah dari seorang da'i. Baik itu pria atau wanita, tua atau muda, bahkan seorang bayi yang baru lahir atau orang tua yang sudah tua, semuanya dapat menjadi mad'u dalam konteks dakwah Islam. Dakwah tidak hanya ditujukan kepada mereka yang sudah memeluk Islam, melainkan juga kepada individu di luar Islam, termasuk atheis, penganut aliran kepercayaan, atau pemeluk agama lain. Semua orang, tanpa memandang asal usul atau keyakinannya, dianggap sebagai mad'u dalam upaya dakwah Islam.

## 3. Maddah (Materi dakwah)

Maddah, atau materi dakwah, merupakan isi pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Dalam hal ini, maddah dakwah terdapat materi atau konten pesan yang bersumber dari ajaran agama Islam, seperti tauhid, syari'ah, dan persoalan

akhlak. Materi dakwah ini dirancang untuk dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip agama Islam kepada mad'u. Oleh karena itu, materi dakwah melibatkan berbagai masalah keimanan, keislaman, serta budi pekerti yang baik.

#### 4. Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu ajaran Islam, kepada mad'u. (Aziz, 2004) Wasilah dakwah merupakan keterlibatan dari berbagai media atau sarana yang digunakan dalam upaya menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam kepada mad'u. Media dakwah ini melibatkan berbagai bentuk media, seperti penyampaian secara lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan contoh lainnya dalam perilaku akhlak.

Pemilihan wasilah ini memiliki tujuan yaitu untuk mempermudah pemahaman mad'u terhadap ajaran Islam dan sekaligus memberikan suatu dampak yang positif pada mereka. Oleh karena itu, dalam menyampaikan dakwah, pemilihan wasilah yang tepat menjadi kunci untuk mencapai efektivitas dalam menyampaikan pesan-pesan agama.

#### 5. Thoriqoh (Metode Dakwah)

Metode dakwah merujuk pada berbagai cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada objek dakwah, baik kepada individu, kelompok, maupun masyarakat secara umum. Tujuannya adalah agar pesan-pesan tersebut dapat diterima dengan mudah, diyakini, dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut beberapa metode dakwah (Abdullah, 1989) :

##### a. Metode Ceramah

Ceramah, muhadlarah, atau pidato adalah metode yang telah digunakan oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran-Nya. Hingga saat ini, metode ini tetap menjadi salah satu yang paling sering digunakan oleh para pendakwah.

##### b. Metode Debat

Metode debat merupakan cara yang efektif dalam berdakwah, khususnya ketika berhadapan dengan individu atau kelompok yang menentang kebenaran Islam.

##### c. Metode Tanya Jawab

#### 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode tanya jawab adalah strategi penyampaian materi dakwah dengan mendorong audiens atau objek dakwah untuk mengemukakan pertanyaan atau permasalahan yang mereka rasa belum dipahami. Narasumber, dalam hal ini da'i, akan memberikan jawaban atau penjelasan terhadap pertanyaan tersebut.

d. Metode Demontrasi

Metode dakwah adalah pendekatan di mana seorang da'i memperlihatkan atau mempertunjukkan sesuatu kepada audiens atau massa dengan tujuan mencapai sasaran yang diinginkan dalam dakwah.

e. Percakapan Pribadi

f. Metode Dakwah Rasulullah

(1) Dakwah secara diam-diam

(2) Dakwah secara terang-terangan

(3) Surat menyurat – Peperangan

3. Aplikasi Tiktok

a. Tentang Tiktok

Aplikasi TikTok adalah sebuah platform media sosial dan musik video asal Tiongkok yang resmi diperkenalkan kepada publik pada bulan September 2016. (Aji, 2018) Aplikasi Tik Tok merupakan

TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial terkini yang membolehkan pengguna untuk membuat dan berbagi video menarik, serta berinteraksi melalui komentar dan pesan pribadi. Aplikasi ini menawarkan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan setiap orang untuk menciptakan video yang kreatif. Inilah yang membuat TikTok menjadi aplikasi yang sangat populer dengan banyak pengguna. (Deriyanto & Qorib, 2018)

Saat ini, TikTok telah menjadi salah satu platform media yang sangat populer di kalangan berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Keberhasilan TikTok dalam menarik perhatian banyak orang disebabkan oleh beragam faktor, salah satunya adalah keberagaman konten yang ditawarkan di dalam aplikasinya.

Ragam konten yang terdapat di TikTok mencakup berbagai kategori seperti tarian, lipsync, dan beragam bentuk kreativitas lainnya. Pengguna TikTok dapat dengan mudah menemukan konten yang sesuai dengan minat dan preferensi pribadi mereka. Format video

pendek yang menjadi ciri khas TikTok memberikan pengalaman menonton yang lebih ringan dan efisien. Keunikan lainnya adalah kemampuan pengguna untuk dengan mudah menciptakan serta berbagi konten pribadi mereka, menjadi salah satu daya tarik utama dari platform ini.

Selain itu, fitur-fitur khusus seperti efek unik, filter menarik, dan pilihan musik yang dapat digunakan secara bebas memberikan peluang kepada pengguna untuk menggali lebih dalam kreativitas mereka. TikTok menciptakan suasana yang mendukung ekspresi diri dan inovasi, menjadikannya sebagai tempat yang menghibur sekaligus memberikan inspirasi.

Kesuksesan TikTok juga dapat diatributkan pada kemampuannya sebagai tempat penemuan bakat baru. Banyak individu yang sebelumnya tidak dikenal mampu meraih ketenaran sebagai selebriti media sosial berkat karya-karya kreatif yang mereka bagikan di TikTok. Hal ini menjadikan platform ini sebagai lingkungan yang demokratis, di mana siapa pun memiliki kesempatan untuk meraih ketenaran tanpa harus terikat pada norma-norma konvensional. Dengan daya tarik yang terus berkembang dan akses yang terbuka bagi semua, TikTok terus memainkan peran yang signifikan dalam ranah digital saat ini.

#### **b. Sejarah Aplikasi Tiktok**

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan kemampuan kepada pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan menonton video berdurasi pendek yang penuh kreativitas, sering kali melibatkan musik, efek khusus, dan berbagai tantangan. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2016 oleh seorang warga cina yang bernama Zhang Yiming.

Zhang Yiming, adalah seorang lulusan software engineer dari Universitas Nankai. Zhang Yiming juga merupakan salah satu yang mendirikan perusahaan teknologi bernama ByteDance pada Maret 2012. Melalui perusahaannya ini, Yiming kemudian mulai mengembangkan aplikasi TikTok. (Sholihatul Atik Hikmawati & Luluk Farida, 2021)

Pada awalnya, ByteDance memperkenalkan sebuah aplikasi berita bernama Toutiao, yang saat ini telah menjadi salah satu platform yang terbesar di Cina. Seiring dengan perkembangan tren, Yiming

#### **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.

akhirnya memutuskan untuk mengembangkan sebuah aplikasi media sosial yang lebih interaktif lagi.

TikTok sampai saat ini telah meraih kepopuleran global dengan pertumbuhan yang cepat, terutama di kalangan pengguna muda. Keberhasilan aplikasi ini dapat diatribusikan pada penggunaan format video pendek yang mudah dipahami dan beragam fitur kreatif, seperti filter, efek visual, dan penggunaan musik untuk pembuatan konten.

Aplikasi yang berasal dari negara asalnya dan dikenal dengan nama Douyin ini, secara resmi diluncurkan pada bulan September 2016. Pada tahun 2018, aplikasi ini sudah dapat mendominasi App Store dengan lebih dari 500 juta unduhan. Mayoritas penggunanya dikenal sebagai kaum muda, bahkan termasuk mereka yang masih remaja.

Saat ini, TikTok telah mampu mencapai 1,4 miliar pengguna aktif bulanan secara global, dengan mayoritas dari mereka berusia di atas 18 tahun. Bahkan Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi pengguna aktif yang paling banyak secara global. Prestasi TikTok dalam mencapai 1,4 miliar pengguna aktif setiap bulan secara global mencerminkan signifikansi besar aplikasi ini di skala internasional. Meskipun mayoritas pengguna berusia di atas 18 tahun, daya tarik TikTok tidak terbatas pada kalangan remaja, melainkan juga merangkul segmen usia yang lebih matang.

### c. Fitur Aplikasi Tiktok

Berikut beberapa fitur yang terdapat di aplikasi TikTok :

#### 1. Rekam Suara

Memasukkan suara yang direkam melalui perangkat seluler dan menggabungkannya ke dalam akun pribadi TikTok.

#### 2. Rekam Video

Merekam video yang diambil dengan perangkat seluler dan menyertakannya ke dalam akun pribadi TikTok.

#### 3. Backsound (suara latar)

Menambahkan suara latar yang dapat diunduh dari penyimpanan media ke dalam Aplikasi TikTok

#### 4. Edit

Melakukan perbaikan dan pengeditan pada video draft yang sudah dibuat.

#### 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 mengumumkannya 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5. Share

Membagikan video yang telah diedit atau diupload.

## 6. Duet

Melakukan kolaborasi dengan sesama pengguna aplikasi TikTok lainnya dalam aplikasi.

## 7. Live

Dapat melakukan siaran langsung di aplikasi TikTok, dengan syarat harus memiliki 1000 followers atau lebih.

## 8. Filter

Diperuntukkan untuk meningkatkan estetika video, tersedia filter, stiker, dan efek video dalam lima kategori yang dapat dijelajahi oleh pengguna. Kategori-kategori tersebut mencakup efek visual, stiker, transisi, pemisahan, dan pengaturan waktu.

**d. Cara Penggunaan Aplikasi Tiktok**

Berikut beberapa cara menggunakan aplikasi TikTok (Mufidah & Mufidah, 2021) :

## 1. Mengunduh Aplikasi Tik-Tok

- Login ke dalam PlayStore.
- Lalu, search aplikasi Tik Tok.
- Setelah itu, install aplikasinya.

## 2. Log In Akun Tik-Tok

- Masuk ke dalam aplikasi Tik-Tok
- Kemudian bisa langsung diklik simbol “orang” yang ada di bagian pojok kanan bawah.
- Lalu, bisa Log in dengan beberapa metode yaitu, dengan akun FB, Instagram, atau Google.

## 3. Merekam video

- Masuk ke aplikasi Tik-Tok
- Untuk merekam video, Anda bisa langsung klik simbol plus (+) pada bagian tengah.

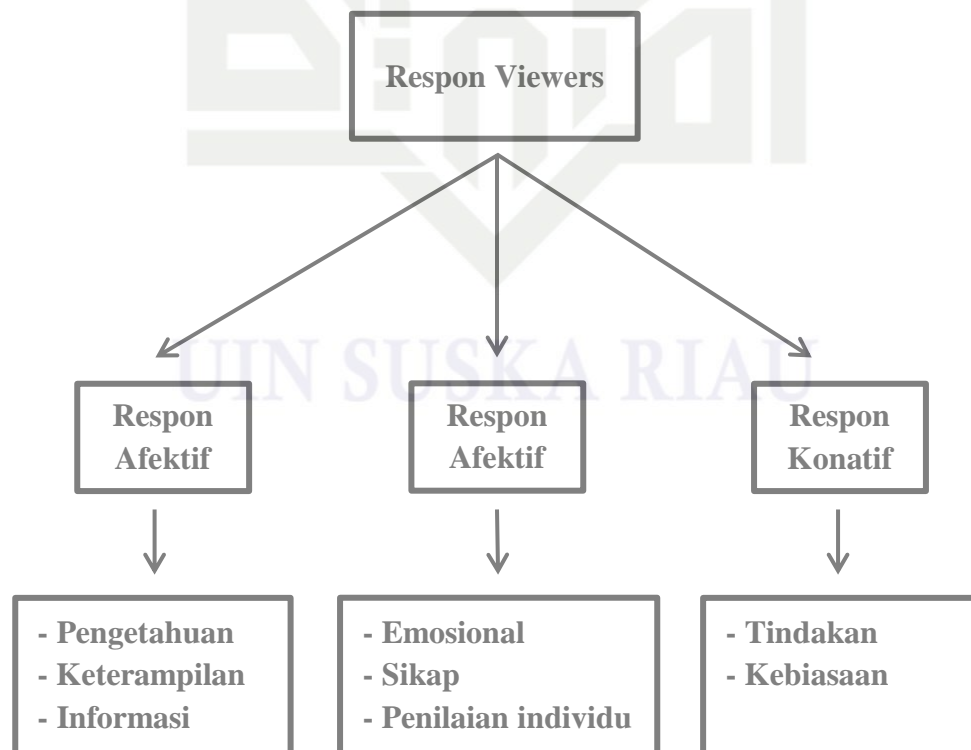
## 4. Mengedit video

- TikTok menyiapkan tiga fitur edit yaitu edit music, sound, dan special effects.
- Jika ingin mengedit musik, Anda dapat langsung mengklik opsi edit musik.
- Jika ingin melakukan pengeditan pada sound, cukup klik opsi sound secara langsung.

- Setelah menyelesaikan pengeditan musik dan sound, langkah selanjutnya adalah menambahkan efek menarik pada video. Caranya, cukup klik pada fitur special effects.
- Setelah selesai dengan Filter Effects, Anda bisa mengedit Time Effects.
- Menyimpan hasilnya dengan cara klik draft.
- Jika ingin langsung meng-upload, maka langsung saja klik post.

### Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan kerangka konseptual yang terdiri dari asumsi-asumsi teoritis dan asumsi logis yang saling berhubungan. Kerangka ini digunakan untuk memberikan struktur dan panduan dalam menjelaskan variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian serta bagaimana hubungan antara variabel-variabel tersebut terbentuk. Dalam kerangka berpikir, terdapat pemahaman yang mendalam mengenai konsep-konsep teoritis yang relevan dengan fenomena atau masalah yang diteliti. Selain itu, kerangka berpikir juga membantu menggambarkan pola hubungan antara variabel-variabel tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta memberikan landasan untuk merumuskan hipotesis penelitian.



#### 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 mengemukakan 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.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti memilih jenis penelitian ini dikarenakan penelitian ini tidak melibatkan analisis numerik atau perhitungan angka dalam prosesnya, sehingga tidak menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang terdiri dari catatan tertulis atau lisan yang mencakup informasi dari orang atau objek yang diamati. (Moleong, 1991)

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, dan motivasi, melalui deskripsi yang disampaikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian ini dilakukan dalam konteks yang alami, dengan menggunakan berbagai metode ilmiah. (Moleong, 1991)

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis netnografi. Penggunaan tersebut bertujuan untuk menyelidiki budaya dan kehidupan, terutama dalam konteks budaya internet. Netnografi memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap komunikasi online di platform media sosial. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan dalam lingkungan online. (Loureiro et al., 2019).

Pada penelitian ini, peneliti fokus pada eksplorasi mendalam terhadap dinamika budaya internet. Dengan mengacu pada interaksi online, respons individu, dan konstruksi identitas digital, penelitian ini berusaha mengungkapkan pola-pola unik yang membentuk budaya dalam ruang digital. Melalui pengamatan cermat dan analisis teliti, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga untuk pemahaman kita tentang bagaimana budaya dan kehidupan berkembang di era internet.

Dalam penelitian netnografi ini, observasi daring akan dilakukan dengan memantau respons para viewers terhadap konten dakwah Zahid Samosir yang disajikan melalui video di akun TikTok miliknya.

## 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. Definisi Konseptual

Konsep konseptual dimaksudkan untuk menentukan batasan penelitian terkait masalah yang dikaji dengan merujuk pada teori-teori yang telah ditentukan, sesuai dengan judul “Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Akun TikTok @Zahidsamosir.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada respon atau umpan balik yang diperoleh dari viewers saat menyaksikan konten video TikTok di akun @zahidsamosir. Dari bulan Januari hingga bulan Juni akun TikTok @zahidsamosir diketahui memiliki 45 video konten dakwah, dari jumlah tersebut peneliti memilih 3 video. Penelitian dilaksanakan pada 23 Mei – 10 Juni. Dengan demikian, fokus dari pembahasan penelitian ini terletak pada penyajian konten dari beberapa video yang telah dipilih berdasarkan indikator respon menurut Steve M. Chaf, yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif.

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru, yang merupakan tempat tinggal peneliti untuk saat ini. Penelitian ini dilaksanakan dengan berfokus pada media sosial Tik Tok dengan akun milik Zahid Samosir dengan username @zahidsamosir.

### 2. Waktu Penelitian

Adapun untuk waktu penelitian, penelitian dilaksanakan dari 23 Mei hingga 10 Juni 2024.

## D. Sumber Data

Data adalah sekumpulan informasi atau keterangan yang diperoleh melalui pengamatan langsung atau pencarian dari sumber-sumber tertentu. (Basrowi & Suwandi, 2008) Sumber penelitian ini diperoleh dari dua sumber yang dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber asli atau pihak pertama, tanpa melalui perantara. Data primer dalam penelitian ini adalah beberapa vidio yang diunggah di akun TikTok @Zahidsamosir. Peneliti akan memilih 3 vidio yang akan menjadi bahan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data respon para viewers akun TikTok @Zahidsamosir dengan melihat langsung

**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.

pada komentar yang diberikan di video konten TikTok milik zahid samosir. Sedangkan untuk pemilihan sampelnya dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan pertimbangan khusus. (Sugiyono, 2016)

b. **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi yaitu biodata, riwayat hidup, dan perjalanan karir Zahid Samosir selaku pemilik akun TikTok @zahidsamosir. Dalam penelitian ini, sumber sekunder yang digunakan meliputi berbagai bahan bacaan dalam format offline dan online, seperti buku, jurnal, skripsi, internet, serta dokumen lainnya. Sumber sekunder ini memiliki fungsi sebagai pelengkap untuk melengkapi data yang diperoleh dari sumber primer.

**E. Informan**

Teknik pemilihan informan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan suatu pendekatan penentuan sampel data yang melibatkan seleksi berdasarkan karakteristik khusus. (Sugiyono, 2010) Tentunya dalam konteks ini, penggunaan metode purposive sampling diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kevalidan dan keberlanjutan hasil penelitian.

Maka dari itu peneliti telah menetapkan suatu karakteristik yang akan menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Viewers yang memberikan komentar atau respon terkait indikator-indikator respon kognitif, afektif, dan konatif.
2. Viewers yang teridentifikasi telah menerima pesan dari konten dan merespon selama menyaksikan konten @zahidsamosir.
3. Peneliti memastikan validitas komentar viewers dengan memeriksa setiap akun yang memberikan tanggapan satu per satu.

**F. Teknik Pengumpulan Data**

**1. Observasi**

Observasi merupakan suatu prosedur sistematis dalam mencatat pola yang muncul dalam perilaku individu, objek, atau kejadian tanpa melakukan

pertanyaan atau interaksi langsung dengan mereka yang menjadi objek penelitian. (Sangadji & Sopiah, 2010)

Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah dengan pendekatan non partisipan, yang berarti peneliti berperan sebagai pengamat eksternal yang tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh subjek yang diteliti. Dengan melalui observasi, penulis akan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dari para viewers pada akun TikTok @Zahidsamosir.

## 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari kejadian dan peristiwa yang sudah ada sebelumnya melalui dokumen dan tulisan seperti jurnal, catatan harian, dokumentasi video, foto, dan sumber lainnya. (Alaslan, 2010) Berdasarkan hal tersebut, penulis akan mencari informasi yang relevan dengan akun TikTok @Zahidsamosir.

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian dengan memeriksa respons atau tanggapan viewers dalam video konten TikTok Zahid Samosir, mengklasifikasikannya ke dalam kategori respon kognitif, afektif, dan konatif.

## G. Validitas Data

Validitas data merupakan suatu proses yang dilakukan setelah dilakukannya pengumpulan data selesai. Dalam upaya menjaga kevalidan data dan hasil penelitian kualitatif, metode triangulasi digunakan sebagai pendekatan untuk memverifikasi keabsahan. Metode triangulasi diterapkan untuk memvalidasi konsistensi antara penggunaan metode pengumpulan data dan kecocokan informasi yang diperoleh dengan informasi yang terkait dengan akun TikTok @Zahidsamosir.

## H. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang telah ditemukan. Data tersebut dikelompokkan berdasarkan sub-bagian yang relevan, dan kemudian diperiksa secara teliti untuk memahami dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap isi datanya. (Moleong, 1991)

Analisis data memiliki peran yang krusial dalam metode penelitian ilmiah, karena melalui analisis data tersebut, kita dapat menemukan makna yang bermanfaat untuk memecahkan masalah penelitian. Teknik analisis data

adalah proses pengumpulan data secara sistematis yang memudahkan peneliti dalam merumuskan kesimpulan yang lebih jelas dan terarah.

Dalam penelitiannya, penulis mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Hal ini berarti data yang terkumpul diolah menjadi deskripsi yang menggunakan kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari individu atau perilaku yang diamati. Peneliti menggunakan metode netnografi dalam penelitian mereka dengan menjalankan serangkaian tahapan investigasi. Proses penyelidikan melibatkan lima langkah yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menyederhanakan (Mengurangi kompleksitas)
2. Mencari (Pencarian)
3. Memilah (Memisahkan)
4. Seleksi (Pemilihan)
5. Menyimpan (Menyimpan)

Proses analisis data terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu:

- a. Reduksi data. Mengingat jumlah data yang signifikan yang akan diperoleh dari akun TikTok @Zahidsamosir, penting untuk mencatatnya secara rinci dan cermat. Seiring waktu, ketika peneliti terus bekerja di lapangan, jumlah data akan menjadi semakin kompleks dan rumit. Oleh karena itu, perlu dilakukan reduksi data untuk merangkum poin-poin utama dan fokus pada hal-hal penting, serta mengidentifikasi tema dan polanya. Dengan melakukan ini, data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya. (Sugiyono, 2010)
- b. Penyajian data. Pada tahap ini, peneliti menyajikan hasil penelitian yang telah melalui proses reduksi dalam berbagai bentuk, seperti bagan, uraian singkat, dan hubungan antara kategori-kategori yang ada. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis dan memahami isi dari akun TikTok @Zahidsamosir, sehingga dapat merencanakan langkah-langkah selanjutnya setelah memahami tahap penyajian data ini. (Sugiyono, 2010)
- c. Menarik kesimpulan dan verifikasi. Di tahap akhir ini, peneliti mengambil kesimpulan dari data yang telah disusun dan dianalisis. Jika kesimpulan tersebut tidak dapat menjawab pertanyaan penelitian, maka peneliti akan

melakukan proses pengumpulan data kembali untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian.



**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Profil Zahid Samosir

Berdasarkan dari video Youtube podcast channel Kasisolusi, diketahui bahwasanya pemilik akun tiktok @Zahidsamosir memiliki nama lengkap yaitu Zahid Zidane Ghozany Samosir. Zahid Samosir memiliki tahun kelahiran yaitu pada tanggal 19 Juli 2000.

**Gambar 4.1 Popcast Youtube Kasisolusi bersama Zahid Samosir**



Diketahui dari video podcast Youtube Kasisolusi, bahwasanya jenjang pendidikan Zahid Samosir itu di mulai dari SDIT dan SMPIT Nurul Fikri yang terletak di Kota Depok. Kemudian dilanjutkan dengan masuk jenjang pendidikan yang berikutnya yaitu di Pondok Pesantren Imam Bukhori Solo. Zahid Samosir memilih masuk pondok pesantren tersebut dikarenakan dia menganggap jikalau masuk ke pondok pesantren tersebut dapat membuka

peluang yang besar untuk bisa berkuliah di Madinah. Zahid Samosir berkeinginan berkuliah di Madinah dikarenakan beberapa alasan, salah satunya adalah mendapat pengajaran langsung dari syekh yang ada di Madinah. Selain itu, Zahid Samosir memilih madinah dikarenakan dapat membuka peluang untuk bisa umroh dengan mendapatkan harga yang murah.

Zahid Samosir juga terkesan dengan beragam praktik yang terdapat di Pondok Pesantren Imam Bukhori, terutama kebiasaan ramah tamah dan saling menyapa setiap kali bertemu. Nuansa yang akrab ini memberikan sebuah kenyamanan dan membuat Zahid Samosir merasa seperti sedang berada di lingkungan yang dekat, terutama saat dirinya sedang merantau pada waktu itu.

Dengan berlatar belakang pendidikan berbasis Islam, Zahid Samosir merasa terdorong untuk membagikan pengetahuan yang diperoleh selama masa studinya. Pendidikan Zahid Samosir memberikan banyak pengajaran dan pengalaman, terutama melalui para pengajar senior di tempatnya belajar. Satu momen berkesan adalah kesempatan untuk mendampingi ustadz-ustadz senior dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan kajian.

Pondok Pesantren Imam Bukhori memberikan Zahid Samosir banyak wawasan dalam ilmu agama, salah satunya adalah ilmu tahsin. Menginspirasi dari pengetahuannya, Zahid Samosir memutuskan untuk membuka sebuah kelas online yang berfokus pada pengajaran ilmu tahsin. Di dalam kelasnya, Zahid Samosir berbagi pengetahuan tentang tajwid, makhorijul huruf, dan topik terkait lainnya. Kelas online tersebut diberi dengan nama PRM (Popular Reciting Mistakes). Selain berperan sebagai guru tahsin, Zahid Samosir juga menjalani kehidupan mahasiswa di Universitas Al-Azhar Mesir.

Meskipun Zahid Samosir memiliki kesibukan dengan berbagai kegiatan, namun Zahid Samosir juga terlibat aktif di dunia media sosial. Melalui platform seperti TikTok, Zahid Samosir secara rutin membagikan momen sehari-harinya. Kehadirannya di dunia maya tidak hanya sekadar menciptakan jaringan, tetapi juga menjadikannya seorang *content creator* yang diakui oleh banyak pengguna TikTok. Dengan demikian, keaktifan Zahid Samosir di media sosial memberikan dampak positif pada keterhubungan dan pengaruhnya dalam komunitas online.

## B. Profil TikTok Zahid Samosir

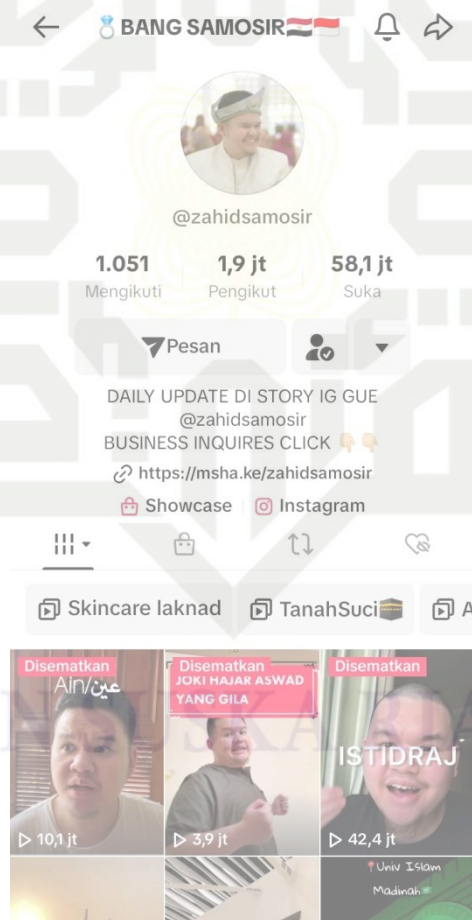
Zahid Samosir memasuki dunia TikTok saat di tengah pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Pada saat itu, TikTok sedang mengalami lonjakan popularitas, karena banyak masyarakat mencari hiburan sambil menjalani

### 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktivitas tinggal di rumah. Mengenali tren yang sedang berlangsung, Zahid Samosir dengan aktif membuat akun TikTok. Keputusan Zahid Samosir untuk bergabung dengan TikTok mencerminkan penerimaan luas terhadap platform digital sebagai sarana untuk memperkuat konektivitas dan hiburan selama masa pembatasan sosial. Melalui keterlibatannya, Zahid menjadi bagian dari narasi yang lebih besar yang menyoroti peran platform online dalam memberikan kegembiraan dan koneksi kepada individu yang menghadapi situasi unik dari pandemi ini. Zahid Samosir menjadi salah satu content creator yang cukup dikenal di TikTok.

**Gambar 4.2 Akun TikTok Zahid Samosir**



Zahid Samosir mempublikasikan video perdananya yaitu pada tanggal 6 Agustus 2020. Hingga saat ini di bulan Maret 2024, jumlah pengikut Zahid Samosir telah mencapai 1,9 juta, dan jumlah suka yang diterima telah mencapai

**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.

58,1 juta. Angka-angka ini menggambarkan bahwasanya para netizen banyak yang menyukai konten yang terdapat di akun TikTok Zahid Samosir. Bahkan, beberapa kali karya Zahid Samosir berhasil masuk dalam daftar fyp (For You Page) TikTok, tentunya ini menunjukkan bahwa kontennya tidak hanya disukai oleh banyak orang, tetapi juga diakui dan dipromosikan oleh algoritma platform tersebut. Prestasi ini menjadi bukti nyata akan daya tarik dan kualitas konten yang terus mengukuhkan posisi Zahid Samosir sebagai pengguna TikTok yang berpengaruh dan dicari oleh khalayak luas.

Mayoritas pengikut Zahid Samosir berasal dari kalangan anak-anak muda, yang juga dikenal sebagai generasi Milenial. Keberhasilan Zahid Samosir dalam menarik perhatian kaum muda tidak terlepas dari kontennya yang mengusung nilai-nilai dakwah. Dengan fokus menciptakan materi yang berkaitan dengan dakwah, Zahid Samosir berhasil mengakomodasi minat dan kebutuhan audiensnya yang mayoritas berasal dari generasi Milenial. Melalui pendekatan ini, ia tidak hanya membangun basis pengikut yang kuat, tetapi juga memberikan kontribusi positif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan di kalangan generasi yang seringkali lebih terkoneksi secara digital. Keseluruhan, keberhasilan Zahid Samosir menciptakan konten dakwah menggambarkan keterampilannya dalam menghubungkan generasi Milenial dengan nilai-nilai keagamaan melalui media sosial.

### **Konten TikTok Zahid Samosir**

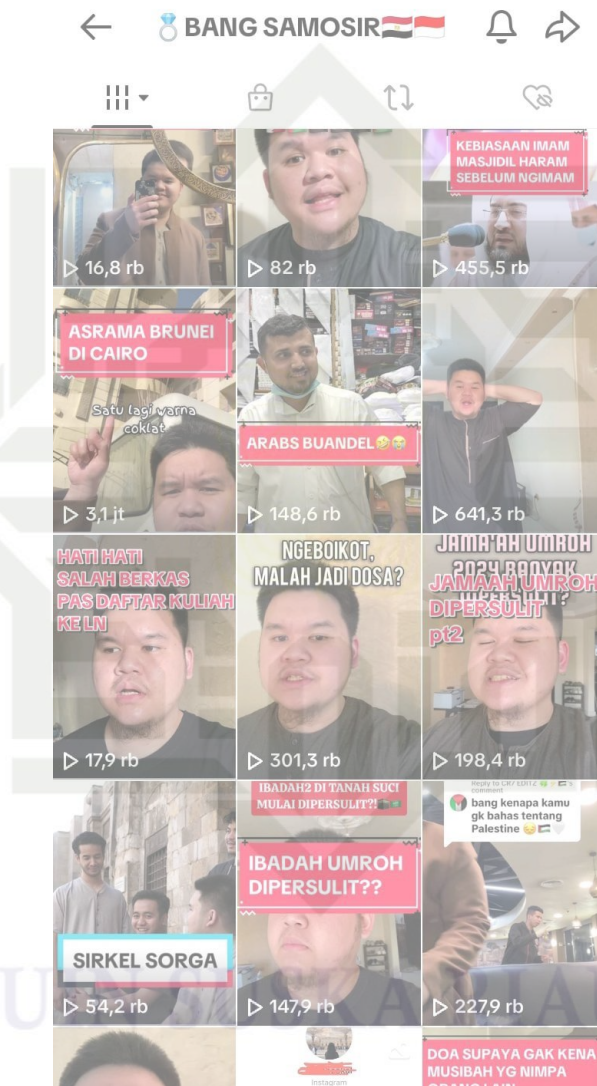
Zahid Samosir, seorang anak muda yang memiliki latar belakang kuliah di Mesir, meraih perhatian dengan konten dakwahnya di TikTok. Melalui platform ini, beliau berhasil masuk ke dalam For You Page (FYP) beberapa kali. Keunikan Zahid Samosir terletak pada pilihan strategisnya untuk menggunakan TikTok sebagai media utama dalam menyebarkan syiar agama Islam.

Berbeda dengan sebagian besar konten di TikTok yang menggunakan fitur musik sebagai pendukung, Zahid Samosir justru menonjolkan keunikan dengan fokus pada penyampaian dakwah. Meskipun banyak content creator terkenal yang juga menyampaikan dakwah di TikTok, Zahid Samosir berhasil mencuri perhatian melalui pendekatan kontennya yang unik dan berbeda.

Keberhasilan masuknya kontennya ke dalam FYP memberikan peluang lebih besar bagi Zahid Samosir untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan pengalamannya dan pengetahuannya yang diperoleh selama kuliah di Mesir, Zahid Samosir mampu

memberikan kontribusi positif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di era digital ini.

Gambar 4.3 Konten TikTok Zahid Samosir



Secara keseluruhan, kehadiran Zahid Samosir di TikTok tidak hanya mencerminkan kreativitas dalam berdakwah, tetapi juga menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan, terutama melalui pendekatan yang unik dan inovatif.

Dalam perjalanan dakwahnya di TikTok, Zahid Samosir terus menunjukkan dedikasinya untuk memberikan konten yang tidak hanya

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.

informatif, tetapi juga menginspirasi. Keberanian Zahid Samosir untuk berbagi pengalaman kuliah di Mesir menciptakan dimensi tambahan dalam kontennya, memberikan pandangan mendalam tentang ajaran Islam dari sudut pandang yang berbeda.

Tidak hanya itu, Zahid Samosir juga menciptakan ruang dialog interaktif dengan para pengikutnya. Melalui kolom komentar dan sesi tanya jawab, beliau berusaha menjawab pertanyaan dan memberikan klarifikasi yang memperkuat pemahaman tentang nilai-nilai Islam. Pendekatan ini tidak hanya menjadikan kontennya sebagai sumber inspirasi, tetapi juga sebagai wadah diskusi yang bermanfaat.

#### **D. Antusias Penonton**

Saat ini, akun TikTok dengan nama pengguna @Zahidsamosir telah mengunggah sebanyak 335 video konten. Setiap video yang diunggah memiliki jumlah penonton yang bervariasi, mulai dari 100.000 hingga mencapai 1.000.000 penonton. Video-video yang diproduksi oleh Zahid Samosir ini juga cukup populer dalam hal interaksi pengguna, dengan jumlah likes yang berkisar antara 10.000 hingga 100.000 per video. Rata-rata durasi video yang diposting oleh akun ini adalah sekitar 3 hingga 5 menit. Selain itu, video-video ini juga mendapatkan tanggapan yang cukup signifikan dari penonton dalam bentuk komentar, dengan rata-rata jumlah komentar yang berkisar antara 100 hingga 2000 komentar per video. Pada periode bulan Januari sampai pada bulan Juni jumlah konten TikTok @Zahidsamosir terhitung 45 video.

Dari 45 video konten yang tersedia di akun TikTok @zahidsamosir, peneliti akan meneliti tiga video konten di antaranya :

##### **1. Siksa Kubur Dalam Islam**

Video pertama yang akan dianalisis berjudul “Siksa Kubur Dalam Islam”. Dengan durasi 8 menit 15 detik, video ini diunggah pada 26 April 2024. Hingga kini, video tersebut telah ditonton oleh 4 juta orang dan menerima 452,2 ribu likes.

Sesuai dengan judulnya, video ini membahas secara mendalam tentang siksa kubur dalam Islam. Zahid Samosir, sebagai pembuat konten, memberikan penjelasan rinci mengenai konsep siksa kubur menurut ajaran Islam. Dia menggambarkan dengan jelas bagaimana kondisi dan penderitaan yang dialami oleh seseorang di dalam kubur sesuai dengan pandangan Islam.

#### 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.

Topik ini menjadi sangat relevan dan banyak diperbincangkan belakangan ini, terutama karena pengaruh film 'Siksa Kubur' yang disutradarai oleh Joko Anwar, yang telah memicu ketertarikan publik terhadap topik ini. Menyadari hal ini, Zahid Samosir berinisiatif membuat video tersebut untuk memberikan informasi yang benar dan komprehensif kepada penontonnya.

Sepanjang video, Zahid menguraikan berbagai aspek mengerikan yang terkait dengan siksa kubur, memberikan gambaran yang lebih nyata dan mendalam tentang penderitaan yang dialami. Selain memberikan gambaran tentang siksa kubur, Zahid juga menutup videonya dengan memberikan beberapa tips penting untuk menghindarinya. Tips-tips yang disampaikan termasuk membaca surah Al-Mulk sebelum tidur sebagai bentuk perlindungan, berdoa meminta perlindungan Allah dari siksa kubur (terutama dalam doa tahiyat akhir sebelum salam), serta melakukan amal jariyah yang berkelanjutan. Dengan menjelaskan langkah-langkah pencegahan ini, Zahid berharap dapat memberikan panduan praktis bagi penontonnya untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam dan mempersiapkan diri untuk kehidupan setelah kematian.

#### 2. Ketemu Almarhum-ah Di Dalem Mimpi.. Apakah Beneran Mereka Yang Kita Jumpai

Video kedua yang akan dianalisis berjudul “Ketemu Almarhum-ah Di Dalem Mimpi.. Apakah beneran mereka yang kita jumpai”. Dengan durasi 8 menit 7 detik, video ini diunggah pada 8 April 2024. Hingga kini, video tersebut telah ditonton oleh 2,8 juta orang dan menerima 249,9 ribu likes.

Dalam video berjudul "Ketemu Almarhum-ah Di Dalem Mimpi.. Apakah Beneran Mereka yang Kita Jumpai" yang diunggah di akun TikTok @zahidsamosir, Zahid Samosir membahas secara mendalam fenomena bertemu dengan orang yang telah meninggal dalam mimpi. Ia menyelidiki aspek keagamaan terkait mimpi ini dan memberikan wawasan tentang apakah pertemuan dengan almarhum dalam mimpi merupakan kenyataan atau hanya ilusi semata. Melalui video ini, Zahid mengajak penonton untuk memahami lebih dalam makna mimpi dari perspektif agama.

Zahid Samosir juga menguraikan beberapa dalil yang relevan dengan topik ini. Salah satu ayat yang disebutkan adalah Surah Az-Zumar ayat 42, yang berbunyi: "Allah memegang jiwa (orang) ketika matinya dan (memegang) jiwa (orang) yang belum mati di waktu tidurnya; maka Dia tahanlah jiwa (orang) yang telah Dia tetapkan kematiannya dan Dia

dakwah ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi tetapi juga sebagai alat untuk memotivasi perubahan positif dalam kehidupan penonton. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, seperti TikTok, dapat menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah yang inspiratif dan transformasional.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan dampak yang positif dan signifikan dalam konteks penyampaian dakwah. Melalui platform seperti TikTok, konten dakwah tidak hanya mencapai audiens yang lebih luas secara geografis, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih intens dan langsung antara pengguna dengan materi dakwah. Ini sejalan dengan evolusi cara masyarakat mengonsumsi informasi dan nilai-nilai keagamaan di era digital saat ini.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



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 hasil penelitian yang telah disajikan di atas serta analisis data yang telah dilakukan, respon penonton dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama: respon kognitif, afektif, dan konatif. Setelah mengkaji bagaimana penonton bereaksi terhadap konten dakwah di akun TikTok @Zahidsamosir, dapat disimpulkan bahwa konten ini memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek pemirsa.

Respon kognitif terlihat dari penonton yang memperoleh pengetahuan baru dan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran agama. Komentar-komentar yang menunjukkan apresiasi terhadap informasi yang disampaikan mengindikasikan bahwa konten tersebut berhasil menyampaikan materi yang bermanfaat dan edukatif.

Respon afektif mencerminkan reaksi emosional penonton terhadap konten yang disajikan. Banyak penonton merasa terinspirasi, termotivasi, dan bahkan tersentuh secara mendalam, yang terlihat dari komentar yang mengungkapkan perasaan syukur, harapan, dan refleksi pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah Zahid Samosir mampu menjangkau hati dan perasaan audiensnya, menciptakan koneksi emosional yang kuat.

Respon konatif, atau respon yang berhubungan dengan dorongan untuk bertindak, juga sangat menonjol. Penonton tidak hanya menerima pesan secara pasif tetapi juga terdorong untuk mengambil tindakan nyata dalam kehidupan mereka. Komentar yang menunjukkan niat untuk bertobat, menghindari riba, atau meningkatkan praktik ibadah harian menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki kekuatan untuk memotivasi perubahan positif dalam perilaku dan kebiasaan audiens.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan oleh Zahid Samosir melalui TikTok tidak hanya informatif tetapi juga mampu menggerakkan penonton secara emosional dan memotivasi tindakan nyata. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan yang inspiratif dan menyentuh dalam menyampaikan pesan keagamaan di era digital.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai respon viewers terhadap konten dakwah pada akun TikTok @Zahidsamosir, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas dakwah melalui platform tersebut. Pertama, penting bagi Zahid Samosir untuk lebih aktif dalam berinteraksi dengan penontonnya. Memanfaatkan fitur live streaming atau sesi tanya jawab secara langsung dapat membantu menjalin komunikasi yang lebih erat dan memberikan kesempatan bagi penonton untuk bertanya serta mendiskusikan topik yang disampaikan.

Kedua, diversifikasi konten perlu dipertimbangkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain video pendek, variasi konten seperti vlog kegiatan sehari-hari yang memperlihatkan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, atau kolaborasi dengan influencer lain dapat membuat konten lebih menarik dan relevan. Ketiga, memperhatikan feedback dari penonton juga sangat penting. Dengan secara rutin memonitor komentar dan tanggapan, Zahid Samosir dapat memahami lebih baik kebutuhan dan preferensi audiensnya, serta menyesuaikan konten agar lebih tepat sasaran.

Terakhir, peningkatan kualitas produksi konten, seperti penggunaan alat rekaman yang lebih baik dan pengeditan video yang lebih profesional, juga dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas konten dakwah yang disampaikan. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan konten dakwah di akun TikTok @Zahidsamosir dapat memberikan dampak yang lebih besar dan positif bagi para penontonnya.

### 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 PUSTAKA

### A. Buku

- Alaslan, Amtai. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. Depok: Rajawali Pers
- Arifin, Anwar. (2011) Dakwah Kontemporer. Jakarta: Graha ilmu
- Aziz, Moh. Ali. (2004). Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana
- Azwar, Saifuddin. (2000). Reabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Chaplin, J. P. (2004) Kamus Lengkap Psikologi, cet. ke-9. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Depdikbud. (1996). Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka
- Dzikron, Abdullah. (1989). Metodologi Dakwah. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo
- Echoles, Jhon. M. dan Hassan Shadily. (2003) Kamus Bahasa Inggris-Indonesia, cet. Ke-27. Jakarta: PT Gramedia
- Effendy, Onong Uchjana. (1992). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Fadhallah. (2021). Wawancara. Jakarta Timur: UNJ Press
- Faizah & Lalu Mukhsin Effendi. (2006) Psikologi Dakwah, Jakarta: Prenada Media
- Hajir, Tajiri. (2015). Etika dan Estetika Dakwah (perspektif teologis, filosofis dan praktis). Bandung: Symbolisa rekatama Media
- Hasymi, A. Dustur. (1994) Dakwah Menurut al-Qur'an. Jakarta: Bulan Bintang.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). Komunikai Dakwah. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ilaihi, Wahyu. (2013). Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jalaluddin Rahmat. (1999). Psikologi Komunikasi Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kafie, Jamaluddin. (1993). Psikologi Dakwah: Bidang Studi dan Bahan Acuan. Surabaya: Offset Indah.
- Loureiro, S. M. C., Serra, J., & Guerreiro, J. (2019). How Fashion Brands Engage on Social Media: A Netnography Approach.
- Moh. Ali Aziz, (2004). Ilmu Dakwah. Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy J. (1991). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pimay, Awaludin. (2005). Paradigma Dakwah Humanis. Semarang : Rasail

## 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sangadji, Sopiah & Etta Mamang. (2010). *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grasindo Persada
- Saputre, Wahidin. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Soenarjo, Soenarjo dan Djoenarsih S. (1983) *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty
- Subandi, Ahmad. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Bulan Bintang
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, dan Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Walgito, Bimo. (1996) *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : UGM

**B. Jurnal**

- Adi, L. *Konsep Dakwah Dalam Islam*. 3.
- Aji, W. N. (2018). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). *Dakwah Melalui Media Sosial*. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 236. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>
- Dalimunthe, S. A. Q. (2023). *Terminologi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*. 7.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Elliza, E., & Watini, S. (2022). *TV Sekolah Sebagai Media Meningkatkan Kreativitas Guru Di TKIT Ar-Rahman 1*. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1747. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1747-1758.2022>
- Hadi, S. W., & Alfarobi, I. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Metode Utaut 2*. 7.
- Mufidah, A., & Mufidah, R. (2021). *Aplikasi Tik-Tok dan Instagram sebagai Salah Satu Alternatif dalam Media Pembelajaran IPA*. 1.

## 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.

- Muzdalifah, T., & Fitriana. (2022). Pembelajaran Berbasis Media TikTok dalam Penerapan Budaya Malu Pada Siswa Kelas V Sekolah Dasar. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.30596/10605>
- Nasution, M. D. A., Syahara, U., Ananda, R., Romah, M., Siregar, D., Pasaribu, A. H., & Lase, S. H. (2022). *Respons Masyarakat dalam Menentukan Manajemen Waktu Pengajian Rutin di Masjid Al Ikhlas Desa Tanjung Selamat*. 6.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 587–601. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>
- Salma Humaira Supratman, Rodliyah Khuza’I, & Hendi Suhendi. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 10–14. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748>
- Shabrina, F. N., Abdurrazaq, M. N., & Satria, A. (2023). *Penggunaan Akun Tiktok @husainbasyaman Sebagai Media Dakwah Terhadap Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAI-ALAZIS Dalam Pembuatan Konten Dakwah*. 3(1).
- Sholihatul Atik Hikmawati & Luluk Farida. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>
- Tia Nur Amrina, Zalfa Mufidah, Zidan Khoirul Azmi, & Meity Suryandari. (2023). Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial Tiktok. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 87–112. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.152>
- Wibowo, A. (2019). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital*. 03(02), 18.