

**KARAKTERISTIK INOVASI YANG DIADOPSI FAWWAZ KABAN
DALAM KONTEN DAKWAHNYA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh :

RISNAWATI

12240323744

PROGRAM STRATA 1 (S1)

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



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

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Risnawati
NIM : 12240323744
Judul : Karakteristik Inovasi Yang Diadopsi Fawwaz Kaban Dalam Konten Dakwahnya Melalui Media Sosial Tiktok

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 13 Januari 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Pekanbaru, 19 Januari 2026

Dekan,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji III,

Dr. Usman S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19860526 202321 1 013

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Mardiah Rubani, M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji IV,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
a. Disaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
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.

**STRATEGI KREATIF DALAM BERDAKWAH MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK @FAWWAZKABAN**

Disusun oleh :

Risnawati
NIM. 12240323744

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 29 Desember 2025

Mengetahui,
Pembimbing,

Dr. Mardhiah Rubani, M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003



Pekanbaru, 29 Desember 2025

: Nota Dinas
: 1 (satu) Eksemplar
: Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

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

Nama : Risnawati
NIM : 12240323744
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Dalam Berdakwah Melalui Media Sosial Tiktok
@fawwazkaban

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Dr. Mardhiah Rubani, M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 00

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. 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 ini dilindungi undang-undang.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Risnawati
NIM : 12240323744
Judul : Strategi Kreatif Dalam Berdakwah Melalui Media Sosial Tiktok
@Fawwazkaban

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 17 Juni 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Juni 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Penguji II,

Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19910822 202521 2 0 005

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap 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. Dianggap mengemukakan 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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risnawati
 Nim : 12240323744
 Tempat/Tanggal Lahir : Peranap, 16 Agustus 2003
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Karakteristik Inovasi Yang Diadopsi Fawwaz Kaban Dalam Konten Dakwahnya Melalui Media Sosial Tiktok

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

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

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

Pekanbaru, 29 Desember 2025
 Yang membuat pernyataan,



Risnawati
 NIM. 12240323744



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 : Risnawati
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Karakteristik Inovasi Yang Diadopsi Fawwaz Kaban Dalam Konten Dakwahnya Melalui Media Sosial Tiktok

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dakwah dari bentuk konvensional menuju media sosial, salah satunya melalui platform TikTok. Perubahan ini menuntut adanya inovasi dalam penyampaian pesan dakwah agar tetap relevan dan mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik inovasi yang diadopsi Fawwaz Kaban dalam konten dakwahnya melalui media sosial TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif serta dianalisis menggunakan teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers yang meliputi keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas, trialability, dan observability. Objek penelitian adalah konten dakwah Fawwaz Kaban yang berfokus pada kisah Rasulullah SAW dan para sahabat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dakwah digital yang diterapkan bersifat adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola komunikasi masyarakat. Konten dikemas secara visual, naratif, dan emosional sehingga mudah dipahami dan menarik perhatian audiens. Karakteristik inovasi tersebut mendorong tingginya tingkat penerimaan dan keterlibatan audiens dalam dakwah digital melalui TikTok.

Kata kunci: Dakwah Digital, TikTok, Karakteristik Inovasi, Difusi Inovasi.



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 : Risnawati
Major : Ilmu Komunikasi
Title : Innovation Characteristics Adopted by Fawwaz Kaban in His Da'wah Content Through TikTok Social Media

The development of digital technology has transformed da'wah from conventional forms into social media platforms, particularly TikTok. This transformation requires innovation in delivering religious messages to remain relevant and easily accepted by society, especially young generations. This study aims to analyze the characteristics of innovation adopted by Fawwaz Kaban in his da'wah content through TikTok. The research employs a qualitative approach with a descriptive method and is analyzed using Everett M. Rogers' Diffusion of Innovation theory, which includes relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability. The object of this study is the da'wah content on the content da'wah Fawwaz Kaban, which focuses on the stories of Prophet Muhammad SAW and his companions. The findings indicate that the digital da'wah innovation implemented is adaptive to technological developments and contemporary communication patterns. The content is presented through visual, narrative, and emotional approaches, making it easy to understand and attractive to audiences. These innovation characteristics contribute to high levels of audience acceptance and engagement in digital da'wah on TikTok.

Keywords: Digital Da'wah, TikTok, Innovation Characteristics, Diffusion of Innovation.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sholawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: "Karakteristik Inovasi Yang Diadopsi Fawwaz Kaban Dalam Konten Dakwahnya Melalui Media Sosial Tiktok" dengan sebaik-baiknya. Adapun tujuan skripsi ini dibuat adalah untuk mencapai gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari dukungan serta bantuan berbagai pihak. Penulis mengabdikan ucapan penghargaan dan terima kasih kepada orang tua yang penulis cintai yaitu ayahanda Aman negoro dan ibunda Siti robiah yang tak kenal Lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan Pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang di lalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat bapak dan mamak lebih bangga lagi karena telah berhasil menjadikan anak perempuan nya ini menyandang gelar sarjana seperti yang di harapkan. Besar harapan penulis semoga bapak dan mamak sehat selalu, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang. Terima kasih kepada abang yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta menjadi sumber motivasi bagi penulis untuk terus berproses dan berkembang, baik dalam bidang akademik maupun nonakademik. Teladan, nasihat, dan dorongan yang diberikan menjadi penguat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh keluarga yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, nasihat, dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan ketulusan hati dan senang hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE., M.Si, AK Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. M. Badri, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Titin Atin, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Sudianto, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Musfialdy S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Dr. Tika Mutiaa, S.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc selaku Penasehat Akademik (PA)
9. Terimakasih kepada Dr. Mardiah Rubani, M.Si sebagai pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, kritik, dan arahan serta bersedia meluangkan waktu selama proses penyelesaian skripsi dengan sebaik-baiknya. Terima kasih banyak ibu telah membantu penulis dan memberikan kemudahan selama proses bimbingan. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala dari amal jariyah yang ibu lakukan yang berupa membimbing penulis selama menulis skripsi ini.
10. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dan seluruh staff dan karyawan yang sudah memberikan pelayanan layak kepada penulis selama masa perkuliahan.
11. Iga Riski Kaban S.Sos yang telah mengizinkan penelitian dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung oleh penulis terkait penelitian ini.
12. Sahabat dekat penulis, Amira Qanita yaitu sahabat tersayang seperti saudara. Terimakasih atas setiap waktu yang di luangkan, memberi dukungan, motivasi, semangat, doa, pendengar yang baik, serta rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, terimakasih tangan yang selalu di ulurkan, telinga yang siap mendengar, pelukan yang siap menghangatkan dan ucapan manis yang menenangkan. Terimakasih juga telah hadir dalam setiap proses peneliti.



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 milik UIN Suska Riau

13. Terima kasih kepada Yolanda Enza Wella S.T yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari penulis sampai hingga saat ini, Terima kasih sudah menjadi kakak yang sangat baik bahkan seperti saudara. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
14. Terima kasih untuk teman-teman Ilkom angkatan 2022, Public Relations B, dan orang-orang yang penulis temukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah memberikan kesan yang baik di masa perkuliahanku.
15. Dan terakhir, terima kasih banyak untuk diriku sendiri yang sudah kuat dan tidak menyerah dalam memperjuangkan mimpi-mimpi yang ingin diwujudkan. Terima kasih untuk setiap usaha yang dilakukan dan sabar dalam setiap proses yang dilalui. Ada banyak mimpi yang harus digapai, terus berjuang dan jadilah orang yang lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas ketidaksempurnaan ini karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari segala pihak. Semua masukan akan menjadi motivasi bagi penulis untuk dapat berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Pekanbaru, Januari 2026

Risnawati

Nim : 12240323744



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

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.2.1 Karakteristik Inovasi	3
1.2.2 Adopsi Inovasi.....	4
1.2.3 Akun TikTok fawwazkaban	4
1.2.4 Konten Dakwah.....	5
1.2.5 Dakwah Digital.....	6
1.2.6 Media Sosial Tik Tok	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	11

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.

2.2.1	Teori Defusi Inovasi	11
2.2.2	Karakteristik Inovasi	13
2.2.3	Media Sosial sebagai Sarana Dakwah	15
2.2.4	Dakwah Digital di TikTok	15
2.2.5	Media Digital	16
2.2.6	Dasar Hukum Dakwah melalui Media Sosial	16
2.3	Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		19
3.1	Desain Penelitian	19
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3	Sumber Data	19
3.4	Informan Penelitian	20
3.5	Teknik Pengumpulan Data	21
3.5.1	Analisis Konten media	21
3.5.2	Wawancara	22
3.5.3	Dokumentasi	22
3.6	Validasi Data	23
3.7	Teknik Analisis data	23
BAB IV GAMBARAN UMUM		25
4.1	Profil Fawwaz Kaban	25
4.2	Visi Misi	27
4.3	Alasan Memilih Tiktok sebagai Media Dakwah	28
4.4	Harapan terhadap Perkembangan Dakwah Islam di Media Sosial	29
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
5.1	Hasil Penelitian	31



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 milik UIN Suska Riau	5.1.1	Karakteristik Inovasi Fawwaz Kaban.....	31
	5.1.2	Penerimaan Informasi Dakwah terhadap Audiens	47
	5.2	Pembahasan	48
	5.2.1	Karakteristik Inovasi Fawwaz Kaban.....	48
	BAB VI PENUTUP.....		57
	6.1	Kesimpulan	57
	6.2	Saran	57
	DAFTAR PUSTAKA.....		59
	LAMPIRAN		63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian	18
Gambar 4. 1 Profil Akun	25
Gambar 5. 1 Hasil Screenshoot Konten 1	33
Gambar 5. 2 Hasil Screenshoot Konten 2	36
Gambar 5. 3 Hasil Screenshoot Konten 3	39
Gambar 5. 4 Hasil Screenshoot Konten 4	42
Gambar 5. 5 Hasil Screenshoot Profil 2	45

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 TABEL

Tabel 3. 1 Informan Penelitian	20
--------------------------------------	----



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dakwah merupakan aktivitas fundamental dalam ajaran Islam yang memiliki kedudukan strategis dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keagamaan umat. Dakwah tidak hanya dimaknai sebagai proses penyampaian ajaran Islam secara normatif, melainkan juga sebagai proses komunikasi sosial yang bertujuan membangun kesadaran, menanamkan nilai, serta mengarahkan masyarakat menuju kehidupan yang selaras dengan tuntunan Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Oleh karena itu, dakwah senantiasa dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan realitas sosial yang terus berkembang, baik dari sisi budaya, pola komunikasi, maupun perkembangan teknologi yang memengaruhi cara manusia menerima dan memaknai pesan keagamaan. (Syamsuddin, 2016).

Seiring dengan perubahan zaman, praktik dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Pada masa sebelumnya, dakwah lebih banyak dilakukan melalui pertemuan tatap muka seperti ceramah di masjid, majelis taklim, dan pengajian rutin. Namun, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pergeseran pola dakwah menuju ruang digital. Transformasi ini tidak hanya mengubah medium dakwah, tetapi juga mengubah cara pesan keagamaan diproduksi, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat. Dakwah tidak lagi bersifat satu arah, melainkan berkembang menjadi proses komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif (Hidayat & Nuri, 2024).

Kemajuan teknologi digital, khususnya kehadiran media sosial, membuka peluang besar bagi aktivitas dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan-pesan keislaman, terutama bagi generasi milenial dan Generasi Z yang menjadikan media digital sebagai sumber utama informasi dan hiburan (Jalaluddin, Siskawati, Kudrotullah, Uyun, & Eletmany, 2024). Dalam konteks ini, dakwah digital tidak hanya menjadi alternatif, tetapi telah berkembang menjadi kebutuhan strategis agar pesan keagamaan tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi informasi masyarakat.

TikTok sebagai salah satu platform media sosial berbasis video pendek memiliki karakteristik komunikasi yang unik. Durasi video yang singkat, dominasi unsur visual, penggunaan narasi cepat, serta sistem algoritma yang mampu menyebarkan konten secara luas menjadikan TikTok sebagai medium yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini dan minat audiens. Kondisi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi dakwah Islam. Di satu sisi, pesan keagamaan berpotensi menjangkau khalayak yang lebih luas, namun di sisi lain menuntut adanya pembaruan dalam bentuk dan metode penyampaian agar dakwah tetap mampu bersaing dengan arus konten hiburan yang sangat massif (Angfi, 2023).

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.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa dakwah di era digital tidak dapat dilepaskan dari proses inovasi. Inovasi dalam dakwah bukan berarti mengubah substansi ajaran Islam, melainkan melakukan pembaruan dalam cara penyampaian, bentuk pesan, dan penggunaan media agar sesuai dengan karakteristik audiens modern. Inovasi ini menjadi faktor penting dalam menentukan apakah pesan dakwah dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi oleh masyarakat. Oleh karena itu, memahami bagaimana inovasi dakwah diterapkan dan diadopsi menjadi hal yang krusial dalam pengembangan dakwah kontemporer.

Salah satu contoh nyata dari inovasi dakwah digital ini dapat dilihat pada konten dakwah Fawwaz Kaban, yang secara konsisten menyampaikan kisah-kisah Rasulullah SAW dan para sahabatnya dalam format video pendek yang inspiratif. Akun ini tidak hanya menyampaikan konten dakwah dalam bentuk ceramah, tetapi juga mengemasnya dengan narasi yang menyentuh, ilustrasi visual yang menarik, serta gaya bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Pendekatan ini terbukti mampu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, meningkatkan engagement, serta memperluas jangkauan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas (Husaini, 2023). Akun TikTok Fawwaz Kaban sendiri didirikan pada tahun 2021, dan hingga Desember 2025 telah mengunggah sebanyak 414 video konten dakwah yang berfokus pada kisah sejarah Islam. Konsistensi pengunggahan ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat jangkauan serta kredibilitas akun tersebut sebagai media dakwah digital.

Akun TikTok Fawwaz Kaban telah menunjukkan performa yang sangat signifikan sebagai media dakwah digital. Per Desember 2025, akun ini memiliki 426.800 followers, dengan total 10.400.000 like atas seluruh video yang diunggah, serta mengikuti 73 akun lain. Statistik ini menggambarkan tingkat popularitas dan jangkauan konten dakwah yang dihasilkan, khususnya dalam menjangkau generasi muda yang aktif di platform TikTok. Dengan jumlah followers dan interaksi yang tinggi, konten dakwah Fawwaz Kaban mampu menjadi salah satu contoh sukses dakwah kreatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi informasi di era digital (Data observasi akun TikTok @fawwazkaban, Desember 2025).

Keberhasilan suatu inovasi tidak terlepas dari karakteristik yang melekat pada inovasi itu sendiri. Everett M. Rogers dalam teori Difusi Inovasi menjelaskan bahwa tingkat penerimaan suatu inovasi dipengaruhi oleh lima karakteristik utama, yaitu keunggulan relatif (relative advantage), kesesuaian (compatibility), tingkat kerumitan (complexity), kemungkinan untuk diuji coba (trialability), dan kemudahan hasil inovasi untuk diamati (observability) (Rogers, 2003). Kerangka ini menjadi relevan untuk digunakan dalam menganalisis praktik dakwah digital, karena memungkinkan peneliti memahami mengapa suatu bentuk dakwah dapat

diterima dengan cepat oleh masyarakat, sementara bentuk lainnya kurang mendapat respons.

Dalam konteks dakwah digital, teori Difusi Inovasi memberikan sudut pandang yang komprehensif untuk melihat proses adopsi pembaruan dakwah oleh audiens. Melalui teori ini, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai proses komunikasi inovatif yang dipengaruhi oleh persepsi khalayak terhadap manfaat, kemudahan, serta hasil yang ditampilkan dari pesan dakwah tersebut. Dengan demikian, penelitian terhadap karakteristik inovasi menjadi penting untuk memahami dinamika penerimaan dakwah di ruang digital.

Dalam khazanah ilmu komunikasi, penelitian ini memiliki urgensi penting karena berkaitan dengan perubahan paradigma komunikasi di era digital. Dakwah sebagai bentuk komunikasi keagamaan tidak lagi berlangsung dalam pola komunikasi linear dan satu arah, melainkan berkembang dalam ruang publik digital yang bersifat interaktif dan berbasis algoritma. Penelitian ini menjadi relevan karena mengkaji bagaimana pesan dakwah diproduksi, dikemas, dan diadopsi oleh audiens melalui media sosial TikTok, dengan menggunakan pendekatan teori Difusi Inovasi. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi digital, komunikasi persuasif, serta komunikasi inovasi dalam konteks dakwah di era media baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada karakteristik inovasi yang diadopsi Fawwaz Kaban dalam konten dakwahnya melalui media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana bentuk inovasi dakwah digital tersebut ditampilkan, serta bagaimana karakteristik inovasi menurut teori Difusi Inovasi tercermin dalam konten yang dihasilkan. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah dan komunikasi digital, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi para dai dan kreator konten Muslim dalam mengembangkan dakwah yang adaptif, relevan, dan tetap berlandaskan pada nilai-nilai Islam.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari keraguan dalam memahami penelitian ini, istilah-istilah berikut harus dijelaskan:

1.2.1 Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi merupakan seperangkat sifat atau atribut yang melekat pada suatu inovasi dan berperan penting dalam menentukan tingkat penerimaan, kecepatan adopsi, serta keberlanjutan penggunaan inovasi tersebut di tengah masyarakat. Dalam perspektif komunikasi, karakteristik inovasi menjadi faktor utama yang memengaruhi bagaimana individu menilai suatu pembaruan, apakah dianggap bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan, mudah dipahami, serta layak untuk digunakan. Everett M.

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.

Rogers melalui teori Difusi Inovasi menjelaskan bahwa keberhasilan suatu inovasi sangat ditentukan oleh lima karakteristik utama, yaitu keunggulan relatif (relative advantage) yang menunjukkan tingkat manfaat inovasi dibandingkan praktik sebelumnya, kesesuaian (compatibility) dengan nilai dan pengalaman audiens, tingkat kerumitan (complexity) yang memengaruhi kemudahan pemahaman, kemungkinan untuk diuji coba (trialability), serta kemudahan hasil inovasi untuk diamati (observability) (Rogers, 2003).

Dalam penelitian ini, karakteristik inovasi dimaknai sebagai sifat-sifat pembaruan yang melekat pada konten dakwah digital yang diproduksi Fawwaz Kaban melalui media sosial TikTok. Karakteristik tersebut dianalisis untuk melihat bagaimana inovasi dakwah ditampilkan dalam bentuk visual, narasi, dan pola penyampaian pesan, serta bagaimana inovasi tersebut memungkinkan audiens menerima dan memahami pesan dakwah secara lebih efektif di ruang digital.

1.2.2 Adopsi Inovasi

Adopsi inovasi merupakan proses sosial dan psikologis yang dialami individu atau kelompok sejak pertama kali mengenal suatu inovasi hingga akhirnya memutuskan untuk menerima, menggunakan, dan mempertahankan inovasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Proses adopsi tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan-tahapan yang mencakup pengenalan inovasi, pembentukan sikap, pengambilan keputusan, hingga implementasi dan konfirmasi penggunaan. Dalam konteks komunikasi, adopsi inovasi sangat dipengaruhi oleh persepsi khalayak terhadap manfaat inovasi, tingkat kemudahan penggunaan, serta kesesuaiannya dengan kebutuhan dan nilai yang dianut oleh individu maupun kelompok sosial (Ahmad, Gulzar, Ahmed, & Khalid, 2025).

Dalam penelitian ini, adopsi inovasi dimaknai sebagai proses penerimaan dan penggunaan bentuk-bentuk pembaruan dakwah yang dilakukan oleh Fawwaz Kaban dalam memproduksi dan menyampaikan konten dakwah melalui TikTok. Adopsi inovasi tidak hanya dilihat dari keberlanjutan produksi konten oleh komunikator, tetapi juga dari respons audiens yang tercermin melalui keterlibatan, perhatian, dan penerimaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Dengan demikian, adopsi inovasi dipahami sebagai proses komunikasi dua arah antara dai sebagai inovator dan audiens sebagai penerima inovasi dakwah digital.

1.2.3 Akun TikTok fawwazkaban

Akun TikTok fawwazkaban merupakan salah satu akun dakwah yang aktif dalam menyebarkan kisah Rasulullah SAW dan para sahabatnya melalui format video pendek. Kisah Rasulullah dan sahabat adalah narasi

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.

sejarah yang mengisahkan perjalanan hidup Nabi Muhammad Saw. serta para sahabatnya dalam menyebarkan ajaran Islam, membentuk masyarakat Islam, dan meneladani akhlak mulia. Dalam konteks ini, kisah-kisah tersebut menjadi materi utama dakwah yang disampaikan oleh akun TikTok fawwazkaban, yang bertujuan untuk menggugah kesadaran keagamaan serta memberikan keteladanan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Yang dimaksud motivasi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat kita terhadap pentingnya mengikuti kegiatan keagamaan demi memperdalam pengetahuan agama dan meningkatkan kualitas hidup.

Akun ini dikenal karena konsistensinya dalam menyampaikan konten dakwah yang kreatif, menyentuh sisi emosional, dan tetap mengacu pada sumber-sumber keislaman yang valid. Berdasarkan data per Desember 2025, akun ini memiliki sebanyak 426.800 followers, 10.400.000 like, dan mengikuti 73 akun lainnya. Dalam konteks penelitian ini, akun fawwazkaban dipilih sebagai objek karena keberhasilannya dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah yang mampu menarik minat generasi muda serta meningkatkan pemahaman keagamaan melalui pendekatan visual dan naratif yang relevan (observasi akun TikTok fawwazkaban, Desember 2025.).

1.2.4 Konten Dakwah

Konten dakwah merupakan bentuk pesan komunikasi keagamaan yang memuat ajakan kepada kebaikan, penyampaian nilai-nilai Islam, serta upaya pembinaan moral dan spiritual umat. Konten dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi keislaman, tetapi juga sebagai media pembentukan pemahaman, sikap, dan perilaku religius masyarakat. Dalam perkembangan komunikasi modern, konten dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah lisan atau teks keagamaan, melainkan berkembang dalam berbagai format media yang disesuaikan dengan karakteristik audiens dan perkembangan teknologi (Wahyudi, 2025).

Dalam konteks media digital, konten dakwah mengalami transformasi bentuk melalui penggunaan visual, audio, narasi, dan simbol-simbol komunikasi yang dirancang agar lebih komunikatif dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, konten dakwah dimaknai sebagai video pendek yang diproduksi dan dipublikasikan melalui platform TikTok oleh Fawwaz Kaban, yang berisi kisah Rasulullah SAW dan para sahabat. Konten tersebut dikemas melalui pendekatan naratif dan visual untuk menghadirkan pesan keislaman yang edukatif, inspiratif, serta relevan dengan karakteristik audiens digital, khususnya generasi muda.

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

1.2.5 Dakwah Digital

Dakwah digital adalah bentuk dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital, terutama internet dan platform media sosial, untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Dakwah digital memungkinkan pendakwah menjangkau audiens lintas geografis dan demografis, serta berinteraksi secara dua arah melalui komentar, live streaming, atau pesan langsung. Dalam penelitian ini, dakwah digital dipahami sebagai proses penyampaian nilai-nilai keislaman oleh Fawwaz Kaban melalui video pendek di platform TikTok yang menyasar generasi muda, dengan format yang ringkas, visual menarik, dan tetap berpegang pada sumber-sumber otoritatif Islam (Jalaluddin et al., 2024)

1.2.6 Media Sosial Tik Tok

TikTok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten berdurasi 15 detik hingga 3 menit, dilengkapi dengan fitur audio, filter, dan efek khusus. Aplikasi ini sangat populer di kalangan generasi muda karena antarmukanya yang sederhana, fitur algoritma yang menyesuaikan minat pengguna, serta potensi viral yang tinggi. Dalam penelitian ini, TikTok menjadi wadah yang digunakan sebagai media dakwah oleh konten dakwah Fawwaz Kaban, yang memanfaatkan fitur-fitur visual dan audio untuk mengkomunikasikan pesan-pesan Islam, terutama sejarah Nabi dan para sahabat, dengan gaya yang ringan namun edukatif (Dwi Anggraini, Nurul Rahmawati, Raya Telang Kec Kamal Kab Bangkalan, & Timur, 2025).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, masalah berikutnya adalah: "Bagaimana karaktersitik inovasi yang diadopsi oleh Fawwaz Kaban dalam konten dakwahnya melalui media sosial TikTok?"

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik inovasi yang diadopsi Fawwaz Kaban dalam konten dakwahnya melalui media sosial tiktok.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memiliki nilai tambah sebagai referensi yang relevan dalam mengembangkan kajian ilmu dakwah, khususnya mengenai strategi dakwah kreatif di era digital. Dengan fokus pada konten dakwah melalui media sosial TikTok, penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik terkait pemanfaatan teknologi dan media baru dalam penyampaian nilai-nilai keislaman. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam

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.

memperluas wawasan akademis tentang bagaimana kisah-kisah Rasulullah dan sahabat dapat dikemas secara menarik dan disampaikan melalui pendekatan kreatif kepada generasi muda. Hal ini penting sebagai upaya menjawab tantangan dakwah di era digital.

1.5.2 Kegunaan Ptaktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi para dai dan pendakwah, sebagai referensi dalam mengembangkan strategi dakwah yang relevan dan efektif sesuai dengan karakteristik audiens masa kini, terutama generasi muda pengguna media sosial.
2. Bagi konten kreator Muslim, sebagai panduan dalam menciptakan konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kuat dari sisi substansi dan nilai-nilai keislaman.
3. Bagi lembaga dakwah dan pendidikan, sebagai masukan untuk mengintegrasikan pendekatan digital dan media sosial dalam program-program dakwah dan pembinaan keagamaan yang lebih inklusif dan menjangkau masyarakat luas.
4. Bagi masyarakat umum, khususnya pengguna media sosial, sebagai motivasi dan inspirasi untuk memanfaatkan media digital secara positif dalam mendalami dan menyebarkan ajaran Islam.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian terdahulu

Dalam penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu telah digunakan sebagai acuan dan referensi untuk menghindari duplikasi desain dan temuan yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti dapat memperoleh wawasan dan perbandingan melalui desain penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat memilih dan menerapkan desain penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Azzahra, Ismail, dan Afgani (2025) dengan judul “Proses Inovasi Pendidikan: Keputusan, Difusi, dan Diseminasi” membahas proses inovasi pendidikan melalui tiga tahapan utama, yaitu keputusan, difusi, dan diseminasi. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan menganalisis berbagai teori dan hasil penelitian sebelumnya terkait inovasi dalam pendidikan. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi inovasi sangat dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan individu atau kelompok, strategi komunikasi dalam menyebarkan ide baru, serta penyebaran inovasi secara sistematis agar dapat diterapkan secara luas. Selain itu, peran aktor utama, seperti guru, menjadi faktor kunci dalam memastikan inovasi dapat berjalan secara efektif. Relevansi penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan kerangka keputusan, difusi, dan diseminasi sebagai dasar untuk menganalisis bagaimana konten dakwah Fawwaz Kaban di TikTok diperkenalkan, diterima, dan diadopsi oleh audiens, meskipun konteks kajiannya berbeda karena penelitian ini berfokus pada pendidikan formal (Azzahra, Ismail, & Afgani, 2025). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan teori Difusi Inovasi sebagai kerangka analisis dalam memahami proses penerimaan dan penyebaran suatu pembaruan. Keduanya sama-sama menekankan pentingnya proses adopsi inovasi oleh audiens atau pengguna. Adapun perbedaannya terletak pada konteks dan objek kajian, di mana penelitian Azzahra, Ismail, dan Afgani berfokus pada inovasi dalam bidang pendidikan formal melalui studi pustaka, sedangkan penelitian penulis berfokus pada inovasi dakwah digital yang diterapkan dalam konten akun TikTok Fawwaz Kaban melalui pendekatan penelitian lapangan dan analisis konten.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah, Puspita, dan Nelwati (2025) dengan judul “Inovasi Pendidikan” mengkaji inovasi pendidikan dari aspek pengertian, pentingnya inovasi, aspek-aspek inovasi, serta langkah-langkah penerapannya di era digital. Metode yang digunakan adalah 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.

kepastakaan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi merupakan penerapan ide, metode, dan teknologi baru yang bertujuan meningkatkan efektivitas dan relevansi pembelajaran. Tahapan inovasi meliputi identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan. Penelitian ini relevan dengan penelitian penulis karena memberikan gambaran tentang tahapan sistematis dalam merancang dan mengembangkan inovasi, yang dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana Fawwaz Kaban merancang serta menyempurnakan konten dakwahnya di TikTok secara berkelanjutan (Nurhasanah et al., 2025). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian terhadap inovasi sebagai proses yang dirancang secara sistematis dan berkelanjutan. Keduanya sama-sama menempatkan inovasi sebagai upaya pembaruan dalam merespons perubahan di era digital. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan konteks penelitian, di mana penelitian Nurhasanah, Puspita, dan Nelwati berfokus pada inovasi pendidikan formal melalui studi kepustakaan, sedangkan penelitian penulis berfokus pada inovasi dakwah digital yang diterapkan dalam konten Fawwaz Kaban dengan pendekatan empiris.

Ketiga, penelitian oleh Pranata, Ismail, dan Astuti (2025) dengan judul “Analysis of Characteristics of Educational Innovation, Educational Strategy and Educational Innovation Strategy” menganalisis karakteristik utama inovasi pendidikan serta strategi pendidikan dan strategi inovasi dalam menghadapi tantangan era digital dan globalisasi. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi memiliki karakteristik seperti integrasi teknologi, fleksibilitas dalam proses pembelajaran, kurikulum yang adaptif, evaluasi berkelanjutan, serta keterlibatan aktif pengguna inovasi. Selain itu, strategi inovasi dapat dilakukan melalui pendekatan fasilitatif, edukatif, persuasif, dan koersif sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi. Relevansi penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pemanfaatan konsep karakteristik dan strategi inovasi sebagai dasar untuk menganalisis bagaimana konten dakwah Fawwaz Kaban dikemas secara kreatif, fleksibel, dan persuasif sehingga mampu menarik serta mempertahankan perhatian audiens TikTok (Petet Pranata, Ismail, & Astuti, n.d.). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian terhadap karakteristik inovasi serta strategi penyampaiannya dalam menghadapi perubahan di era digital. Keduanya sama-sama memandang inovasi sebagai faktor penting dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan. Adapun perbedaannya terletak pada konteks dan objek penelitian, di mana penelitian Pranata, Ismail, dan Astuti berfokus pada inovasi pendidikan formal melalui studi literatur, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada inovasi dakwah digital yang dianalisis secara empiris melalui konten dakwah Fawwaz Kaban.

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.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Hidayattullah, Alawiyah, Karoma, dan Astuti (2023) “Karakteristik dan Strategi Inovasi Pendidikan” membahas karakteristik dan strategi inovasi pendidikan dengan menekankan pentingnya tahapan difusi, uji coba, dan diseminasi sebelum suatu inovasi diterapkan secara luas. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik inovasi meliputi keuntungan relatif, kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan pengguna, tingkat kompleksitas, dapat diuji coba, serta dapat diamati hasilnya. Penelitian ini relevan dengan penelitian penulis karena memberikan dasar teoretis untuk menganalisis bagaimana audiens TikTok menilai dan mengadopsi gaya serta karakteristik dakwah Fawwaz Kaban berdasarkan persepsi manfaat, kesesuaian nilai, dan kemudahan dalam memahami konten (Hidayattullah, Alawiyah, Karoma, & Astuti, 2023). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan konsep karakteristik inovasi yang merujuk pada teori Difusi Inovasi, khususnya aspek keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, trialability, dan observability. Keduanya sama-sama menekankan pentingnya persepsi audiens dalam menentukan keberhasilan adopsi inovasi. Adapun perbedaannya terletak pada konteks dan objek penelitian, di mana penelitian Hidayattullah dkk. berfokus pada inovasi pendidikan melalui studi pustaka, sedangkan penelitian penulis mengkaji inovasi dakwah digital secara empiris melalui konten akun TikTok fawwazkaban.

Kelima, penelitian oleh Efendi, Ismail, dan Afgani (2025) dengan judul “Karakteristik Inovasi Pendidikan, Strategi Pendidikan, dan Strategi Inovasi Pendidikan” mengkaji hubungan antara karakteristik inovasi pendidikan, strategi pendidikan, dan strategi inovasi dalam menciptakan sistem pembelajaran yang adaptif dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur terhadap berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal dan buku akademik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil memiliki karakteristik utama berupa keunggulan relatif, kompatibilitas dengan nilai sosial, fleksibilitas, serta kemampuan untuk diuji coba dan diamati hasilnya. Selain itu, keberhasilan adopsi inovasi sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, dukungan kebijakan, dan ketersediaan infrastruktur. Relevansi penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan karakteristik inovasi sebagai alat analisis untuk memahami bagaimana konten dakwah Fawwaz Kaban dapat diterima dan diadopsi oleh pengguna TikTok sebagai bagian dari praktik dakwah berbasis media digital (Efendi, Ismail, & Afgani, 2025). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan karakteristik inovasi sebagai kerangka analisis utama dalam memahami proses penerimaan dan adopsi pembaruan oleh khalayak. Keduanya sama-sama menempatkan persepsi pengguna terhadap manfaat dan kesesuaian inovasi sebagai faktor penting

keberhasilan adopsi. Adapun perbedaannya terletak pada konteks dan objek penelitian, di mana penelitian Efendi, Ismail, dan Afgani berfokus pada inovasi pendidikan formal melalui studi literatur, sedangkan penelitian penulis mengkaji inovasi dakwah digital secara empiris melalui konten akun TikTok Fawwaz Kaban.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi merupakan salah satu teori penting dalam bidang komunikasi pembangunan dan penyuluhan, yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi diperkenalkan dan diadopsi oleh masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Menurut Asep Saepul Muhtadi, difusi inovasi adalah proses penyebaran suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok masyarakat melalui saluran komunikasi, dalam suatu sistem sosial, dan berlangsung dalam jangka waktu tertentu (Asep Saepul Muhtadi, 2016).

Difusi inovasi mencakup empat elemen utama, yaitu: (1) inovasi, yakni gagasan atau teknologi baru yang diperkenalkan; (2) saluran komunikasi, yaitu media atau cara penyampaian inovasi kepada masyarakat; (3) waktu, yang mencakup proses keputusan individu untuk menerima atau menolak inovasi; dan (4) sistem sosial, yaitu lingkungan atau komunitas tempat inovasi diperkenalkan (Rogers, 2003).

1. Inovasi

Inovasi merupakan gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok yang mengadopsinya. Kebaruan inovasi tidak selalu berarti benar-benar baru secara absolut, melainkan baru berdasarkan persepsi penerima inovasi. Dalam konteks dakwah digital, inovasi dapat berupa cara penyampaian pesan, gaya komunikasi, pemanfaatan fitur media sosial, maupun bentuk visual yang berbeda dari dakwah konvensional.

Rogers (2003) menjelaskan bahwa inovasi dinilai bukan hanya dari bentuknya, tetapi juga dari bagaimana inovasi tersebut memberikan manfaat, kemudahan, dan kesesuaian dengan kebutuhan khalayak.

2. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan inovasi dari komunikator kepada khalayak. Saluran ini berfungsi sebagai penghubung antara sumber inovasi dan penerima

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.

inovasi. Rogers (2003) membedakan saluran komunikasi menjadi dua, yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.

Dalam perkembangan teknologi digital, media sosial seperti TikTok menjadi saluran komunikasi yang efektif karena mampu menjangkau audiens luas, bersifat audio-visual, interaktif, serta memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung melalui komentar, likes, dan fitur berbagi konten.

3. Waktu

Elemen waktu merujuk pada proses adopsi inovasi yang tidak terjadi secara bersamaan pada setiap individu. Rogers (2003) menegaskan bahwa waktu berperan penting dalam tiga aspek, yaitu:

1. proses pengambilan keputusan inovasi,
2. tingkat kecepatan adopsi inovasi, dan
3. kategori adopter (innovators, early adopters, early majority, late majority, dan laggards).

Dalam konteks dakwah melalui media sosial, waktu dapat terlihat dari konsistensi unggahan konten, durasi adaptasi audiens terhadap gaya dakwah baru, serta perubahan respons pengikut dari waktu ke waktu.

4. Sistem Sosial

Sistem sosial merupakan kumpulan individu, kelompok, atau organisasi yang saling berinteraksi dan terikat oleh nilai, norma, serta tujuan bersama. Sistem sosial memengaruhi bagaimana suatu inovasi diterima atau ditolak oleh masyarakat.

Asep Saepul Muhtadi mengadopsi tahapan adopsi inovasi dari Everett M. Rogers yang terdiri dari lima tahap, yaitu: (1) kesadaran (knowledge), saat individu pertama kali mengetahui adanya inovasi; (2) ketertarikan (persuasion), saat individu mulai menunjukkan minat; (3) evaluasi (decision), ketika individu menimbang manfaat dan risiko inovasi; (4) percobaan (implementation), yaitu tahap mencoba inovasi secara terbatas; dan (5) adopsi (confirmation), ketika individu memutuskan untuk menerima dan menerapkan inovasi secara penuh.

Selain itu, dalam teori ini, masyarakat dibagi menjadi lima kategori berdasarkan kecepatan mereka dalam mengadopsi inovasi, yaitu: inovator, pengadopsi awal (early adopters), mayoritas awal (early majority), mayoritas akhir (late majority), dan kelompok lamban

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.

(laggards). Perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor seperti keterbukaan terhadap perubahan, akses informasi, dan tingkat pendidikan.

2.2.2 Karakteristik Inovasi

Muhtadi (2016) menekankan bahwa karakteristik inovasi turut memengaruhi kecepatan proses adopsi. Lima karakteristik tersebut adalah: (1) keuntungan relatif (relative advantage), yaitu seberapa besar manfaat inovasi dibanding cara lama; (2) kompatibilitas (compatibility), yaitu kesesuaian inovasi dengan nilai dan kebutuhan masyarakat; (3) kompleksitas (complexity), yaitu tingkat kesulitan penggunaan inovasi; (4) dapat diuji coba (trialability); dan (5) dapat diamati hasilnya (observability) (Asep Saepul Muhtadi, 2016).

Dalam teori difusi inovasi, tingkat keberhasilan suatu inovasi dalam diadopsi masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh cara inovasi tersebut diperkenalkan, tetapi juga oleh karakteristik inovasi itu sendiri. Asep Saepul Muhtadi, yang mengadaptasi pemikiran Everett M. Rogers, menjelaskan bahwa terdapat lima karakteristik utama yang menentukan cepat atau lambatnya suatu inovasi diterima oleh khalayak. Karakteristik ini penting dalam memahami bagaimana sebuah gagasan atau praktik baru dapat memengaruhi perilaku masyarakat, terutama pada era digital ketika inovasi komunikasi berkembang sangat cepat. Adapun kelima karakteristik tersebut meliputi relative advantage, compatibility, complexity, trialability, dan observability. Masing-masing karakteristik memainkan peran penting dalam proses keputusan adopsi suatu inovasi.

1. keuntungan relatif (relative advantage)

Relative advantage adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap memberikan manfaat lebih besar dibandingkan cara, metode, atau praktik lama yang sebelumnya digunakan. Semakin tinggi keuntungan relatif suatu inovasi, semakin cepat pula inovasi tersebut diadopsi oleh masyarakat. Dalam konteks dakwah digital, keuntungan relatif terlihat dari kemampuan media sosial termasuk TikTok untuk menyampaikan pesan secara cepat, menarik, dan menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan metode dakwah tradisional. Video pendek yang digunakan pada TikTok memungkinkan penyampaian materi dakwah secara singkat, padat, dan visual sehingga lebih mudah dipahami oleh generasi muda. Dalam penelitian ini, akun TikTok fawwazkaban jelas menunjukkan keuntungan relatif, karena konten dakwah yang disajikan tidak hanya mudah diakses tetapi juga lebih engaging dibandingkan ceramah konvensional.

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.

2. kompatibilitas (compatibility)

Compatibility merujuk pada tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan masyarakat. Inovasi yang dianggap selaras dengan gaya hidup dan preferensi audiens akan lebih mudah diterima. Dalam dakwah digital, kompatibilitas terlihat dari bagaimana konten disesuaikan dengan budaya komunikasi generasi milenial dan Gen Z yang menyukai format singkat, visual, dan relevan dengan pengalaman sehari-hari. Pada akun fawwazkaban, konten dakwah dikemas dalam bentuk storytelling emosional dan visual dramatis yang selaras dengan pola konsumsi konten generasi muda. Hal ini memperkuat kompatibilitas strategi dakwah kreatif yang diterapkan, sehingga pesan-pesan keagamaan lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens TikTok.

3. kompleksitas (complexity)

Complexity menggambarkan tingkat kesulitan yang dirasakan dalam memahami dan menggunakan sebuah inovasi. Semakin rendah tingkat kompleksitas, semakin mudah inovasi tersebut diadopsi. TikTok sebagai platform memiliki antarmuka yang sederhana, sehingga mudah digunakan baik oleh kreator maupun audiens. Konten video pendek yang dibuat oleh akun fawwazkaban juga tidak memerlukan usaha besar bagi penonton untuk memahaminya. Kemudahan akses, kemudahan memahami isi video, serta visual yang membantu memperjelas pesan dakwah menjadikan kompleksitas inovasi dakwah digital ini sangat rendah. Hal ini menjadi faktor penting yang mempercepat penyebaran konten dakwah di TikTok.

4. dapat diuji coba (trialability)

Trialability adalah sejauh mana suatu inovasi dapat diujicobakan terlebih dahulu sebelum diadopsi secara penuh. Inovasi yang memberikan kesempatan untuk diuji cenderung lebih cepat diterima, karena pengguna dapat mencoba tanpa risiko besar. Dalam konteks dakwah digital, TikTok memungkinkan kreator mencoba berbagai format konten seperti narasi suara, ilustrasi visual, teks berjalan, hingga efek sinematik. Akun fawwazkaban dapat bereksperimen dengan berbagai gaya penyampaian dakwah dan mengamati jenis konten mana yang paling efektif menarik minat audiens. Tingkat trialability yang tinggi memungkinkan strategi dakwah kreatif berkembang secara cepat dan adaptif mengikuti respons audiens.

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.

5. dapat diamati hasilnya (observability)

Observability mengacu pada seberapa mudah hasil dari sebuah inovasi dapat diamati oleh orang lain. Inovasi dengan hasil yang terlihat jelas akan lebih cepat diadopsi. Pada media sosial TikTok, dampak dan keberhasilan konten dakwah dapat diamati melalui jumlah views, like, komentar, share, dan peningkatan jumlah pengikut. Pada akun fawwazkaban, tingginya angka like, engagement, serta jumlah followers menjadi bukti konkret dari efektivitas strategi dakwah kreatif yang digunakan. Observasi hasil yang mudah terlihat inilah yang mempercepat diterimanya inovasi dakwah digital di kalangan generasi muda.

Teori difusi inovasi memberikan dasar teoritis yang kuat dalam memahami bagaimana sebuah inovasi diperkenalkan dan diterima oleh masyarakat, serta bagaimana peran komunikasi sangat penting dalam mempercepat proses adopsi tersebut (Asep Saepul Muhtadi, 2016).

2.2.3 Media Sosial sebagai Sarana Dakwah

Media sosial saat ini menjadi alat komunikasi yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk dakwah Islam. Perkembangan teknologi informasi mendorong para dai untuk beradaptasi dengan pola komunikasi baru yang lebih interaktif dan cepat. Media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan lainnya memberikan kemudahan dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu.

Menurut Eviyanti dkk, media sosial telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam konteks penyebaran nilai-nilai keagamaan. Ia menyatakan bahwa penggunaan media baru dalam dakwah membuka peluang besar dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif dan kontekstual (Eviyanti & Handayani, 2024).

Dalam konteks TikTok, fitur-fitur seperti video pendek, efek visual, musik latar, dan interaktivitas dengan audiens menjadi peluang strategis bagi para dai untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menyentuh emosi dan mudah diingat. Hal ini dapat mendorong terciptanya pemahaman agama yang lebih menyenangkan serta menjauhkan kesan bahwa dakwah itu kaku atau membosankan.

2.2.4 Dakwah Digital di TikTok

TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda memiliki potensi besar dalam menyebarkan dakwah Islam. Karakteristik pengguna TikTok yang mayoritas

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.

merupakan generasi Z dan milenial, menuntut pendekatan dakwah yang lebih segar, menyenangkan, dan relevan dengan gaya hidup mereka.

Menurut Jumhadi dkk, dakwah digital memerlukan pemahaman mendalam tentang media dan psikologi pengguna. Dakwah di media sosial tidak cukup hanya menyampaikan pesan, tetapi juga perlu membangun koneksi emosional dengan audiens agar pesan tersebut mampu menggerakkan hati dan perilaku (Jumhadi, Geun, Nisa, Muhibuddin, & Hijriyah, 2024).

Konten dakwah Fawwaz Kaban merupakan salah satu contoh keberhasilan konten dakwah digital, dengan konten-konten yang mengangkat kisah Rasulullah dan para sahabat, disajikan secara menarik, naratif, dan disertai efek visual yang mendukung. Hal ini membuktikan bahwa dakwah bisa berkembang pesat jika dikelola secara kreatif dan profesional.

2.2.5 Media Digital

Media digital seperti TikTok memiliki keterkaitan erat dengan konsep komunikasi massa modern. Media digital merupakan bentuk baru dari media massa yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, segmentasi audiens, serta personalisasi pesan sesuai karakteristik pengguna. Dalam konteks dakwah, kehadiran media sosial mendorong munculnya inovasi konten dakwah yang tidak lagi disampaikan secara konvensional, melainkan dikemas dalam bentuk visual, audio, dan narasi singkat yang menyesuaikan dengan pola konsumsi media masyarakat modern (Syifa Aulia Rahmadhani, Dhamar Indra Pratama, Rifada Nur Az Zahra Putri, Ziana Nur Rochimah, & Ahmad Rahman Ludiansyah, 2024).

Dengan demikian, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah mencerminkan adanya inovasi dalam bentuk, penyajian, dan cara penyampaian pesan keagamaan yang lebih relevan dengan karakteristik generasi muda di era digital saat ini.

2.2.6 Dasar Hukum Dakwah melalui Media Sosial

Dakwah merupakan kewajiban setiap Muslim yang memiliki dasar kuat dalam Al-Qur'an dan Hadis (Maemunah & Sitika, 2023). Aktivitas dakwah yang dilakukan melalui media sosial, seperti TikTok, termasuk bagian dari dakwah bil hikmah (dakwah dengan kebijaksanaan), sebagaimana yang dianjurkan dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 125:

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.

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." Ayat ini menjadi dasar utama bahwa dakwah dapat dilakukan dengan pendekatan yang sesuai zaman dan penuh kearifan, termasuk dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial.

Selain Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad SAW juga menjadi dasar penting: Sampaikan dariku walau hanya satu ayat."(HR. Bukhari no. 3461) Hadis ini menegaskan bahwa setiap Muslim dianjurkan untuk menyampaikan kebaikan atau ilmu yang dimiliki, meskipun sedikit. Media sosial menjadi sarana efektif untuk melaksanakan anjuran ini secara luas dan efisien.

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, dakwah dilindungi oleh peraturan perundang-undangan, seperti:

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 3: "Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa."Ini menegaskan bahwa pendidikan keagamaan (termasuk dakwah) adalah bagian penting dari pembangunan karakter bangsa.

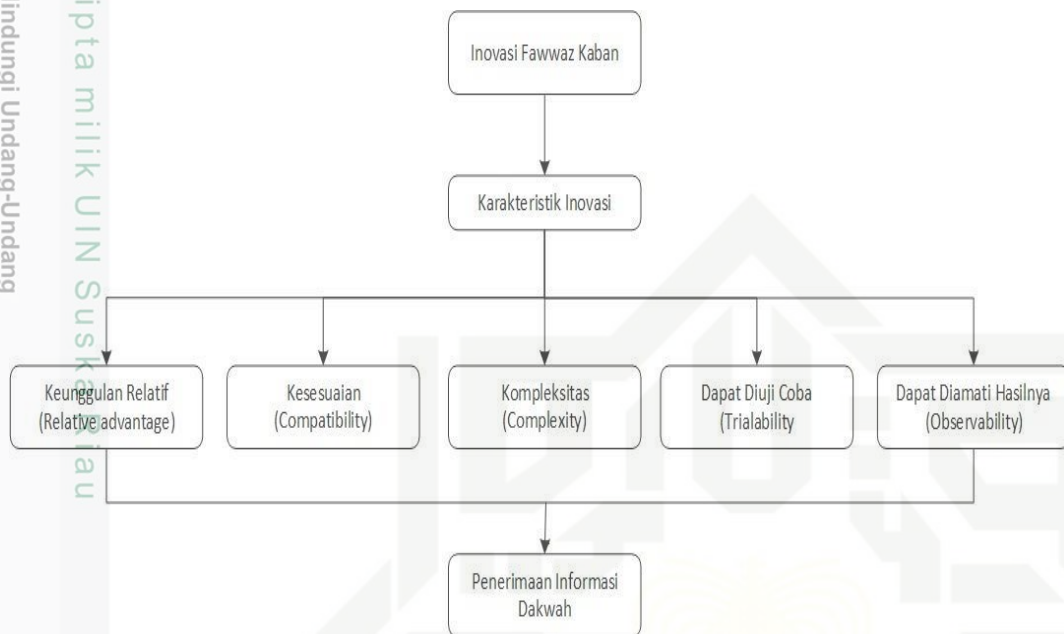
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), juncto UU No. 19 Tahun 2016: Dalam undang-undang ini tidak ada larangan dalam menyebarkan konten positif keagamaan melalui media sosial, selama tidak mengandung ujaran kebencian atau pelanggaran hukum lainnya.

Dengan demikian, dakwah melalui media sosial seperti TikTok tidak bertentangan dengan hukum Islam maupun hukum negara, selama dijalankan dengan etika dan semangat menyebarkan nilai-nilai kebaikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

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



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian

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

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam fenomena inovasi konten dakwah yang berkembang melalui media sosial TikTok, khususnya pada akun fawwazkaban. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna, bentuk, serta proses munculnya inovasi dalam penyajian pesan dakwah yang ditampilkan dalam konten video.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memaparkan fenomena secara sistematis dan faktual. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan inovasi konten dakwah yang terdapat pada video-video akun fawwazkaban, meliputi bentuk penyajian pesan, penggunaan elemen visual dan audio, gaya narasi, serta pemanfaatan fitur-fitur TikTok sebagai bagian dari pembaruan dalam penyampaian dakwah digital.

Pemilihan jenis penelitian deskriptif didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk menampilkan gambaran nyata (actual picture) mengenai praktik inovasi konten dakwah di media sosial tanpa melakukan manipulasi maupun pengujian variabel tertentu. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana inovasi konten dakwah melalui TikTok mampu menyesuaikan pesan keagamaan dengan karakteristik media digital dan pola konsumsi generasi muda masa kini.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di perumahan puri indah kwalu gg. lapender Pekanbaru. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan juni 2025, yang dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan yang meliputi kondisi lingkungan, kebutuhan sumber daya, dan ketersediaan responden yang relevan.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Kedua jenis data tersebut digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan akurat, serta mampu menggambarkan fenomena secara menyeluruh terkait inovasi konten dakwah yang ditampilkan pada akun TikTok fawwazkaban. Berikut penjelasannya:

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

1. Sumber Primer

Sumber data primer merupakan aspek penting dalam proses penelitian yang melibatkan pengumpulan data secara langsung dari sumber pertama atau dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan. Data primer ini dianggap sebagai data asli yang berasal langsung dari subjek penelitian atau dari situasi yang sedang diamati. Sumber data primer dapat berupa observasi langsung, wawancara dengan responden, survei, studi kasus, atau eksperimen yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan komponen vital dalam proses penelitian yang melibatkan penggunaan data yang telah ada atau dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Data sekunder ini sering kali diperoleh dari berbagai sumber seperti perpustakaan, arsip, laporan penelitian terdahulu, basis data, atau dokumentasi yang tersedia secara publik. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder dapat berupa observasi, laporan masyarakat, serta dokumentasi tertulis yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Penggunaan data sekunder memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan informasi yang sudah ada dan telah diolah sebelumnya oleh pihak lain, yang dapat membantu dalam mendukung atau menguatkan temuan penelitian.

3.4 Informan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, informan memegang peran penting sebagai sumber informasi yang berkompeten untuk memberikan gambaran yang akurat tentang situasi dan kondisi yang menjadi fokus penelitian. Oleh karena itu, penentuan informan harus dilakukan dengan cermat dan strategis guna memastikan bahwa data yang diperoleh berkualitas dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan pemilihan informan berdasarkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam posisi yang berhubungan langsung dengan narasumber fawwazkaban bertempat di perumahan puri indah kualu Pik, Gang lavender, tuah karya, tampan, kota pekanbaru, riau.

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Fawwaz Kaban	Pemilik Akun
2	Reisky Yogi Adrian	followers
3	Fitri Maria	followers

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks pengumpulan data untuk penelitian ini, digunakanlah metode studi lapangan. Studi lapangan merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan pengumpulan data secara langsung dari sumbernya di lapangan, dengan peneliti turun langsung ke lokasi atau tempat kejadian untuk mengamati, mengumpulkan informasi, dan memperoleh data yang relevan dengan topik penelitian, antara lain:

3.5.1 Analisis Konten media

Analisis konten media dilakukan dengan menelaah secara sistematis seluruh unggahan pada akun TikTok Fawwaz Kaban. Teknik ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk, pola, dan karakteristik inovasi yang muncul dalam konten dakwah yang diproduksi. Analisis difokuskan pada pesan yang ditampilkan dalam setiap video, baik secara visual, naratif, maupun simbolik.

Dalam proses analisis, peneliti mengkaji aspek visual konten yang mencakup penggunaan ilustrasi, gambar, transisi, efek video, serta pencahayaan sebagai bagian dari strategi penyajian pesan dakwah. Selain itu, analisis juga diarahkan pada unsur narasi dan storytelling, meliputi gaya bahasa yang digunakan, intonasi penyampaian, alur cerita, serta cara pesan keagamaan dikemas dalam format video pendek agar mudah dipahami oleh audiens.

Selanjutnya, peneliti menganalisis pemanfaatan fitur-fitur media sosial TikTok, seperti text overlay, efek suara, musik latar, filter, dan fitur penyuntingan bawaan aplikasi, yang digunakan sebagai bentuk pembaruan dalam penyampaian dakwah digital. Aspek konsistensi tema, pola pengunggahan konten, serta kecenderungan penyesuaian terhadap tren atau momen tertentu juga menjadi bagian penting dalam analisis.

Selain isi pesan, analisis konten media turut memperhatikan bentuk respons audiens yang tercermin melalui jumlah likes, komentar, shares, dan views sebagai indikator penerimaan khalayak terhadap inovasi konten dakwah. Melalui analisis ini, peneliti dapat memetakan karakteristik, pola, serta ciri khas inovasi konten dakwah yang diterapkan pada akun TikTok @fawwazkaban secara komprehensif..

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.

3.5.2 Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan tidak dapat diperoleh hanya melalui observasi online. Wawancara dilakukan menggunakan teknik semi-terstruktur, yang memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menggali jawaban lebih luas dan mendalam. Melalui wawancara ini, peneliti berupaya memahami proses kreatif dalam pembuatan konten dakwah, termasuk perencanaan tema, pemilihan gaya visual, serta pesan dakwah yang ingin disampaikan oleh kreator. Selain itu, wawancara juga menggali alasan penggunaan TikTok sebagai media dakwah, seperti pertimbangan efektivitas dan kesesuaian dengan target audiens. Peneliti turut menanyakan berbagai tantangan yang dihadapi kreator dalam menghasilkan konten dakwah, seperti risiko penyederhanaan materi keagamaan, potensi kesalahpahaman, atau tuntutan untuk tetap konsisten dalam mengunggah konten.

Di sisi lain, wawancara juga melibatkan audiens untuk mengetahui bagaimana mereka menerima, memahami, serta memaknai konten dakwah melalui video pendek. Informasi tambahan mengenai dampak dakwah digital bagi pengguna, khususnya generasi muda yang menjadi pengikut aktif akun Fawwaz Kaban, turut diungkap dalam proses wawancara ini. Dengan demikian, wawancara memberikan pemahaman kontekstual dan mendalam mengenai strategi dakwah digital dalam praktik yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan sebagai salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang penelitian yang sedang penulis lakukan.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai teknik pengumpulan data dengan menghimpun berbagai bukti visual dan informasi yang relevan mengenai aktivitas dakwah pada akun TikTok Fawwaz Kaban. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan menyediakan data yang dapat ditelusuri kembali. Kegiatan dokumentasi meliputi pengambilan tangkapan layar (screenshot) video atau bagian tertentu dari konten sebagai bahan analisis, pencatatan data profil akun seperti jumlah pengikut, total likes, jumlah video yang telah diunggah, serta akun yang diikuti oleh kreator. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan deskripsi video dan caption yang memuat konteks tambahan dari setiap pesan dakwah yang

disampaikan. Statistik perkembangan akun, seperti peningkatan jumlah pengikut maupun tingkat engagement selama periode penelitian, turut dicatat untuk melihat dinamika interaksi audiens. Dokumentasi ini menjadi bukti autentik yang memperkuat temuan penelitian dan memberikan landasan empiris dalam menganalisis strategi kreatif dakwah.

3.6 Validasi Data

Validitas merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah penelitian, yang mengindikasikan sejauh mana data yang diperoleh sesuai dengan realitas objek penelitian. Artinya, data yang valid adalah data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan, sehingga dapat diandalkan untuk membuat kesimpulan yang akurat. Untuk memastikan validitas data, peneliti perlu melakukan berbagai strategi dan teknik pengujian, salah satunya adalah triangulasi.

Triangulasi merupakan salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji keabsahan hasil penelitian. Pendekatan ini melibatkan penggunaan beberapa metode, sumber data, dan/atau teori yang berbeda untuk memeriksa konsistensi dan kecocokan antara temuan. Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat mengurangi bias serta meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Selain itu, triangulasi juga bisa melibatkan berbagai sumber data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Dengan menggabungkan berbagai teknik dan sumber data, peneliti dapat memastikan keakuratan dan keandalan temuan penelitian, serta memperkuat validitas kesimpulan yang dihasilkan.

3.7 Teknik Analisis data

Analisis data kualitatif merupakan tahap penting dalam proses penelitian yang melibatkan pengelolaan data secara mendalam. Proses ini melibatkan serangkaian langkah, mulai dari pengumpulan data hingga pembuatan kesimpulan yang tentatif. Analisis data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, memilah-milahnya, dan menemukan pola atau temuan yang signifikan. Selain itu, analisis ini juga mencakup pengidentifikasian informasi yang penting dan relevan serta pengujian kembali kebenaran data atau verifikasi.

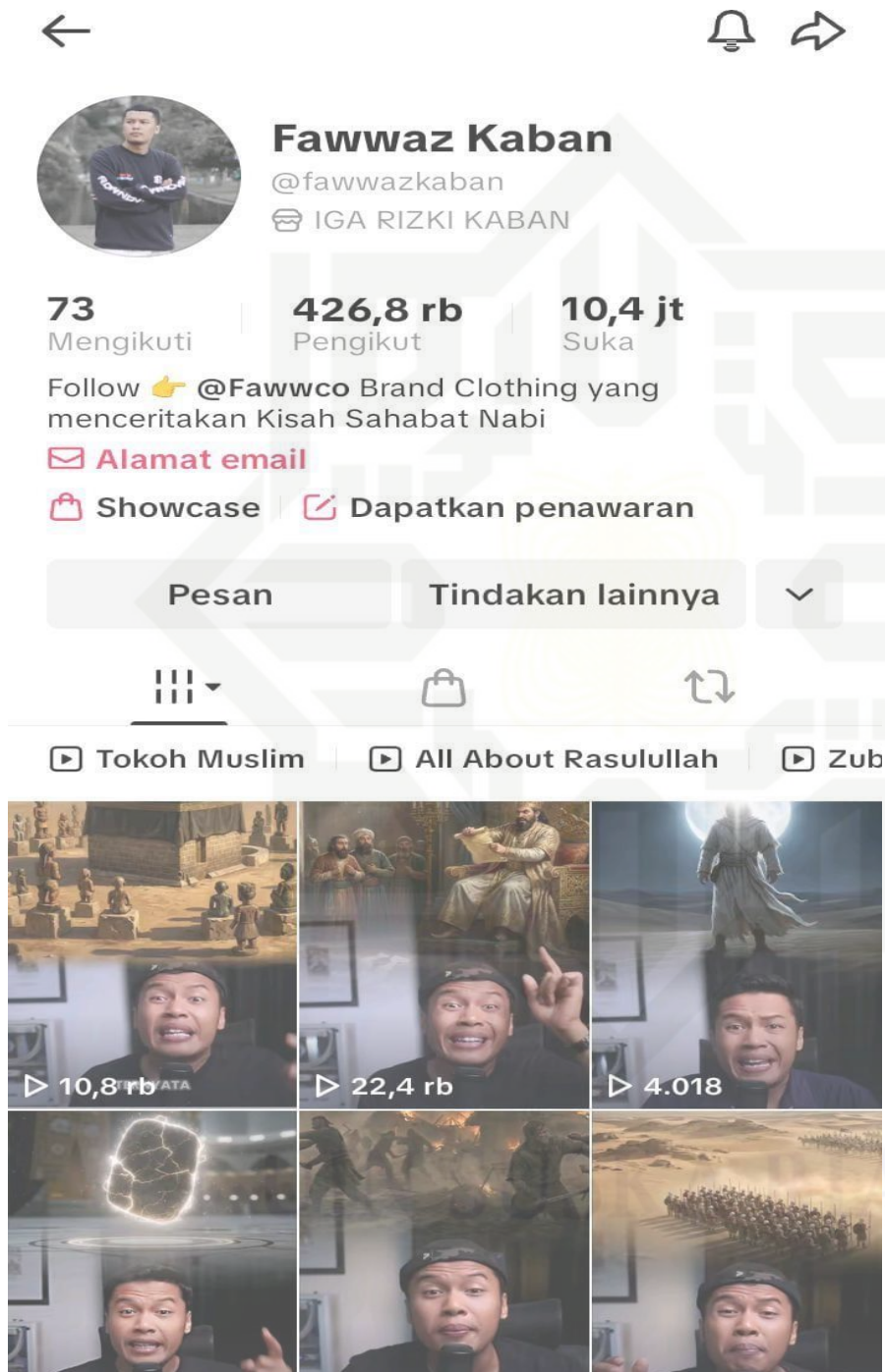
Metode yang sering digunakan dalam analisis data kualitatif adalah metode deskriptif-analitik. Metode ini mengacu pada proses pengolahan data yang telah dikumpulkan dengan cara menganalisisnya sesuai dengan konteks atau kondisi yang terjadi di lapangan. Langkah-langkah dalam metode ini mencakup reduksi data, yaitu proses penyederhanaan data kompleks menjadi bentuk yang lebih dapat dikelola dan dipahami. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis melalui penyajian data yang memungkinkan untuk mengeksplorasi pola atau temuan yang muncul dari data tersebut. Terakhir, analisis data kualitatif melibatkan proses menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi terhadap temuan yang ditemukan.

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 IV GAMBARAN UMUM

4.1 Profil Fawwaz Kaban



Gambar 4. 1 Profil Akun

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.

Fawwaz Kaban merupakan seorang kreator konten dakwah digital yang dikenal aktif melalui platform media sosial TikTok. Ia memiliki nama asli Iga Rizki Kaban, lahir di Barusjahe, Sumatera Utara, pada 19 Juni 1997. Nama “Fawwaz Kaban” yang digunakan sebagai identitas akun TikTok-nya diambil dari nama putranya, Fawwazil Mousaa Kaban, dan seiring berjalannya waktu, audiens lebih mengenalnya dengan sebutan Fawwaz.

Riwayat pendidikan Fawwaz dimulai dari Sekolah Dasar SD Sukatani 014 Riau. Pada jenjang pendidikan menengah, orang tuanya memutuskan untuk mengarahkan Fawwaz ke lingkungan pesantren. Ia menempuh pendidikan tingkat SMP di Pondok Pesantren Modern Nahdatul Islam Binjai, Sumatera Utara, kemudian melanjutkan pendidikan pesantren di Pondok Pesantren Darul Istiqamah, Riau. Pendidikan formalnya dilanjutkan pada jenjang perguruan tinggi dengan mengambil Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Selain itu, Fawwaz juga pernah mengikuti program pembelajaran bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare, meskipun tidak berlangsung dalam waktu yang lama karena beberapa kendala.

Sebelum dikenal sebagai kreator konten dakwah di TikTok, Fawwaz terlebih dahulu menekuni dunia perniagaan, baik dalam bentuk perdagangan barang maupun jasa. Setelah menyelesaikan pendidikan sarjana, ia lebih memfokuskan diri pada pengembangan karier sesuai dengan minat dan passion-nya di bidang usaha. Namun, sebuah pertemuan dengan dosen yang memiliki kedekatan personal dengannya menjadi titik refleksi tersendiri. Nasihat yang diberikan terkait tanggung jawab moral sebagai lulusan Fakultas Dakwah mendorong Fawwaz untuk kembali memikirkan kontribusinya dalam bidang dakwah Islam. Dari proses perenungan tersebut, ia kemudian menemukan bentuk dakwah yang selaras dengan minatnya, yaitu melalui media sosial TikTok dengan mendirikan akun @fawwazkaban.

Berdasarkan hasil analisis konten peneliti terhadap akun TikTok @fawwazkaban, Fawwaz secara konsisten menghadirkan konten dakwah yang berfokus pada sejarah Islam, khususnya kisah-kisah inspiratif para Rasul, sahabat Nabi, serta tokoh-tokoh Islam terdahulu. Penyampaian dakwah tersebut dikemas dalam bentuk narasi yang sederhana, emosional, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens.

Salah satu ciri khas Fawwaz terletak pada gaya penampilannya saat menyampaikan pesan dakwah. Ia kerap tampil mengenakan kaos berwarna hitam atau putih, terkadang dipadukan dengan topi, yang berbeda dari citra da'i pada umumnya yang identik dengan busana formal seperti gamis, sorban,

atau peci. Gaya berpakaian yang kasual ini justru menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi audiens muda. Peneliti menilai bahwa pendekatan visual tersebut mampu mengurangi jarak psikologis antara da'i dan mad'u, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih terbuka.

Selain itu, penggunaan bahasa sehari-hari dalam penyampaian pesan turut memperkuat efektivitas komunikasi dakwah Fawwaz. Tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah, akun TikTok yang dikelolanya juga dimanfaatkan sebagai sarana wirausaha. Melalui akun tersebut, Fawwaz mempromosikan produk dagangannya berupa kaos dan parfum dengan merek Fawwco. Kaos yang dipasarkan menampilkan ilustrasi tokoh-tokoh Islam seperti Abu Bakar Ash-Shiddiq, Umar bin Khattab, dan Salahuddin Al-Ayyubi, yang selaras dengan tema dakwah yang ia angkat. Hal ini menunjukkan bahwa Fawwaz memadukan aktivitas dakwah dan perniagaan secara simultan melalui media sosial TikTok.

4.2 Visi Misi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fawwaz Kaban, keberadaan akun TikTok @fawwazkaban tidak dibangun tanpa tujuan yang jelas, melainkan berangkat dari visi personal yang berkaitan erat dengan latar belakang pendidikan dan tanggung jawab moral sebagai alumni Fakultas Dakwah. Fawwaz memandang akun tersebut sebagai bentuk perpanjangan peran dakwah yang tidak dapat ia jalankan secara langsung di dunia nyata.

Fawwaz menyadari bahwa terdapat ekspektasi sosial terhadap dirinya sebagai lulusan Manajemen Dakwah, di mana seorang alumni diharapkan mampu berkiprah sebagai pendakwah atau akademisi. Namun, realitas yang ia jalani tidak mengantarkannya pada peran formal sebagai ustadz maupun dosen. Kondisi tersebut mendorong Fawwaz untuk mencari alternatif lain agar ilmu dan gelar sarjana yang dimilikinya tetap memiliki kebermanfaatan bagi masyarakat. Dari sinilah muncul visi utama dibentuknya akun @fawwazkaban, yaitu sebagai media perantara dakwah yang memungkinkan dirinya tetap berbagi nilai-nilai kebaikan meskipun tidak berada di mimbar atau podium secara langsung.

Visi tersebut diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial sebagai ruang dakwah digital. Dalam beberapa tahun terakhir, Fawwaz mengaku tidak aktif menyampaikan ceramah secara langsung di ruang-ruang konvensional. Namun, melalui akun TikTok, ia tetap merasakan kontinuitas peran dakwah karena memiliki wadah yang mampu menjangkau audiens secara luas. Dengan demikian, akun @fawwazkaban diposisikan sebagai

sarana untuk menyalurkan pesan dakwah secara adaptif sesuai dengan perkembangan zaman dan kebiasaan masyarakat digital.

Adapun misi yang ingin dicapai melalui akun TikTok @fawwazkaban adalah menjaga agar nilai-nilai dakwah yang ia miliki tidak berhenti pada tataran akademik semata. Fawwaz berharap akun tersebut dapat terus aktif dan konsisten dalam menyampaikan pesan-pesan positif yang mampu memberikan pengaruh bagi para pengikutnya. Ia menargetkan agar konten yang dibagikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menginspirasi dan memotivasi audiens, khususnya melalui penyampaian kisah-kisah tokoh-tokoh besar dalam sejarah Islam yang sarat dengan keteladanan.

Lebih lanjut, Fawwaz menegaskan bahwa dorongan untuk tetap menjalankan peran dakwah melalui media sosial merupakan salah satu alasan utama dibentuknya akun tersebut. Bahkan, ia menyatakan bahwa motivasi dakwah ini memiliki porsi dominan dibandingkan alasan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa visi dan misi akun @fawwazkaban berakar kuat pada kesadaran religius dan tanggung jawab intelektual sebagai sarjana dakwah, yang kemudian diterjemahkan ke dalam praktik dakwah digital yang relevan dengan kebutuhan audiens masa kini.

4.3 Alasan Memilih Tiktok sebagai Media Dakwah

Pemilihan TikTok sebagai media dakwah pada akun @fawwazkaban dilatarbelakangi oleh perubahan pola konsumsi media di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang utama dalam pencarian informasi, interaksi sosial, dan pembentukan nilai. TikTok dinilai sebagai platform yang paling relevan dengan kebiasaan tersebut karena memiliki tingkat penggunaan yang tinggi dibandingkan media sosial lainnya.

Akun TikTok @fawwazkaban mulai dibuat pada awal tahun 2021 dan sejak awal keberadaannya telah diarahkan sebagai media dakwah. TikTok dipilih karena dinilai mampu menjangkau audiens secara lebih luas dan cepat. Platform ini memiliki karakteristik berupa konten video singkat yang mudah diakses dan cenderung dikonsumsi dalam durasi waktu yang lama oleh penggunanya. Kondisi ini menjadikan TikTok sebagai media yang strategis untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara berulang dan berkelanjutan.

Selain mempertimbangkan tingkat popularitas platform, penentuan TikTok sebagai media dakwah juga didasarkan pada sasaran audiens yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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

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.

ingin dijangkau. Akun @fawwazkaban secara khusus menargetkan kelompok usia remaja hingga dewasa muda, yaitu pada rentang usia 16 hingga 35 tahun. Kelompok usia ini dipandang sebagai pengguna aktif TikTok sekaligus sebagai generasi yang sedang berada pada fase pencarian jati diri dan nilai kehidupan. Meskipun demikian, konten yang disajikan juga dapat menjangkau kelompok usia di luar target tersebut, termasuk pengguna berusia lebih dewasa, sebagaimana terlihat dari data penonton akun tersebut.

Dari sisi konten, ide-ide dakwah yang diangkat banyak berangkat dari fenomena dan realitas sosial yang berkembang di media digital. Fawwaz mengamati adanya kecenderungan sebagian anak muda Muslim yang rela mengesampingkan nilai-nilai agama demi mendapatkan popularitas dan keuntungan ekonomi di media sosial. Praktik-praktik tersebut kemudian dijadikan bahan refleksi dalam konten dakwah yang disampaikan, dengan tujuan mengingatkan audiens agar tidak mengorbankan prinsip syariat hanya demi mengejar jumlah penonton, pengikut, atau peluang kerja sama komersial.

Dengan demikian, TikTok dipilih bukan semata-mata karena faktor tren, tetapi karena kesesuaiannya sebagai media dakwah yang mampu menjangkau sasaran utama secara efektif. Melalui pendekatan yang kontekstual dan relevan dengan persoalan anak muda, akun @fawwazkaban berupaya memanfaatkan TikTok sebagai ruang dakwah alternatif yang adaptif terhadap dinamika budaya digital.

4.4 Harapan terhadap Perkembangan Dakwah Islam di Media Sosial

Perkembangan media sosial membuka peluang yang sangat besar bagi aktivitas dakwah Islam, khususnya dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam pandangan Fawwaz Kaban, dakwah tidak seharusnya terbatas pada ruang-ruang konvensional seperti mimbar masjid atau majelis taklim semata, melainkan perlu beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi masyarakat yang kini semakin bergeser ke ruang digital.

Fawwaz menilai bahwa dakwah secara tatap muka tetap memiliki nilai penting dan tidak dapat sepenuhnya ditinggalkan. Namun, efektivitas jangkauan dakwah konvensional dinilai jauh lebih terbatas apabila dibandingkan dengan dakwah melalui media sosial, khususnya platform TikTok. Dakwah dari satu mimbar ke mimbar lain hanya mampu menjangkau audiens dalam jumlah terbatas dan memerlukan waktu yang relatif lama, sementara satu konten dakwah yang tersebar luas di TikTok berpotensi menjangkau ratusan ribu hingga jutaan penonton dalam waktu singkat.

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.

Oleh karena itu, Fawwaz berharap agar para pemuda Muslim, terutama mereka yang memiliki latar belakang pendidikan dakwah, mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Media sosial dipandang sebagai wadah yang lebih relevan dengan kebiasaan masyarakat saat ini, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih efektif dan berkelanjutan. Menurutnya, kemampuan berdakwah tidak hanya diwujudkan melalui ceramah langsung, tetapi juga melalui konten digital yang berisi pesan kebaikan, keteladanan, dan refleksi keislaman.

Lebih lanjut, Fawwaz mengungkapkan harapannya agar ruang media sosial tidak didominasi oleh konten yang kurang mencerminkan nilai-nilai moral dan etika. Ia mengajak para kreator Muslim untuk mengisi ruang digital dengan cerita-cerita inspiratif dan dakwah yang membangun, sehingga algoritma media sosial tidak hanya mengangkat konten hiburan semata, tetapi juga konten yang membawa pesan kebaikan. Dalam konteks ini, TikTok dipandang sebagai media yang strategis untuk mengimbangi arus konten populer dengan narasi dakwah yang lebih bermakna.

Dengan demikian, harapan Fawwaz terhadap dakwah Islam di media sosial adalah terciptanya ekosistem dakwah digital yang lebih aktif, kreatif, dan berdampak luas. Melalui keterlibatan generasi muda dan para sarjana dakwah dalam memproduksi konten positif, media sosial diharapkan dapat menjadi sarana efektif dalam menyebarkan ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin dan relevan dengan tantangan zaman.

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

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai karakteristik inovasi yang di adopsi oleh Fawwaz Kaban melalui media sosial TikTok, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah merupakan bentuk inovasi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola komunikasi masyarakat digital, khususnya generasi muda. Fawwaz Kaban mampu mengemas pesan dakwah tentang kisah Rasulullah SAW dan para sahabat secara menarik melalui pendekatan visual, naratif, dan emosional, sehingga dakwah tidak hanya bersifat informatif tetapi juga inspiratif dan mudah diterima oleh audiens.

Ditinjau dari Teori Difusi Inovasi, strategi dakwah digital yang dilakukan oleh Fawwaz Kaban memenuhi karakteristik inovasi yang memengaruhi tingkat adopsi masyarakat. Keunggulan relatif terlihat dari luasnya jangkauan dan kecepatan penyebaran pesan dakwah melalui TikTok dibandingkan dakwah konvensional. Kesesuaian atau kompatibilitas tampak dari cara penyampaian pesan yang diselaraskan dengan gaya komunikasi generasi milenial dan Gen Z melalui bahasa yang sederhana dan tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Tingkat kompleksitas yang rendah ditunjukkan melalui kemudahan audiens dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam format video pendek. Selain itu, adanya kesempatan untuk mencoba berbagai bentuk penyajian konten menunjukkan tingginya tingkat trialability, sementara keberhasilan dakwah dapat diamati secara langsung melalui peningkatan jumlah penonton, like, komentar, dan pengikut akun sebagai bentuk observability.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar konten dakwah Fawwaz Kaban dapat terus mempertahankan konsistensi dalam menyampaikan dakwah yang kreatif dan berkualitas, serta semakin memperhatikan validitas sumber keislaman agar pesan dakwah tetap akurat dan bertanggung jawab. Pengembangan variasi format konten dan kesadaran untuk membangun interaksi yang lebih aktif dengan audiens juga diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dakwah digital yang dilakukan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengintegrasikan media sosial sebagai bagian dari strategi dakwah dan

pembelajaran keagamaan, serta mendorong peningkatan literasi digital bagi para dai dan mahasiswa agar mampu memanfaatkan media digital secara optimal. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji dakwah digital dengan objek dan platform yang lebih beragam atau menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda guna memperkaya khazanah kajian komunikasi dakwah dan dakwah digital di masa mendatang.

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

- Adinda Shofa Walmarwa, & Moh. A. S. R. (2024). Strategi kreatif akun Instagram Ruang Nderes dalam menjangkau Generasi Z dan Milenial. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(2), 151–164.
- Ainur Rofiq, & Aviatus Sholihah. (2024). Strategi penyampaian pesan dakwah pada media sosial. *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 4(1), 18–28. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v4i1.845>
- Angfi, A. R. Z. (2023). Studi pemanfaatan media TikTok sebagai sarana dakwah di era Society 5.0. *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 3(2), 7–16. <https://doi.org/10.56874/almanaj.v3i02.1178>
- Asep Saepul Muhtadi. (2016). *Komunikasi dakwah: Teori, pendekatan, dan aplikasi* (Ed. ke-2). Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Dwi Anggraini, A., Nurul Rahmawati, F., & Raya Telang. (2025). Strategi komunikasi akun TikTok @Wishdrboyke dalam edukasi kesehatan reproduksi dan seksual. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Eviyanti, Y., & Handayani, R. (2024). Social media is a means of da'wah in the digital era. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(5). <https://doi.org/10.24260/j-md.v5i3.3735>
- Fatmawati. (2022). Kreativitas dan intelegensi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5). <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i5.6562>
- Faturokhmah, F. (2021). Shift media online: Da'wah innovation diffusion in the Hijrah youth movement community. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(2), 155–161. <https://doi.org/10.24090/komunika.v15i2.4536>
- Faturokhmah, L. (2021). Dakwah digital di era media baru: Peluang dan tantangan dakwah Islam di media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 215–230. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.215-230>

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Fauzan, M., & Lestari, S. (2023). Partisipasi audiens dan adopsi konten dakwah digital di media sosial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 18(2), 201–215.

Gumilang, W. S., Lazuardi, G. R., Indrawan, M. R., & Sulharis, H. F. (2024). Identifikasi faktor penentu dan penolak adopsi aplikasi telemedicine menggunakan teori difusi inovasi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1492–1504. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.6046>

Hidayah, N., & Sugiarto, B. (2023). Keluwesan berpikir sebagai indikator utama kreativitas dalam pembelajaran. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 9(2), 101–112.

Hidayat, D., & Kurniawan, R. (2022). Media sosial sebagai saluran difusi inovasi di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 187–201.

Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of da'wah methods in the social media era. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>

Hikmah, N., Masruroh, S. A., & Hasyim, U. (2024). Pemanfaatan media sosial dalam dakwah: Tinjauan strategi akun Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 40–53.

Husaini, S. (2023). *Pesan dakwah melalui konten TikTok*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Jalaluddin, M., Siskawati, I., Kudrotullah, A., Uyun, N., & Eletmany, M. R. (2024). Social media da'wah as a means to deepen religious understanding of Generation Z. *Syiar*, 4(2), 173–184. <https://doi.org/10.54150/syiar.v4i2.633>

Jumhadi, A. I., et al. (2024). Strategi dakwah berbasis media digital dalam meningkatkan pemahaman keagamaan Generasi Z. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3).

Kim, Y., & Dumas, D. (2025). Self-rated originality as a mediator. *Education Sciences*, 15(11), 1525. <https://doi.org/10.3390/educsci15111525>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Maemunah, Y., & Sitika, A. J. (2023). Kewajiban dan tujuan dakwah dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *TSAQOFAH*, 3(1), 69–79. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v3i1.773>

Narvaza, A. E., & Manla, E. C. (2024). Deconstructing learners' creative potentials. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(3S), 4315–4326.

Nasution, S. (2025). Dinamika dakwah Islam menurut Al-Qur'an dan relevansinya di era modern. *Amsal*, 2(1).

Overbye-Thompson, H., & Hamilton, K. A. (2025). A diffusion of innovations measurement scale. *PLOS One*, 20(10), e0334616. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0334616>

Putra, A. S., & Lestari, D. (2023). Bukti sosial dan observability dalam adopsi inovasi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 89–103.

Rahman, A., Putri, N. A., & Anwar, M. (2024). Preferensi Generasi Z terhadap dakwah digital berbasis video pendek. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 44(1), 1–15.

Rahmawati, I., & Hidayat, S. (2025). Video pendek TikTok sebagai media komunikasi religius Gen Z. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan*, 9(1), 55–70.

Randani, Y. N. F., et al. (2021). Strategi pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah. *At-Thullab*, 3(1), 587–601.

Runco, M. A., & Alabbasi, A. M. A. (2024). Interactions among dimensions of divergent thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 53, 101583.

Sari, M., & Hidayat, D. (2023). Media sosial sebagai sarana dakwah digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 17(1), 45–60.

Sari, R., & Nugroho, Y. (2023). Adopsi inovasi dakwah digital. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(3), 401–417.

Siregar, R. (2025). Strategi dakwah kreatif di TikTok. *Jurnal Pendidikan dan Masyarakat Islam*, 1(1), 86.

Syamsuddin. (2016). *Sejarah dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

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.

Syifa Aulia Rahmadhani, et al. (2024). Potensi dakwah di media sosial TikTok. *Sinar Dunia*, 3(2), 222–227.

Tarigan, R., & Simanjuntak, H. (2024). Difusi inovasi dalam komunikasi keagamaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 22(2), 189–203.

Tarigan, T. N., & Simanjuntak, E. E. (2024). Narrative impact in church homilies. *Abrahamic Religions*, 4(2), 170.

Wu, Y., & Koutstaal, W. (2020). Charting the contributions of cognitive flexibility to creativity. *PLOS ONE*, 15(6), e0234473.



LAMPIRAN

Lampiran I

DRAF WAWANCARA

Judul : Karakteristik Inovasi Yang Diadopsi Fawwaz Kaban Dalam Konten Dakwahnya Melalui Media Sosial Tiktok

INDIKATOR:

1. Keuntungan relatif (relative advantage).
 - 1) Bagaimana kemampuan media sosial dalam penyebaran dakwah ?
 - 2) Apakah menyampaikan pesan yang dilakukan fawwazkaban secara cepat, menarik, dan mudah menjangkau audiens?
 - 3) Apakah dalam penyampaian dakwahnya mudah dipahami?
 - 4) Apakah audiens mudah mengakses video dakwah atau malah sebaliknya?
2. Kompleksitas (complexity).
 - 1) Apakah konten fawwazkaban sesuai dengan pengalaman, dan kebutuhan masyarakat?
 - 2) Bagaimana budaya komunikasi yang digunakan konten fawwazkaban?
 - 3) Bagaimana konten dakwah yang di sebarakan memiliki nilai permasalahan dizaman sekarang atau tidak?
 - 4) Apakah dalam memahami konten ini audiens mudah memahami maksud konten??
 - 5)
3. Kompleksitas (complexity).
 - 1) Apakah audiens kesulitan dalam memahami dan inovasi yang digunakan fawwazkaban?
 - 2) Apakah ada kendala dalam mengakses konten fawwazkaban?
 - 3) Apakah isi video dikaitkan dengan kehidupan masyarakat?
 - 4) Bagaimana fawwazkaban dalam mempercepat penyebaran konten dakwah di tiktok?
4. Dapat diuji coba (trialability)
 - 1) Apakah konten cepat diterima, audiens atau malah sebaliknya?
 - 2) Bagaimana konten fawwazkaban disajikan ?
 - 3) Gaya penyampaian dakwah dan mengamati jenis konten mana yang paling efektif menarik minat audiens?

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.

- 4) Bagaimana respons audiens terhadap konten yang di sakikan fawwaskaban?
5. Dapat diamati hasilnya (observability)
 - 1) Bagaimana dampak dan keberhasilan konten dakwah?
 - 2) Bagaimana peningkatan jumlah pengikut?
 - 3) Bagaimana efektivitas strategi dakwah kreatif yang digunakan fawwaskaban?
 - 4) Apakah ada kendala yang dirasakan dalam membuat konten ataupun menangani pendapat audiens terhadap konten fawwazkaban?

Lampiran II

Dokumentasi Penelitian



(foto dokumentasi saat wawancara informan penelitian pemilik akun tiktok @fawwazkaban)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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.



(foto dokumentasi saat wawancara informan penelitian followers Akun tiktok @fawwazkaban)



(foto dokumentasi saat wawancara informan penelitian followers Akun tiktok @fawwazkaban)