

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

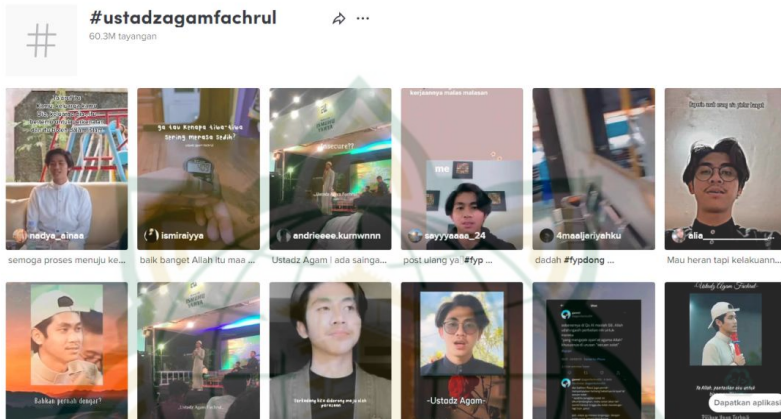
A. Gambaran Obyek Penelitian

Ustadz Agam Fachrul adalah Ustadz muda yang lahir di Cimahi pada tanggal 4 Mei 1998. Ustadz Agam memiliki nama asli Agam Fachrul Samudra.¹Ustadz Agam memiliki akun instagram @agamfachrul04, akun tiktok @heyouw0, dan akun youtube Agam Fachrul. Ustadz Agam menjadi terkenal di kalangan masyarakat karena sering membagikan konten dakwahnya di tiktok. Ustadz Agam saat ini sudah menikah dengan Aisyah Al-Muthiah dan dikaruniai seorang anak perempuan bernama Shereen al-Humeyra.

Karena banyaknya konten Ustadz Agam fachrul yang beredar di aplikasi tiktok menjadi alasan munculnya #Ustadzagamfachrul diantara hahstag-hahstag lain yang ada di tiktok. Bahkan, tayangan video yang ada didalam #Ustadzagamfachrul sudah mencapai 60.3 M dan akan terus bertambah setiap harinya. Tentunya didalam hashtag tersebut berisikan video-video narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul yang dipost ulang oleh netizen di akun masing-masing. Dengan tetap mencantumkan sumber bahkan audio dan visual dari Ustadz Agam dan mencantumkan #Ustadzagamfachrul didalam caption dengan tujuan untuk tetap menjaga kemurnian sanad dari Ustadz Agam Fachrul dalam menyampaikan isi pesan dari konten dakwah yang dibagikan agar tidak terjadi kekeliruan dalam sumber yang diterima oleh penonton video dakwah tersebut.

¹<https://entertainment.kompas.com/read/2023/02/17/121236466/profil-dan-biodata-agam-fachrul-dai-muda-yang-viral-di-tiktok>

Gambar 4.1
Halaman #Ustadzagamfachrul di Tiktok
https://www.tiktok.com/tag/ustadzagamfachrul?is_from_webapp=1&sender_device=pc



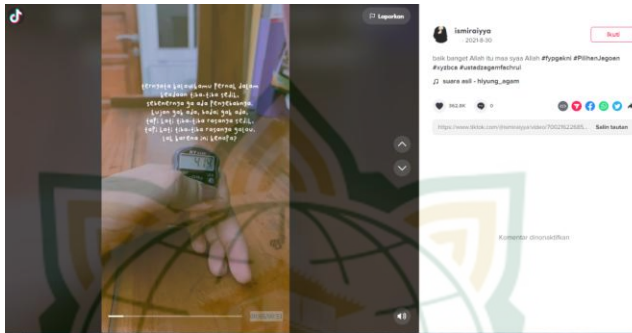
Netizen memiliki kebebasan dalam mengekspresikan diri didalam media sosial dan akun yang ia miliki. Melalui media sosial baik itu lisan maupun tulisan. Netizen selalu berupaya untuk menampilkan jati diri mereka masing-masing, dan menunjukkan eksistensinya didalam dunia maya yang ia miliki. Termasuk netizen yang membagikan narasi dakwah Ustadz Agam didalam akun tiktok masing-masing dengan tetap mencantumkan sumbe berupa *hashtag* . Netizen yang peneliti maksud kali ini adalah netizen yang mengunggah ulang narasi dakwah Ustadz Agam di profil tiktok netizen, dengan mecantumkan #ustadzagamfachrul di caption postingan. Konten narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul yang diunggah oleh netizen dengan #Ustadzagamfachrul yang memiliki penempatan paling atas adalah konten yang diunggah oleh akun @Nadya_ainaa.Yaitu dengan perolehan 2.7 M *viewers*, 374.2K *like* 2511 komentar, 98.0K menyimpan dan 37.1K *share*.

Gambar 4.2
Postingan akun @Nadya_ainaa dalam halaman
#Ustadzagamfachrul
https://www.tiktok.com/@nadya_ainaa/video/6983697755986267419?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



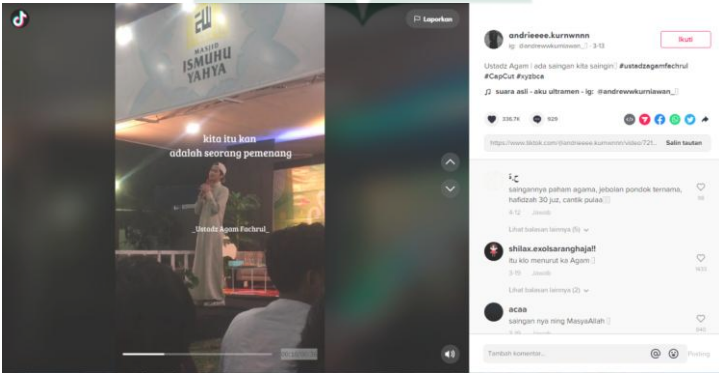
Unggahan kedua yang dilakukan oleh netizen pada halaman #Ustadzaagamfachrul adalah akun @ismiraiyya. pada tanggal 30 Agustus 2021, @ismiraiyya mengunggah postingan menggunakan *backsound* narasi dakwah Ustadz Agam fachrul Dengan perolehan 362.8 K like dan 2.4 M viewers dan menggunakan *caption* ” baik banget Allah itumaasyaaAllah #fyppgakni #PilihanJagoan #xyzbca #ustadzag amfachrul”.Postingan tersebut menggunakan audio narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul yang di *remake* oleh pemilik akun dengan menyematkan video pribadi.

Gambar 4.3 Postingan akun **@ismiraiyya** dalam halaman **#Ustadzagamfachrul**
https://www.tiktok.com/@ismiraiyya/video/7002162268595178779?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Unggahan ketiga yang ada pada halaman **#Ustadzagamfachrul** dilakukan oleh akun **@andrieeee.kurnwnnn**. **@andrieeee.kurnwnnn** mengunggah konten tersebut dengan perolehan 336.7K dan sebanyak 929 komentar. Postingan konten keislaman dengan **#Ustadzagamfachrul** yang diunggah oleh akun **@andrieeee.kurnwnnn** memiliki banyak *feedback* yang bagus antar netizen, *feedback* tersebut melalui fitur komentar yang ada pada tiktok. bahkan akun **@berlian** mengucapkan MasyaAllah dalam komentar.

Gambar 4.4
Unggahan akun @andrieeee.kurnwnnn di halaman #Ustadzagamfachrul.
https://www.tiktok.com/@andrieeee.kurnwnnn/video/7210020240418278682?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Netizen pada penelitian ini yang pertama adalah netizen yang memiliki username @Panggil saja Manusia, memiliki nama asli Madina Talita Aulia yang berasal dari Bandung, yang kedua adalah Lala Nurlatifah dari Tasikmalaya yang memiliki username @Vanillaattackshop.id, dan yang ketiga adalah Dewi Rahmasari dari Semarang yang memiliki akun dengan username @rahma.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul

Gambar 4.5

Unggahan Konten Keislaman oleh @Panggil saja Manusia di Tiktok



Postingan yang dibagikan oleh username @Panggil saja Manusia pada tanggal 31 Maret 2023 memiliki caption :

“Alhamdulillah #Ustadzagamfachrul #dakwah #Kontenislami #dai”

Konten yang dibagikan oleh @Panggil saja Manusia tersebut masuk kedalam ikon pencarian Ustadz agam Fachrul, dapat dilihat dengan adanya nama Ustadz Agam Fachrul di atas video dengan simbol pencarian.

Konten keislaman yang dibagikan oleh @Panggil Saja Manusia berisikan bahwa doa bisa merubah sesuatu yang mustahil menjadi mustajab yang di kiaskan dengan peta globe, yang semula warna dipenuhi dengan warna hijau sekarang dipenuhi dengan warna biru yang berarti semula dipenuhi daratan sekarang dipenuhi lautan biru, dikarenakan doa pendek yang disampaikan oleh Nabi Nuh A.S yaitu “*Robbi Inni Maghlubun Fantasir*” yang memiliki arti “ Ya Allah aku ngaku kalah, maka tenggelamkanlah umatku” dan disitulah umat Nabi Nuh A.S tenggelam, dan disitu mulailah banyak air yang dulunya dunia itu 1/3 daratan menjadi penuh perairan.

Pada postingan konten keislaman yang diunggah oleh @Panggil Saja Manusia memiliki 4 tayangan dan tidak memiliki komentar maupun *like*. Pengguna dengan username @Panggil Saja Manusia dengan nama asli Madina Talita Aulia mengatakan bahwasanya dia menggunakan #Ustadzagamfachrul di tiktok biasanya menggunakan dengan cara posting ulang dari video yang sudah ada, lalu menambahi caption dengan hashtag tersebut.² Madina selalu menggunakan #ustadzagamfachrul dalam memposting narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul di tiktok dan belum pernah menggunakan hashtag lain yang berkaitan dengan ustadz Agam Fachrul selain #Ustadzagamfachrul.³

² Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 35, transkrip.

³ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 38, transkrip.

Gambar 4.6
Unggahan Konten Keislaman oleh Akun
@Vanillaattackshop.id,
https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7202776679683525915?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Postingan yang dibagikan oleh username @vanillaattackshop.id pada tanggal 22 Februari 2023 memiliki caption :

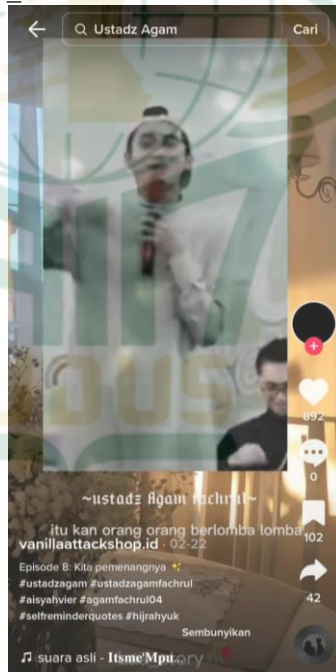
“Episode 7: tawakkal #Ustadzagam #Ustadzagamfachrul #Aisyahvier #Selfreminderquotes #Hijrahuyuk”.

Konten ini menjelaskan Al- Wahan itu kelemahan, Al-Huzan itu kesedihan. Al-Wahan itu kelemahan letaknya di badan dan Al-Huzan itu kesedihan letaknya di hati, mana dzat yang paling baik mendengarkan curhatan kita selain Allah SWT, orang itu kalau kita curhat ke orang cuma menguatkan didalam Al-Huzannya saja Al- Wahannya tidak kena, tetapi ketika curhat ke Allah SWT, Al-Wahannya kena sekaligus Al-Huzannya. Apa yang kita butuhkan di situ

terhadap rasa tawakkal ketika kita sudah tidak sanggup lagi terhadap masalah yang kita miliki. Dalam postingan ini, Lala dengan username @Vanillaattackshop.id selaku netizen pengunggah konten tersebut bertujuan ingin memberitahu kepada netizen lain untuk curhat kepada Allah SWT dalam setiap masalah yang dimilikinya.

Konten ini memiliki 189.3K *viewers*, 23.0K menyukai, 34 komentar, 3247 menyimpan dan 774 orang yang *share* konten tersebut.

Gambar 4.7
Unggahan konten keislaman oleh akun
@Vanillaattackshop.id,
https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7202947357065874715?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Konten yang diunggah oleh @Vanillaattackshop.id pada tanggal 22 Februari 2023 memiliki caption :

“Episode 8 : Kita pemenangnya #Ustadzagam #Ustadzagamfachrul #Aisyahvier #Agamfachrul04 #selfreminderquotes #Hijrahuyk”.

Konten ini menjelaskan tentang *Insecure*, Ustadz Agam fachrul berkata “Ngapain insecure bro, kalau ada saingan kita saingin. Kita adalah seorang pemenang, beutl tidak? Ngapain setelah kita dilahirkan malah menjadi tukang menyerah. Padahal dulu ketika kita menjadi embrio itu kan orang-orang berlomba-lomba, sebelah kiri kita berlomba, sebelah kanan kita berlomba, tetapi tetap kita yang menang mencapai garis finish. Maka dari iut kalau ada saingan kita saingin”. Dalam postingan ini username @Vanillaattackshop.id yang memiliki nama asli Lala menyampaikan kepada netizen penikmat video melalui narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul bahwa kita tidak perlu insecure terhadap masalah apapun, kita perlu maju meskipun mempunyai saingan apapun itu. Konten ini memiliki 12.2 K *viewers*, 899 menyukai, 0 komentar, 103 menyimpan dan 44 orang yang *share* konten tersebut.

Gambar 4.8

Unggahan oleh akun @Vanillaattackshop.id,

https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7202430949840211227?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Konten yang diunggah oleh @Vanillaattackshop.id pada tanggal 21 Februari 2023 dengan caption :

“ Episode 5: Kebaikan kecil #agamfachrl04 #Aisyahvier #Ustadzagam #Ustadzagamfachrul #Selfreminderquotes #Hijrah #sedekahseru”

Dalam konten ini Ustadz Agam berkata “ Coba bayangkan ketika kita tertidur di malam hari. Pada saat kita terlelap di malam hari itulah pintu langit diketuk oleh puluhan doa dari lisan yang mendoakan kebaikan untuk kita, dari lisan yan memohonkan ampunan untuk kita. Datangnya darimana? Doa itu kadang-kadang datang dari mereka yang berpapasan dengan kita dijalan kemudian kita beri senyuman, dari mereka yang dalam kesulitan kemudian kita lapangkan, dari mereka yang kelaparan kemudian kita beri makan, dari mereka yang bersedih kemudian kita bahagiakan. Jadi jangan pernah meremehkan amalan sekecil apapun. Teruslah berbuat baik walaupun kecil, teruslah menolong walaupun sederhana, teruslah memberi walaupun hanya sedikit.

Konten ini memiliki 93.2K, 11.3K menyukai, 3 komentar, 1400 menyimpan dan 418 orang yang *share* ke media lain.

Gambar 4.9

Unggahan konten keislaman oleh akun

@Vanillaattackshop.id,

https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7202607617082920219?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Konten yang dibagikan oleh username @Vanillaattackshop.id pada tanggal 21 Februari 2023 memiliki caption :

“Episode 6 : Menggapai ketenangan walau hati berantakan #agamfachrul04 #Ustadzagamfachrul #Aisyahvier #goto10kfollowers #Selfreminderquotes

Didalam konten ini Ustadz Agam Fachrul mengatakan “ Kalau kamu rasa masalah kamu besar, besarkan juga jiwa kamu agar kamu merasakan masalah yang kamu hadapi itu tidak lebih besar daripada besarnya jiwa yang kamu miliki”. Dalam artian Lala selaku pemilik akun dengan username @Vanillaattackshop.id bertujuan ingin menyampaikan pesan yang terkandung dalam dakwah tersampaikan kepada netizen lain yang menikmati konten tersebut.

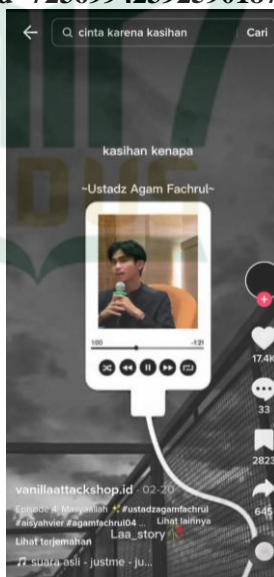
Konten ini memiliki 11.1K *viewers*, 781 menyukai, 1 komentar, 103 menyimpan dan 34 orang *share* ke media lain.

Gambar 4.10

Unggahan konten keislaman oleh akun

@Vanillaattackshop.id,

https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7202210833533848859?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



Konten keislaman yang diposting oleh username @Vanillaattackshop.id pada tanggal 20 Februari 2023 memiliki caption :

“Episode 4: masyaallah #Ustadzagamfachrul
 #Aisyahvier #Agamfachrul04 #Selfreminderquotes
 #Hijrahuyuk”

Konten ini mencapai 149.2K *viewers*, 17.8K *like*, 33 komentar, 2895 menyimpan dan 664 *share*. Dalam konten ini Ustadz Agam Fachrul mengatakan “Cinta itu punya banyak pintu, tapi pintu yang terbaik yang di miliki oleh cinta adalah dari rasa kasihan, karena tidak ada kata yang tertera dalam kitab cinta karena fisik, cinta karena wangi, cinta karena badan, cinta karena kantong, cinta karena segala macam, tidak ada.”

Gambar 4.11
Unggahan konten keislamanoleh akun
@Vanillaattackshop.id,
https://www.tiktok.com/@lalanrltfh_official/video/7212451721245642011?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7236994239259018754



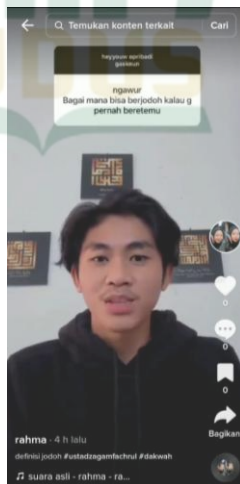
Konten islami yang diunggah oleh username @Vanillaattackshop.id pada tanggal 20 Maret 2023 memiliki caption :

“Episode 11: semesta punya kenyataan #Ustadzagam
 #Ustadzagamfachrul #Agamfachrul04 #Aisyahvier
 #Selfreminderquotes #Hijrahuyuk”

Dalam konten ini Ustadz Agam mengatakan “ Terkadang kita didorong maju oleh perasaan tetapi terpaksa ditarik mundur oleh kenyataan, tugas kita sebagai manusia adalah menggunakan kekuatan didampingi oleh semesta yang memiliki kenyataan”. Konten ini mencapai 92.0K *viewers* , 8482 *like*, 9 komentar, 1152 menyimpan, dan 720 *share*.

Dalam wawancara pada tanggal 31 Maret 2023, Lala Nurlatifah selaku pengguna akun tiktok @vanilaattackshop.id menyatakan pertama kali menggunakan #Ustadzagamfachrul pada tanggal 20 Februari 2023 dan terakhir kali menggunakan #ustadzagamfachrul pada tanggal 20 Maret 2023. Lala menyatakan menggunakan #ustadzagamfachrul dengan cara mencantumkan hashtag tersebut didalam caption postingan. Lala menggunakan beberapa hashtag dalam setiap postingan konten keislaman yang ada pada akunnya, hashtag tersebut diantaranya #agamfachrul04, #Aisyahvier, #Ustadzagam dan #Ustadzagamfachrul. Lala menyertakan #Aisyahvier dalam kontennya dengan alasan hashtag tersebut merupakan nama istri Ustadz Agam fachrul. Lala menyatakan tidak pernah mengunggah konten keislaman yang bersnagkutan dengan Ustadz Agam Fachrul tanpa menyertakan #Ustadzagamfachrul dalam captionnya.⁴

Gambar 4.12
unggahan konten keislaman oleh akun@Rahma,
<https://vt.tiktok.com/ZSLFMa8tW/>



⁴ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 31, transkrip.

Konten keislaman yang diunggah oleh @Rahma pada tanggal 30 Maret 2023 memiliki caption:

“Definisi jodoh #Ustadzagamfachrul #dakwah”

Memiliki 22 *viewers*, 2 *like*, 0 komentar. Dalam konten ini Ustadz agam menyampaikan jawabannya dalam fitur tanya jawab yang ada di Instagram dengan pertanyaan netizen yaitu “ngawur bagaimana bisa berjodoh kalau tidak pernah ketemu”. Dijawablah oleh Ustadz agam dengan pernyataan “Bukan karena bertemu lalu berjodoh, tapi gara-gara jodoh lalu bertemu. Banyak orang yang bertemu tapi tidak berjodoh, banyak pula orang yang tidak bertemu tapi berjodoh”.

Dalam wawancara pada tanggal 30 Maret 2023, Dewi Rahmasari selaku pemilik akun @rahma mengatakan pertama kali menggunakan #Ustadzagamfachrul pada tanggal 28 Maret 2023, Rahma menggunakan hashtag dengan cara mencantumkan hashtag tersebut ke dalam caption. Rahma tidak menggunakan #ustadzagamfachrul id saat mengunggah kontenyen tidak berkaitan Ustadz Agam Fachrul.⁵

Untuk mempermudah data yang telah didapat, maka peneliti akan merangkum data diatas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Nama Akun	<i>Caption</i>	Tanggal	<i>Lik e</i>	Komentar	Menyimpan	<i>Share</i>	<i>view ers</i>
@Panggil Saja Manusia	“Alhamdulillah #Ustadzagamfachrul #dakwah #Kontenisلامي #dai”	31-03-2023	0	0	0	0	4
@Vanillaattackshop.id	“Episode 7: tawakkal #Ustadzagam #Ustadzagamfachrul #Aisyahvier #Selfremind	22-02-2023	23.0K	34	3247	774	189.3K

⁵ Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis, 01-02 April 2023, wawancara nomor 30, transkrip.

	erquotes #Hijrah yuk”						
@Vanillaatta ckshop.id	“Episode 8 : Kita pemenangnya #Ustadzagam #Ustadzagam chrul #Aisyahvier #Agamfachru 4 #selfreminder quotes #Hijrah yuk”.	22- 02- 202 3	899	0	103	77 4	12.2 K
@Vanillaatta ckshop.id	“Episode 5: Kebaikan kecil #agamfachrl 04 #Aisyahvier #Ustadzaga m #Ustadzaga mfachrul #Selfremind erquotes #Hijrah #sedekahser u”	21- 02- 202 3	11. 3K	3	1400	41 8	93.2 K
@Vanillaatta ckshop.id	“Episode 6 : Menggapai ketenangan walau hati berantakan #agamfachr ul04 #Ustadzaga mfachrul #Aisyahvier #goto10kfol lowers	21- 02- 202 3	781	1	103	34	11.1 K

	#Selfremind erquotes						
@Vanillaattackshop.id	“Episode 4: masyaallah #Ustadzaga mfachrul #Aisyahvier #Agamfachrul04 #Selfremind erquotes #Hijrahjuk”	20-02-2023	17.8K	33	2895	664	149.2K
@Vanillaattackshop.id	“Episode 11: semesta punya kenyataan #Ustadzagam #Ustadzaga mfachrul #Agamfachrul04 #Aisyahvier #Selfremind erquotes #Hijrahjuk”	20-03-2023	8482	9	1152	720	92.0K
@Rahma	“Definisi jodoh #Ustadzaga mfachrul #dakwah”	30-03-2023	2	0	0	0	22

2. Alasan Netizen Menggunakan #Ustadzagamfachrul

Dalam menggunakan #Ustadzagamfachrul, setiap netizen memiliki alasan yang berbeda-beda. Seringnya di media sosial yang saya liat lewat tiktok video yang isinya hanya sekedar menghibur namun tidak ada unsur informasi ya, nah hal itu yang menjadikan saya berinisatif untuk mengupload konten yang saya harap dapat menambah pengetahuan serta

wawasan bagi orang yang melihatnya.⁶ saya berprinsip yang saya ambil dari sebuah hadits bahwa **sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat(HR.Bukhari)**, saya sering menggunakan aplikasi tiktok untuk meng-upload konten tentang dakwah⁷

Karena tiktok lebih relevan dengan kehidupan sosial media sekarang, yang berfokus pada video saja dan banyak diminati kaum muda.⁸ Netizen merasa *relate* dengan kehidupan mereka, atau mungkin karena biar orang lain menikmati konten keislaman tersebut, maka dari itu netizen sering membagikan konten keislaman⁹. Begitu juga yang terdapat pada kolom komentar postingan konten keislaman yang dilakukan oleh netizen. Netizen menanggapi dengan komentar yang menyeutjui atau bahkan menggunakan kata-kata kiasan yang sama dengan isi narasi dakwah ustadz Agam yang ada di konten tersebut.¹⁰

Untuk mengumpulkan konten yang sama, juga kan di video kan yang dakwah ustadz agam¹¹. Biar mudah ditemukan juga bagi orang yg mencari konten konten ustadz agam.¹² Menggunakan #Ustadzagamfachrul karena sependapat dengan pandangan Ustadz Agam dan terkadang *relate* dengan kehidupan anak anak muda zaman¹³.

3. #Ustadzagamfachrul Mempermudah Pencarian Konten Keislaman

Konten keislaman sendiri identik dengan pesan dakwah , isi dari konten itu sendiri berisi penjelasan atau

⁶ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 7, transkrip.

⁷ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 5, transkrip.

⁸ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 5, transkrip.

⁹ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 46, transkrip.

¹⁰ Observasi SS komentar yang merasa relate dengan ustadz agam

¹¹ Madina aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 47, transkrip.

¹² Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis, 01-02 April 2023, wawancara nomor 47, transkrip.

¹³ Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis, 01-02 April 2023, wawancara nomor 48, transkrip.

ceramah yang membuat seseorang yang melihat konten bisa sekaligus belajar lebih dalam tentang agama islam.¹⁴ Karena tidak semua dakwah bisa dilakukan dengan cara berpidato dari kota A ke kota B, dari tempat A ke tempat B, kita juga bisa berdakwah meski hanya sekedar membuat konten video yang diupload dimedia sosial, itulah yang menjadi ketertarikan adanya konten keislaman di media sosial tiktok.¹⁵

Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang digunakan netizen untuk mencari konten keislaman. Apalagi dengan adanya hashtag, dengan adanya hashtag tersebut adalah wadah konten yang sama, Jadi dengan adanya hashtag tersebut mempermudah pencarian konten yang mempunyai tema sama.¹⁶ #Ustadzagamfachrul di tiktok memudahkan pencarian konten keislaman dikarenakan sering kali dicari, maka akan memudahkan netizen untuk menemukan konten yang ingin di cari.¹⁷ Menggunakan #Ustadzagamfachrul supaya orang gampang mencari dan menemukan konten Ustadz Agam.¹⁸ #Ustadzagamfachrul di tiktok memudahkan pencarian konten keislaman karena dengan adanya hashtag tersebut semua konten Ustadz Agam menjadi satu dan mudah ditemukan.¹⁹ Bahkan konten keislaman yang ada di tiktok tidak hanya menjadi harapan umat muslim saja, karena pengguna tiktok ada saudara kita dari agama lain yang bisa melihat bahwa Islam tidak seburuk apa yang mereka kira.²⁰ Manfaat nya, saudara kita yang dari agama lain bisa mengetahui, bahwa dalam beragama setiap umat beragama

¹⁴ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 5, transkrip.

¹⁵ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 13, transkrip.

¹⁶ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 40, transkrip.

¹⁷ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 33, transkrip.

¹⁸ Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis 01- 02 April 2023, wawancara nomor 35, transkrip.

¹⁹ Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis, 01- 02 April 2023, wawancara nomor 39, transkrip.

²⁰ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 30 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 11, transkrip.

diajarkan untuk saling menghargai, saling mendukung, saling toleransi yang tinggi karena setiap umat beragama berhak memilih agama yang menurutnya baik karena semua agama baik.²¹

Dampak besar dari adanya konten keislaman ditiktok adalah ilmu bisa dicari atau didapatkan tidak hanya dari pesantren atau harus menjadi santri pesantren tapi bisa didapatkan dari mana saja contohnya di tiktok.²² Dampak besar dari adanya konten keislaman dari sudut pandang orang beda-beda. Bagi saya dampak besar adalah merasa nyaman dan bisa muhassabah diri. Tambah iman.²³ Dampak besar dari adanya konten keislaman di tiktok adalah menambah pengetahuan untuk memperbaiki hal hal yang kita belum tau kak sebelumnya.²⁴

#Ustadzagamfachrul bisa menjadi penghubung antar followers stadz Agam karena bsia memudahkan followers Ustadz Agam menemukan konten tentang Ustadz Agam.²⁵ Lala ,menggunakan #Ustadzagamfachrul di tiktok dengan tujuan supaya konten tentang Ustadz Agam lebih mudah di temui oleh penyuka Ustadz Agam.²⁶

#Ustadzagamfachrul bahkan bisa menghubungkan netizen dengan Ustadz Agam, yaitu dengan adanya konten netizen yang menyertakan #Ustadzagamfachrul dan dikomen secara langsung oleh Ustadz Agam itu sendiri.²⁷ #Ustadzagamfachrul bisa menjadi penghubung antar konten kreasinarasi dakwah Ustadz Agam, karena hashtag bisa menjadi wadah dari berbagai konten, serta nama dari hashtag yang digunakan tidak jauh dari isi konten yang ada

²¹ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 12, transkrip.

²² Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret – 01 April 2023, wawancara nomor 15, transkrip.

²³ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawanara nomor 18, transkrip.

²⁴ Dewi, wawancara oleh penulis, 01-02 April 2023, wawancara nomor 18, transkrip.

²⁵ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 37, transkrip.

²⁶ Lala Nurlatifah, wawancara oleh penulis, 31 Maret-01 April 2023, wawancara nomor 42, transkrip.

²⁷ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 41, transkrip.

didalamnya.²⁸ #Ustadzagamfachrul sangat bisa menjadi penghubung antar followers Ustadz Agam dengan adanya komentar dan hashtag tersebut bisa menjadikan interaksi satu sama lain.²⁹

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis tentang bagaimana netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul

Netizen merupakan pengguna internet secara umum. Netizen yang sesungguhnya adalah netizen yang menggunakan internet untuk mendukung publik dan komunitas internet itu sendiri. Sebab netizen adalah wujud individu yang menjadi warga atau masyarakat penghuni dunia maya, yang notabene secara virtual dan tidak memiliki batasan, serta individu yang dapat berkomunikasi tanpa ada batasan. Netizen #Ustadzagam menggunakan internet tanpa batas dengan mengeksplorasi konten keislaman yang diinginkannya. Dalam kasus ini netizen pengguna tiktok rata-rata berusia muda, antara 19 dan 20 tahun, berdasarkan usia responden pada penelitian. Tiktok juga mampu melahirkan selebriti seperti Ustadz Agam Fachrul dan Husain Basyaiban.

Tiktok termasuk dalam cakupan media sosial, karena memiliki ciri-ciri sebagai berikut : yang pertama, memiliki konten yang bisa disampaikan dan disebar luaskan kepada khalayak dan tidak terbatas pada orang tertentu. Yang kedua, tiktok memiliki konten yang mengandung isi pesan yang disampaikan melalui online. Meskipun memiliki tema konten yang berbeda dalam setiap unggahannya, karena tiktok tidak hanya digunakan oleh satu orang saja. Namun, setiap konten tiktok tetap mengandung isi pesan yang ingin disampaikan oleh setiap individu kreator kepada netizen. Yang ketiga, tiktok memiliki konten yang dapat diterima secara online dalam waktu yang lebih cepat, dan bisa tertunda penerimanya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna. Yang keempat, tiktok memberikan wadah untuk beraktualisasi diri bagi penggunanya. Dalam artian, konten kreator bisa menggunakan tiktok sebagai wadah untuk

²⁸ Madina Aulia Talita, wawancara oleh penulis, 30-31 Maret 2023, wawancara nomor 43, transkrip.

²⁹ Dewi Rahmasari, wawancara oleh penulis, 01-02 April 2023, wawancara nomor 41, transkrip.

mengekspresikan sesuai keinginan diri dengan memanfaatkan kreatifitas. Yang kelima, tiktok memiliki aspek-aspek fungsional dalam media sosial yaitu relasi, sharing dan interaksi. Tentunya tiktok memiliki aspek fungsional tersebut. Tiktok bisa menambah relasi, banyak konten kreator berjumpa dengan sesama konten kreator, mereka kenal dan bertemu melalui perantara tiktok sebagai media komunikasi. Dengan adanya pertemuan tersebut bisa menambah relasi sesama konten kreator atau dengan yang lain. Tiktok bisa menjadi media sharing dan interaksi, keduanya saling berkesinambungan. Dengan adanya interaksi bisa memicu adanya sharing, banyak fitur dari tiktok yang bisa menjadi wadah interaksi dan sharing, salah satunya kolom komentar.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi penggunaan tiktok yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa perasaan, sikap dan karakteristik individu, perasangka, keinginan atau harapan, perhatian, fokus belajar, keadaan fisik, nilai kebutuhan serta minat dan motivasi. Faktor eksternal berupa latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.³⁰

Madina sebagai responden pertama mengatakan, bahwa faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan tiktok “Karena kemauan sendiri kak, sebagai media pemenuhan emosi. Kadang saya juga menggunakan tiktok hanya sebatas hiburan saja”. Lala sebagai responden kedua mengatakan “karena tiktok sering digunakan oleh remaja”. Dewi sebagai responden ketiga mengatakan “karena sekarang tiktok mudah dijangkau kak dari semua kalangan”. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal dari faktor yang mempengaruhi penggunaan media tiktok lebih besar ketimbang faktor internal. Karena penggunaan media tiktok di dominasi oleh faktor penggunaan sekitar, yang menjadikan orang lain berkeinginan untuk ikut serta andil dalam aplikasi tersebut.

³⁰Armylia Malimbe, Fonny Waani, Evie A.A. Suwu, “Dampak Pengguna Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas sam Ratulangi Manado”, Jurnal Ilmiah Society, no.1 (2021), diakses pada 25 Mei, 2023, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/35815>.

Dalam kasus ini, tiktok mampu menyebarkan konten keislaman kepada netizen baik untuk di bagikan atau dikonsumsi sendiri. Madina mengatakan bahwa konten yang sering dibagikan olehnya di akun tiktok berisi tentang dakwah karena berkeinginan konten yang dibagikannya bermanfaat untuk orang lain. Lala sebagai responden kedua menyatakan, bahwa konten yang sering di bagikan olehnya di akun tiktok adalah konten tentang dakwah-dakwah dari ustadz millennial seperti Ustadz Agam Fachrul. Hasil observasi oleh peneliti juga mendapatkan bahwa konten keislaman mendominasi konten yang ada pada akun tiktoknya, paling banyak adalah konten keislaman yang dinarasikan oleh Ustadz Agam Fachrul. Rahma sebagai reponden ketiga mengatakan bahwa konten yang ia bagikan di akun tiktoknya berisi tentang konten hiburan, konten dakwah, konten kebersamaan, konten receh. Pada pernyataan ketiga responden mengatakan bahwa konten keislaman menjadi konten yang paling banyak diunggah di akun sosial medianya.

Tiktok memiliki banyak fitur, seperti *hashtag*, *stitch*, komentar, sound, duet, dan masih banyak lagi. Fitur yang paling sering digunakan oleh responden dalam menggunakan tiktok berbeda, tergantung penggunaannya. Madina mengatakan fitur yang paling disukai di tiktok adalah fitur adanya *filter* dan penambahan *sound*, karena menurutnya *filter* dan *sound* yang ada di tiktok sangat menarik. Lalu *filter* yang disukai oleh Lala sebagai responden kedua adalah penyediaan berbagai konten. Dan fitur yang disukai oleh Dewi adalah dengan adanya hashtag yang mempermudah pencarian konten yang diinginkan, serta penambahan sound yang makin menambah daya tarik konten.

Sesuai data yang telah dikumpulkan dari wawancara oleh ketiga reponden, yang termasuk dalam netizen yang menggunakan #Ustadzagamfachrul. Ketiganya menunjukkan bahwa netizen Ustadz Agam Fachrul menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan cara mencantumkan kedalam caption. Madina mengatakan bahwa ia biasanya menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan cara memposting ulang dari video narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul yang sudah ada di media tiktok lalu menambahi caption di potingan dengan #Ustadzagamfachrul. Lala sebagai reponden kedua menyatakan, bahwasanya dia menggunakan beberapa hashtag dengan cara mencantumkan kedalam

caption dalam unggahan konten narasi dakwah Ustadz Agama Fachrul. Dewi menyatakan menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan mencantumkan hastag dalam caption.

Data observasi juga menunjukkan bahwa netizen menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan cara mencantumkan #Ustadzagamfachrul di caption bersandingan dengan kata-kata dan hashtag lain. Seperti unggahan Madina sebagai responden pertama dengan username @Panggil saja Manusia pada tanggal 31 Maret 2023 memiliki caption :

“Alhamdulillah #Ustadzagamfachrul #dakwah #Kontenislami #dai”. Postingan konten Lala sebagai repsonden kedua dengan username @Vanillaattackshop.id pada tanggal 20 Maret 2023 memiliki caption :“Episode 11: semesta punya kenyataan #Ustadzagam #Ustadzagamfachrul #Agamfachrul04 #Aisyahvier #Selfreminderquotes #Hijrahuyuk”. Dan postingan konten keislaman yang diunggah oleh Dewi sebagai respnden ketiga dengan username @Rahma pada tanggal 30 Maret 2023 memiliki caption: “Definisi jodoh #Ustadzagamfachrul #dakwah”.

2. Analisis tentang mengapa netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul

Hashtag(#) merupakan tanda pagar yang berfungsi sebagai *tag meta* pengelompokan data terhadap postingan atau konten apapun di dunia internet. Dengan *hashtag* (#), data dalam jagat internet dapat dengan mudah “diarsipkan” untuk memudahkan pengguna berselancar internet mencari data yang diinginkan.³¹

Pada dasarnya netizen mengetahui apa itu pengertian *hashtag* berdasarkan fungsi hashtag secara umum. Menurut Madina *hahstag* adalah fitur di berbagai media sebagai sarana pengumpulan postingan yang sejenis. Yang diketahui Lala sebagai repsonden kedua tentang hastag ialah fitur untuk tema konten atau tema viral yang ada ditiktok. Menurut Dewi *hashtag* itu sebuah fitur untuk mengelompokkan konten sesuai dengan tema konten tersebut.

Netizen di tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan cara mencantumkan #Ustadzagamfachrul ke dalam

³¹ Tim Mahasiswa Konsentrasi Kajian media Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, *From Citizen To netizen* (arah Baru Media Daring), Yogyakarta, Penerbit samudra Biru, 2017, hal.

caption bersanding dengan kata-kata ataupun hashtag lain jika ada. Madina sebagai responden pertama lupa pertama kali menggunakan #Ustadzagamfachrul karena terkadang ia menghapus konten yang ia bagikan, namun peneliti menemukan dari hasil observasi bahwa Madina menggunakan #Ustadzagamfachrul pertama kali pada tanggal 31 Maret 2023. Madina tidak pernah menggunakan hashtag lain selain #Ustadzagamfachrul dalam mengunggah konten yang berhubungan dengan narasi Ustadz Agam Fachrul. Madina tidak menggunakan #Ustadzagamfachrul ketika mengunggah konten yang tidak berhubungan dengan Ustadz Agam Fachrul, seperti konten yang menampilkan diri sendiri, keseharian atau konten dengan teman.

Responden kedua, yaitu Lala pertama kali menggunakan #Ustadzagamfachrul pada tanggal 20 Februari 2023 dengan postingan yang memiliki caption “Episode 4: masyaallah #Ustadzagamfachrul #Aisyahvier #Agamfachrul04 #Selfreminderquotes #Hijrahyuk”. Konten ini mencapai 149.2K viewers, 17.8K like, 33 komentar, 2895 orang menyimpan dan 664 share. Dalam konten ini Ustadz Agam Fachrul mengatakan “Cinta itu punya banyak pintu, tapi pintu yang terbaik yang di miliki oleh cinta adalah dari rasa kasihan, karena tidak ada kata yang tertera dalam kitab cinta karena fisik, cinta karena wangi, cinta karena badan, cinta karena kantong, cinta karena segala macam, tidak ada”. Lala terakhir kali menggunakan #Ustadzagamfachrul pada tanggal 20 Maret 2023, dengan narasi dakwah Ustadz Agam “ Terkadang kita didorong maju oleh perasaan tetapi terpaksa ditarik mundur oleh kenyataan, tugas kita sebagai manusia adala menggunakan kekuatan didampingi oleh semesta yang memiliki kenyataan”. dan kemungkinan postingan konten keislaman dengan #Ustadzagamfachrul yang ada di akun Lala dengan username @vanillaattackshop.id akan terus berlanjut.

Responden ketiga yaitu @Rahma pertama kali menggunakan #Ustadzagamfachrul pada tanggal 30 Maret 2023. Dalam konten yang di bagikan oleh @Rahma Ustadz agam menyampaikan jawabannya dalam fitur tanya jawab yang ada di Instagram, dengan pertanyaan netizen yaitu “ ngawur bagaimana bisa berjodoh kalau tidak pernah ketemu”. Dijawablah oleh Ustadz agam dengan pernyataan “Bukan karea bertemu lalu berjodoh, tapi gara-gara jodoh lalu

bertemu. Banyak orang yang bertemu tapi tidak berjodoh, banyak pula orang yang tidak bertemu tapi berjodoh”.

Netizen menggunakan #Ustadzagamfachrul dalam mengunggah konten keislaman di akun tiktoknya dengan alasan sebagai berikut: yang pertama, Madina mengatakan alasan ia menggunakan #Ustadzagamfachrul di postingan konten keislaman narasi Ustadz Agam Fachrul yang diagikannya ditktok, supaya mempermudah pencarian konten yang memiliki tema konten yang sama. Alasan lain yang madina sebutkan adalah karena yang ada didalam konten adalah narasi Ustadz Agam Fachrul, maka dari itu ia mencantumkan #Ustadzagamfachrul kedlaam konten yang ia posting. Yang kedua, Lala menyatakan alasan ia menggunakan #Ustadzagamfachrul dalam postingan konten keislaman yang berisikan narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul supaya konten tentang Ustadz Agam lebih mudah ditemui oleh penyuka ustadz Agam, ketika orang mencari dengan nama Ustadz Agam, maka akan muncul konten yang ia bagikan dengan mencantumkan #Ustadzagamfachrul. Yang ketiga, Dewi mengatakan bahwa alasan ia menggunakan hahstag #Ustadzagamachrul dalam postingan konten keislaman yang berisi narasi dakwah Ustadz Agam Fachrul ialah supaya orang gampang mencari dan menemukan konten ustadz agam.

Ketiga responden memiliki alasan yang sama dalam menggunakan #Ustadzagamfachrul, yaitu untuk mengelompokkan dan mempermudah pencarian konten yang sama dengan narasi Ustadz Agam Fachrul. Dengan adanya hasil dari ketiganya dapat dikatakan bahwa netizen dengan #sutadzagamfachrul menggunakan hashtag sebagai *Content-based hashtags*, yaitu *hashtag* yang mendeskripsikan tema dalam postingan. Dan *Attribute hashtags* yaitu *hashtag* yang berkaitan dengan hak cipta, seperti dalam memposting informasi yang berkaitan dengan kegiatan mencantumkan *hashtag* nama pembicara, penulis atau pencipta yang berkaitan. Sesuai dengan karakteristik *hashtag* yang di kemukakan oleh Eko Nopranto dan Ario Prakoso mengutip dari Xu et al.

3. Analisis tentang bagaimana #ustadzagamfachrul mempermudah pencarian konten keislaman

Netizen menggunakan tiktok sebagai sarana media konten keislaman dengan cara sebagai berikut, Madina

sebagai responden pertama menuturkan menggunakan tiktok sebagai media konten keislaman dengan cara banyak mengakses konten keislaman yang ada, seperti di tagar (#), atau membagikan konten keislaman tersebut di akun miliknya. Kedua, Lala mengatakan menggunakan tiktok sebagai media konten keislaman dengan banyak membagikan konten dakwah. Ketiga, Rahma menyatakan bahwa menggunakan tiktok sebagai media konten keislaman dengan cara meng-*share* konten keislaman di kanal media tiktoknya, mencari dan menonton konten keislaman.

Efektivitas dari adanya sebuah media dapat dilihat dari bagaimana dampak dari media sosial tersebut ke netizen. Dampak besar dari adanya konten keislaman di tiktok sangat beragam bagi setiap netizen. Madina mengatakan bahwa dengan adanya konten keislaman di tiktok memiliki dampak besar bagi dirinya, yaitu merasa nyaman dan muhasabah diri untuk menambah iman. Lala menyatakan dampak besar dengan adanya konten keislaman di tiktok adalah ilmu bisa dicari atau didapatkan tidak hanya dari pesantren atau harus menjadi santri pesantren tapi bisa didapatkan dari mana saja contohnya di tiktok. Rahma menyatakan dampak besar adanya konten keislaman di tiktok adalah menambah pengetahuan untuk memperbaiki hal-hal yang kita belum tau.

Ketiga responden juga menyatakan bahwa dampak dari adanya konten keislaman yang ada di tiktok tidak hanya menjadi harapan umat muslim saja, melainkan kepada umat agama lain juga. Lala menjelaskan bahwa ada saudara kita dari agama lain yang bisa melihat bahwa Islam tidak seburuk apa yang mereka kira. Dan manfaat adanya konten keislaman di tiktok bagi umat non-muslim menurut Lala adalah, mereka bisa mengetahui bahwa dalam beragama setiap umat beragama diajarkan untuk saling menghargai, saling mendukung, saling toleransi yang tinggi. Karena setiap umat beragama berhak memilih agama yang menurutnya baik karena semua agama baik.

Netizen dengan #Ustadzagamfachrul di tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul dengan tujuan sebagai *content-based hashtags* dan *attribute hashtags*. Dimana keduanya mencakup keseluruhan yang mempermudah pencarian konten baik itu sebagai pencarian tema maupun tokoh atau pembicara.

Efektivitas dari adanya sebuah media dapat dilihat dari bagaimana dampak dari media sosial tersebut ke netizen. Ketiga responden dalam wawancara masing-masing mengatakan bahwa #Ustadzagamfachrul sangat efektif dalam pencarian konten keislaman. Pertama, Madina menyatakan #Ustadzagamfachrul di tiktok memudahkan pencarian konten keislaman, karena hashtag tersebut adalah wadah konten yang sama, Jadi dengan adanya hashtag tersebut mempermudah pencarian konten yang mempunyai tema sama . kedua, Lala menyatakan #Ustadzagamfachrul di tiktok memudahkan pencarian konten karena sering digunakan dalam pencarian, maka akan mudah menemukan kontennya, karena tiktok memiliki sistem sinkronasi anata pencarian dan beranda. ketiga Rahma mengatakan #Ustadzagamfachrul di tiktok memeudahkan pencarian konten keislaman karena dengan adanya hashtag tersebut semua konten Ustadz Agam menjadi satu dan itu sangat mudah utuk ditemukan. Selain itu hasil observasi menunjukkan bahwa #Usadzagamfachrul mampu menampung dan menjadi wadah bagi kreatifitas netizen menjadi satu pengelompokkan. Sehingga konten yang ingin dicari sangat mudah utuk menemukan konten yang terkait satu sama lain dengan tema yang sama. Karena ketika seseorang menggunakan hashtag dalam unggahan mereka, konten tersebut menjadi terkumpulkan dengan unggahan lain yang menggunakan *hashtag* yang sama.

Tidak hanya mempermudah pencarian konten. Ketiga responden menyatakan bahwa#Ustadzagamfachrul mampu menjadi penghubung antara netizen dengan Ustadz Agam Fachrul, penghubung antar kreator konten keislaman dan menjadi penghubung antar followers Ustadz Agam Fachrul. Hal ini diperkuat dengan adanya hasil observasi oleh peneliti yang menemukan adanya komentar akun asli Ustadz Agam Fachrul yang ada di psotingan salah satu netizen yang menggunakan #Ustadzagamfachrul.

Dampak besar dari adanya konten keislaman di tiktok sangat beragam bagi setiap netizen. Madina mengatakan bahwa dengan adanya konten keslaman di tiktok memiliki dampak besar bagi dirinya, yaitu merasa nyaman dan muhassabah diri untuk menambah iman. Lala menyatakan dampak besar dengan adanya konten keislaman di tiktok adalah ilmu bisa dicari atau didapatkan tidak hanya dari pesantren atau harus menjadi santri pesantren tapi bisa

didapatkan dari mana saja contohnya di tiktok. Rahma menyatakan dampak besar adanya konten keislaman di tiktok adalah menambah pengetahuan untuk memperbaiki hal-hal yang kita belum tau.

Ketiga responden juga menyatakan bahwa dampak dari adanya konten keislaman yang ada di tiktok tidak hanya menjadi harapan umat muslim saja, melainkan kepada umat agama lain juga. Lala menjelaskan bahwa ada saudara kita dari agama lain yang bisa melihat bahwa Islam tidak seburuk apa yang mereka kira. Dan manfaat adanya konten keislaman di tiktok bagi umat non-muslim menurut Lala adalah, mereka bisa mengetahui bahwa dalam beragama setiap umat beragama diajarkan untuk saling menghargai, saling mendukung, saling toleransi yang tinggi. Karena setiap umat beragama berhak memilih agama yang menurutnya baik karena semua agama baik.

Dengan adanya hasil analisis bahwa #Ustadzagamfachrul mempermudah pencarian konten keislaman yang ada di tiktok. serta mempermudah interaksi antara netizen, penghubung kreator konten keislaman dan penghubung sesama *followers* Ustadz Agama Fachrul. Ini berkaitan dengan teori *uses and gratifications*.

Dalam teori *uses and gratifications* memberikan sebuah kerangka untuk mengerti bagaimana konsumen media menjadi lebih atau kurang aktif. Pertama, khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Pada kasus penggunaan #Ustadzagamfachrul oleh netizen untuk mempermudah konten keislaman, netizen aktif membagikan konten-konten yang terkait dengan *hashtag* tersebut. Tentunya netizen membagikan konten yang ada pada #Ustadzagamfachrul sesuai dengan tujuan daripada tokoh yang dijadikan *backgroundhashtag*, yaitu menyebarkan ilmu dan kebaikan melalui konten yang dibagikan. Tak hanya itu, netizen juga aktif berinteraksi satu sama lain, terbukti dengan adanya komentar antar netizen #Ustadzagamfachrul. Kedua, inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak. Sesuai hasil wawancara dari ketiga responden, netizen menggunakan tiktok dalam menyebarkan konten keislaman, dan mereka merasa puas dengan media tiktok yang mereka gunakan saat ini, karena tiktok bersifat kompleks. Ketiga, media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan

kebutuhan. Dalam penggunaan media pasti memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penggunaannya, menyesuaikan kebutuhan dan minat pengguna media tersebut. Salah satu responden yaitu Rahma mengatakan bahwa selain tiktok juga ada instagram sebagai media yang paling menarik diantara media yang lain. Keempat, orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media. dari ketiga responden mengatakan bahwa mereka sadar akan penggunaan media yang mereka gunakan saat ini. Kelima, penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak. Tentunya penilaian mengenai nilai isi media dapat dinilai oleh netizen yang termasuk dalam khlayak luas, seperti media tiktok. karena penggunaan media tiktok yang sangat luas, beragam usia dan beragam kebutuhan, jadi penilaian isi media tiktok tidak dapat disimpulkan menjadi satu.

Diantara kelima kerangka teori *uses and gratifications* yang menunjukkan bagaimana konsumen media menjadi lebih atau kurang aktif. Dan sesuai data dan hasil analisis yang didapat menunjukkan bahwa media tiktok adalah media yang lebih aktif ketimbang media lain, terbukti dari pengguna media tiktok pada tanggal 01 Juni 2023 mencapai 500 juta pengunduhan diplaystore.

Riset yang dilakukan oleh McQuail, Blumler dan Brown dalam Severin dan Tankard menemukan empat tipologi motivasi khlayak yang terangkum dalam skema media *persons interactions* sebagai berikut:³²

a. Pengalihan - pelarian dari rutinitas dan masalah; pelepasan emosi. Madina mengatakan bahwa terkadang terkadang ia menggunakan media tiktok sebagai media pelarian diri dari masalah dan pelepasan emosi. Lala menyatakan bahwa ia menggunakan media sosial tiktok hanya saat senggang saja, hal ini mengartikan bahwa Lala menggunakan media sosial tiktok sebagai pelarian dari rutinitas. Rahma terkadang menggunakan media sosial sebagai media pelarian diri, caranya dengan membuka tiktok, melihat konten hiburan dan lain-lain.

b. Hubungan personal - manfaat sosial pengawasan dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan. Madina menyatakan bahwa ia menggunakan media sosial

³² Severin dan Tankard, " *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terpaan*". Edisi ke-lima, (Jakarta: Prenada Media Kencana, 2008), h. 358

sebagai sarana berteman dengan media sosial tertentu, seperti media sosial whatsapp dan ig sebagai sarana komunikasi. Sementara tiktok hanya sebagai sarana pemuasan diri. Lala menyatakan bahwa ia menggunakan media sosial sebagai sarana berteman untuk menjaga silaturahmi. Caranya dengan banyak-banyak bergabung dengan grup hijrah baik itu via whatsapp, telegram dan media lain. Rahma menggunakan media sosial sebagai sarana berteman dengan cara saling menyapa dikomentari dan saling membagikan konten, karena menurutnya kita bisa menemukan teman di media sosial.

c. Identitas pribadi atau psikologi individu - penguatan nilai atau penambah keyakinan; pemahaman-diri; eksplorasi realitas; dan sebagainya. Madina mengatakan ia menggunakan media sosial sebagai sarana pemahaman diri, caranya dengan mengakses dan memposting konten yang sekiranya mampu memuaskan kebutuhan diri. Lala menyatakan bahwa media sosial terkhusus tiktok mampu menjadi sarana penguatan dan keyakinan diri, karena tidak semua pemahaman dapat ia temukan di lingkungan sekitar. Lala menggunakan media sosial tiktok sebagai sarana penguatan keyakinan dan pemahaman diri dengan banyak search konten-konten dakwah yang menurutnya belum ia pahami. Rahma menggunakan media sosial sebagai sarana penguatan keyakinan dan pemahaman diri dengan cara menggunakan aplikasi atau melihat konten-konten dakwah, karena bisa jadi sewaktu-waktu ia perlu mencari konten yang ia butuhkan dan sekarang media sosial khususnya tiktok mudah dijangkau.

d. Pengawasan - pengawasan mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau memutuskan sesuatu. Madina merasa tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pengawasan dan membantu orang lain dalam memuaskan sesuatu. Sementara Lala mengatakan, ia menggunakan media sosial sebagai sarana pengawasan dan membantu seseorang dalam memuaskan sesuatu dengan cara pemuasan kebutuhan hiburan dan ilmu. Rahma tidak merasa menggunakan media sosial sebagai sarana pengawasan.

Keempat tipologi motivasi khalayak yang terangkum dalam skema media *persons interaction* terpenuhi dengan adanya pernyataan responden yang diambil dari netizen yang menggunakan #Ustadzagamfachrul. Meskipun memiliki pernyataan yang berbeda-beda di setiap netizen, namun pada

akhirnya ke empat tipologi motivasi khalayak dalam menggunakan media sosial berada pada unsur tersebut.

