

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Dakwah

1) Pengertian Dakwah

Secara bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab yakni *da'a yad'u* yang berarti panggilan, ajakan atau seruan. Kata dakwah sering terdengar merujuk pada seseorang yang mengirimkan pesan dakwah di depan banyak jama'ah. Sedangkan menurut istilah, para Ulama' juga berpendapat bahwa dakwah memiliki pengertian yang bermacam-macam, diantaranya:

- 1) Hamzah Ya'qub berpendapat dakwah merupakan ajakan kepada manusia yang berakal untuk mengikuti perintah Allah SWT dan Rasul-Nya beserta kebijaksanaan (hikmah).
- 2) Syaikh Abdullah Ba'lawi menyatakan dakwah ialah seruan untuk memimpin, membimbing orang-orang Islam yang belum memahami ajaran agama yang benar (menyimpang) dan menuntunnya ke jalan Allah SWT, untuk memerintahkan mereka berbuat baik dan menjauhi perbuatan yang buruk supaya mendapatkan kehidupan yang bahagia baik di dunia maupun di akhirat.
- 3) Ibn Taimiyah mengatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada Allah SWT serta beriman pada ajaran-ajaran yang dibawa para utusannya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan menaati perintahnya.
- 4) Prof. Dr. Hamka menyatakan dakwah ialah seruan atau ajakan untuk tetap berpegang teguh pada suatu pendirian tertentu yang pada hakikatnya mempunyai arti positif memerintahkan serta mengarahkan ber-Amar ma'aruf nahi munkar.
- 5) Syaikh Ali Mahfudz berpendapat dakwah ialah mendorong manusia untuk senantiasa berpegang teguh pada tuntunan agama Islam, serta melakukan

perbuatan baik dan menjauhi dari perbuatan buruk supaya dapat hidup bahagia dunia akhirat¹.

Sedangkan menurut penulis, dakwah adalah upaya secara sadar dan sengaja mengajak orang lain untuk berbuat baik kejalan yang benar dan menjauhi perbuatan yang munkar. Dakwah dapat disampaikan melalui perkataan, perbuatan, tertulis dan lain sebagainya. Pada intinya dakwah menjadi satu bagian yang penting dalam kehidupan umat beragama. Seperti dalam QS. Al-Baqarah 2 : 186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Artinya : “Dan apabila hamba-hambaku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila berdoa kepada-ku. Hendaklah mereka itu memenuhi perintahku dan beriman kepadaku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran”.

Dakwah dalam Islam merupakan tugas yang sangat mulia dan luhur, karena merupakan upaya untuk melindungi individu dari situasi yang buruk menuju kehidupan yang lebih baik. Praktik dakwah dapat menjadi sebuah obor atau cahaya dalam kehidupan yang berfungsi sebagai faktor penuntun arah, penyaring serta penyeimbang arah hidup. *Pertama*, dakwah sebagai faktor penuntun arah harus mampu mengarahkan manusia pada pemahaman makna hidup yang sebenarnya kehidupan manusia itu beragam dan berbeda-beda setiap individu. *Kedua*, dakwah sebagai faktor penyaring dapat membantu menentukan pilihan-pilihan yang lebih manusiawi dan bernilai Islami diantara keragaman gaya hidup yang dapat menyesatkan. *Ketiga*, dakwah sebagai faktor penyeimbang harus bisa menjadi penyeimbang antara kehidupan spiritual yang bersifat ukhrawi dengan kehidupan duniawi yang dimegahkan oleh kenikmatan

¹ Tasha Bulan, “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok oleh Husain Basyaiban”, (Banda Aceh : Skripsi Universitas Negeri Ar-Raniry, 2022): 13.

beragam kecanggihan teknologi dalam kehidupan duniawi². Dakwah mengajarkan ilmu dan pemahaman ajaran Islam pada semua aspek dalam kehidupan manusia termasuk kehidupan sosial dan kemasyarakatan untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.

2) Sejarah Dakwah

Dalam bahasa Arab, ada dua kata yang digunakan sebagai sejarah, yaitu ta'rikh dan tanggal. Kata ta'rikh berasal dari kata arrakha yang berarti teks sejarah. Ta'rikh juga dipahami sebagai catatan peristiwa yang berkaitan dengan waktu, masa, dan hari dalam bulan atau zaman. Saidina Umar Al-Khattab adalah orang pertama yang melahirkan istilah tarikh, tujuannya untuk membedakan makna sejarah di zaman Jahiliyah dan Yunani dengan makna sejarah di zaman Islam. Dengan demikian sejarah dakwah merupakan rekaman peristiwa masa lalu dengan tujuan mempersatukan manusia untuk kembali dan hidup sesuai dengan ajaran Allah dengan hikmah dan nasihat yang baik. Sejarah dakwah adalah kejadian ataupun peristiwa masa lalu mengenai kegiatan dakwah dari masa Rasulullah sampai dengan masa sekarang yang terjadi di seluruh dunia.

Pada masa Islam diturunkan, masyarakat Arab dikenal dengan julukan “kaum jahili”. Karena sebelum diangkatnya Nabi Muhammad sebagai rasul, bangsa Arab masih berada pada zaman Jahiliyah. Zaman Jahiliyah berarti zaman kebodohan. Zaman kebodohan adalah zaman dimana manusia hidup tanpa peraturan dan hukum yang berlaku. Pada saat itu bangsa Arab hanya memiliki 11 orang yang pandai baca tulis yaitu dari suku Khazraj penduduk Yastrib (Madinah) dan 17 orang dari suku Aus. Hal itu nampak bangsa Arab sedikit lebih mengetahui akan ilmu pengetahuan. Meskipun demikian bangsa Arab dikenal sebagai bangsa yang pemberani serta mempunyai rasa kesukuan yang tinggi.

² Dudung Abdul Rohman, “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial”, *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung: Tatar Pasundan*. Vol. 13 No. 2 (2019): 126.

Kemudian peradaban Islam mulai muncul sejak Rasulullah SAW berumur 40 tahun. Pada waktu itu Rasulullah mendapatkan wahyu dari Allah dan mulai berdakwah kepada orang-orang terdekatnya seperti kepada kerabat ataupun penduduk Makkah dengan cara sembunyi-sembunyi maupun terang-terangan. Orang yang pertama kali masuk Islam berkat dakwah Rasulullah ialah Khadijah binti Khuwailid, Ali bin Abi Thalib, Zaid bin Haritsah, Abu Bakar bin Abi Quhafah, Utsman bin Affan, Zubair bin Awwam, Abdur Rahman bin Auf, Sa'ad bin Abi Waqqash dan lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu yang penuh perjuangan, dakwah Rasulullah mengalami perkembangan. Dakwah Rasulullah berlangsung selama 22 tahun, 12 tahun berlangsung di Makkah dan 10 tahun berlangsung di Madinah. Dari kedua lokasi tersebut, di Makkah hampir membawa perubahan yang berarti bagi perkembangan dakwah Islam karena situasi yang tidak kondusif, maka kemudian dakwah Islam dilanjutkan di Madinah dengan cara hijrah. Cara Rasulullah berdakwah di Madinah seperti dengan membangun masjid, mempersaudarakan kaum Muhajirin dan kaum Anshar serta membuat perjanjian dengan kaum Yahudi.

Setelah Rasulullah wafat, kepemimpinan umat dipegang oleh para sahabat yang kita kenal dengan istilah Khulafaurrausyidin. Para sahabat Khulafaurrausyidin meliputi Abu Bakar, Umar bin Khattab, Usman bin Affan dan Ali bin Abi Thalib. Diantara dakwah yang dilakukan oleh Khulafaurrausyidin yaitu : memerangi nabi palsu, pembukuan Al-qur'an, memerangi pembangkang zakat dan perluasan wilayah Islam.

Selanjutnya dakwah Islam berada pada masa Daulah Umayyayah. Daulah Umayyayah merupakan salah satu Daulah Islamiyyah yang berhasil mengubah warna dunia termasuk Eropa. Dinasti periode selanjutnya memilih Cordoba sebagai ibu kota mereka dan berhasil memperkenalkan Islam ke Spanyol melalui tentara Muslim. Tiga panglima yang paling berperan penting dalam perjuangan tersebut adalah Tharif bin Malik, Tariq bin Ziyad dan Musa bin Nushair. Keberhasilan pada masa ini terjadi pada saat Thariq bin Ziyad berhasil meraih

kemengangan terbesar dan menjadi pintu pembuka bagi dakwah Islam di Eropa

Kekuasaan Daulah Ummayah kemudian dilanjutkan oleh Dinasti Bani Abassiyah. Dinamakan Daulah Abbasiyyah karena para penguasa Daulah ini adalah keturunan Abbas, paman Nabi Muhammad SAW. Pada masa ini model pemerintahan yang berlaku berbeda-beda sesuai dengan perubahan budaya, sosial, politik dan ekonomi. Kekuasaan Daulah Abasiyyah berlangsung dari tahun 750 – 1258M. Ciri yang paling menonjol dari Daulah ini yakni, Daulah Abassiyah berhasil membentuk ketenteraan profesional secara khusus yang sebelumnya belum terbentuk³. Dengan berjalannya waktu dakwah Islam kemudian mengalami kemajuan dibawa oleh para pemimpin atau khalifah-khalifah dan akhirnya Islam berhasil masuk di berbagai belahan dunia, seperti Afrika, Amerika, India, Indonesia dan banyak negara lainnya. Namun berbeda dengan agama lain, Islam masuk ke Indonesia melalui jalan damai disertai dengan sikap toleransi dan saling menghormati terhadap pemeluk agama lain (Budha-Hindu). Islam dibawa oleh pedagang Arab India dan Gujarat yang tertarik rempah-rempah. Kemudian mereka membentuk komunitas-komunitas Islam dengan memegang ciri khas semangat berdakwah yang tinggi.

Seiring berkembangnya zaman, dakwah Islam pun mulai merambah melalui berbagai media dan metode, tidak seperti zaman dulu yang penyebarannya hanya melalui mulut ke mulut sambil berdagang. Ada banyak sekali metode dan media yang dapat digunakan untuk praktik dakwah di era saat ini. Pada dasarnya kegiatan berdakwah adalah hal yang paling fleksibel yang dapat dilakukan dengan berbagai cara dan terencana dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup yang dilandasi keridhaan Allah SWT. Agama Islam tidak hanya bergantung pada pendakwah (Da'i) saja, akan tetapi dalam bidang lain pun dapat mempengaruhi pembangunan Islam seperti yang kita lihat sekarang banyak institusi

³ Mubasyaroh, "Sejarah Dakwah", (Kudus : Nora Medis Enterprise, 2010): 64-88.

yang mengajarkan agama Islam. Selain itu juga banyak jurnal maupun majalah-majalah terkait Islam, film religi dan lain-lain yang baru muncul di masa sekarang ini. Menurut Ahmad Mansur Suryanegara dalam bukunya “Mencari Sejarah”, ada tiga teori yang menentukan pembentukan dan perkembangan Islam di Indonesia, yaitu teori Gujarat, teori Makkah dan teori Persia. Teori-teori tersebut dapat memberikan jawaban atas pertanyaan tentang kemunculan Islam di Indonesia, negara asalnya, dan tentang tokoh-tokoh yang membawa agama Islam ke Nusantara.⁴

3) Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan elemen-elemen yang ada dalam setiap kegiatan dakwah, diantaranya :

a. Subjek dakwah (Da’i)

Dalam dakwah yang menjadi subjek dakwah adalah seorang Da’i atau seseorang yang melakukan dakwah. Ketika berdakwah, seorang pendakwah menyampaikan amanat kepada umat muslim tentang ajaran agama yang bertujuan untuk menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia maupun di akhirat. Karena seorang Da’i adalah pionir dalam menyampaikan pesan dakwah, maka ia harus panDa’i memilah dan memilih kata yang pantas, mengolah kalimat serta dapat menyampaikannya dengan cara yang menarik. Seseorang yang berdakwah dapat menyampaikan pesan rohani melalui perkataan, perbuatan atau tertulis baik secara perorangan maupun kelompok.

b. Objek dakwah (Mad’u)

Objek dakwah sering disebut dengan mad’u. Secara etimologis, Mad’u berasal dari bahasa Arab untuk objek atau tujuan dakwah. Mad’u adalah seseorang atau sekelompok orang yang mendengarkan, memahami, menuntut suatu ajaran Islam dari subjek dakwah (Da’i). Pada intinya, Mad’u merupakan orang yang menerima dakwah atau orang

⁴Imam Safii, “Modul Sejarah Dakwah”, (Mojokerto : Fakultas Dakwah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Pacet): 92.

yang didakwahi. Mad'u terbagi menjadi 3 golongan, yaitu:

- a) Golongan intelektual yang cinta kebenaran, adalah kaum Mad'u yang bisa berfikir kritis dan responsif. Mad'u ini disebut dengan kelompok yang mendapat panggilan *hikmah*, yakni dengan argumen yang disampaikan harus disertai dengan dalil yang dapat diterima oleh akal mereka.
 - b) Golongan orang awam, khususnya Mad'u, yang belum berpikir kritis, mendalam, dan sulit ditangkap dalam istilah tingkat tinggi. Orang-orang ini disebut dengan *mauizhatul hasanah*. Dengan ajakan yang bagus dan ajaran yang mudah dipahami..
 - c) Golongan yang tingkat kecerdasannya berada diantara kedua golongan tersebut. Kelompok ini belum bisa disebut *hikmah*, tetapi juga tidak masuk pada ajaran golongan awam. Salah satu ciri mereka yaitu ketika membahas sesuatu tidak sanggup secara mendalam namun hanya sanggup pada batas yang tertentu. Mereka dapat disebut dengan julukan *mujaddalah billati hiya ahsan*, yakni dengan bertukar pikiran supaya mampu mendorong mereka untuk berfikir secara sehat dan pada praktiknya dilakukan dengan cara yang lebih baik.
- c. Materi dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah atau maddah adalah isi pesan berupa ajaran-ajaran agama Islam yang disampaikan kepada objek dakwah agar mereka mau mengikuti dan menerimanya. Materi dalam berdakwah senantiasa bersumber dari Al-quran dan Hadist. Seorang Da'i yang berdakwah tidak hanya berbentuk teori saja, akan tetapi juga mempraktikannya melalui sikap dan perilaku yang patut dicontoh oleh para Mad'u. Secara umum materi dakwah dibagi menjadi 4 masalah pokok, meliputi:

- a) Masalah Akidah (keimanan)
Isu utama yang menjadi substansi dakwah adalah akidah Islam. Karena aspek agama inilah yang akan membentuk akhlak manusia. Oleh karena

itu, persoalan pokok yang dijadikan bahan dalam ajaran Islam adalah persoalan akidah atau akidah. Seorang muslim harus beriman kepada Allah SWT, beriman kepada Malaikat Allah, beriman kepada kitab-kitab Allah, beriman kepada Rasul-rasul Allah, beriman kepada hari kiamat dan beriman kepada Qudla dan Qadr.

b) Masalah Syari'ah

Secara harfiah Syariah adalah jalan menuju sumber air, yaitu jalan hidup seorang muslim, jalan lurus yang harus diikuti oleh seorang muslim dan segala ke ketetapan-ketetapan Allah baik berupa larangan maupun suruhan yang meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Adapun secara teoritis, syariah merupakan peraturan maupun norma yang menetapkan masalah antara manusia kepada Allah dalam ibadah yang mencakup tata cara bersuci, sholat, puasa, zakat, haji dan muamallah antar sesama ciptaan Allah. Pelaksanaan Syariah merupakan sumber lahirnya peradaban Islam, menjaga dan melestarikannya dalam sejarah Islam. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan umat Islam.

c) Masalah Akhlak

Secara etimologis, akhlak berasal dari bahasa arab, bentuk jamak dari "khuluqun" yang berarti budi pekerti, tingkah laku dan perangai. Kalimat-kalimat itu mempunyai kemiripan arti pada kata "khalqun" yang berarti peristiwa, "khaliq" yang artinya pencipta, serta berkaitan pula dengan "makhluk" yang artinya diciptakan. Sedangkan secara teoritis, permasalahan akhlak menyangkut pada masalah karakter atau keadaan jiwa yang berdampak pada perbuatan manusia⁵. Sehingga akhlak Islam pada hakikatnya mencakup bagaimana kualitas tingkah laku seseorang yang

⁵ Sri Puji Astutik, *Karakter Psikologis Mad'u dan Hubungannya Dengan Penerimaan Pesan-pesan Dakwah*, (Aceh : Universitas Islam Negri Ar-Raniry, 2016): 44-56.

merupakan percerminanan dari keadaan jiwa manusia (menerangkan mengenai *haq* dan *bathil*).

d. Media dakwah

Kata media diambil dari Bahasa Latin *median* berupa jamak dari kata *medium* yang artinya alat, sebuah penghubung yang mengikat dua unsur, memiliki arti sesuatu yang berfungsi sebagai alat penghubung guna mencapai maksud tertentu. Wasillah adalah semua hal yang bisa dijadikan alat agar materi dakwah komunikator (Da'i) dapat sampai pada khalayak (Mad'u). Media dakwah bisa berupa orang, benda, tempat, kondisi tertentu, dan lain-lain. Seperti pada zaman modern saat ini Da'i memanfaatkan media teknologi untuk menyampaikan pesan dakwahnya, seperti melalui televisi, internet, radio dan lain-lain. Media dakwah (wasillah) dibagi menjadi lima kelompok, diantaranya:

- a) Lisan
Golongan media dakwah lisan meliputi khutbah, ceramah, diskusi, kulish, seminar, dan nasihat.
- b) Lukisan
Media dakwah dalam golongan lukisan meliputi lukisan, dokumentasi, kaligrafi dan lain sebagainya.
- c) Kepustakaan atau tertulis
Golongan yang termasuk didalamnya yaitu buku, kitab, modul, brosur, risalah, dan bulletin.
- d) Audio visual
Media dakwah ini merupakan penyampaian pesan dakwah dengan cara menarik rangsangan dari indra penglihatan dan pendengaran, contohnya media sosial dan televisi.
- e) Ahklak
Media dakwah akhlak merupakan metode penyampaian yang ditujukan langsung pada tindakan nyata⁶.

⁶ Yosiena Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandar Lampung : Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), hal. 22

Menurut klasifikasi media dakwah yang dijelaskan di atas, berdakwah di media sosial Tiktok termasuk salah satu cara berdakwah yang menggunakan media dakwah. Media sosial Tiktok termasuk dalam kategori audiovisual karena berdakwah dengan cara memposting video-video yang berisi pesan dakwah serta dapat dilihat dan didengar oleh sesama pengguna Tiktok. Menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah tidak hanya bertujuan untuk memfasilitasi Da'i agar pesan dakwahnya dapat menyebar cepat sekaligus memungkinkan penerima dakwah bisa menontonnya kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone* mereka.

4) Metode Dakwah

1) Pengertian Metode Dakwah

Secara terminologi, metode terdiri dari dua kata “meta” (melalui) dan “hodos” (cara atau metode). Metode didefinisikan sebagai suatu cara yang terorganisir dan terstruktur untuk melakukan pekerjaan. Sedangkan dakwah adalah cara yang digunakan para propagandis untuk menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu metode dakwah adalah cara yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah guna mencapai tujuan dakwah yang dimaksud. Seorang Da'i yang telah mahir dengan metode dakwah, menjadikan materi dakwah yang disampaikan pada Mad'u mudah dicerna dan Mad'u dapat cepat menangkapnya (responsif).

Dalam menyampaikan pesan dakwah, metode memegang peranan yang sangat penting. Sebuah pesan meskipun baik namun apabila dikemas dengan cara yang salah, maka pesan tersebut kemungkinan bisa dibantah oleh penerima pesan. Oleh karena itu, Da'i harus memilih cara yang bijak dan tepat dengan melihat pada keadaan dan situasi Mad'u sebagai penerima pesan dakwah, agar Mad'u mampu menangkap pesan dakwah dengan mudah. Karena kejelian menerapkan metode dakwah sangat besar

pengaruhnya terhadap kelancaran dan keberhasilan dakwah⁷. Allah SWT berfirman :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ
سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. QS An Nahl : 125

2) Macam-macam Metode Dakwah

Metode dakwah dapat dilaksanakan dengan menggunakan beberapa metode yang populer dilakukan saat menyampaikan dakwah. Metode-metode tersebut diantaranya:

a) Metode Al - Hikmah

Hikmah berarti kebijaksanaan, dada yang lapang dan akal budi yang mulia. Sedangkan para Ulama’ mengartikan hikmah dengan berbagai cara, diantaranya:

Syeikh Jamakhsari dalam bukunya Al-Kasyaf, menyatakan bahwa Al-Hikmah merupakan ucapan yang pasti benar. Dalam artian dalil yang menjelaskan segala kebenaran dan menghilangkan keraguan. Syeikh Muhammad Nawawi Al-Jawi mengatakan bahwa Al-Hikmah dimaknai *hujjah* (argumentasi), berfaedah dan akurat sebagai penetapan keyakinan sebagai akidah. Sementara itu, Prof. Dr. Toha Yahya Umar, M.A berpendapat bahwa Al-Hikmah adalah meletakkan sesuatu pada tempatnya dengan berpikir, berusaha mengatur dan menyusun sedemikian rupa dengan melihat

⁷ Dewi Mustika, “Metode Dakwah Rasulullah SAW dalam Menyejahtarkan Ummat”, (Lampung : IAIN Metro): 438.

keadaan zaman sehingga tidak bertentangan dengan larangan Allah SWT.

Dari banyak pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, dakwah menggunakan metode Al-Hikmah berarti kemampuan ketekunan seorang Da'i dalam penyeruan menggunakan teknik dakwah yang bijak, lapang dada, tepat dan selaras sesuai dengan kondisi Mad'u tanpa ada paksaan. Dengan demikian Mad'u mampu memahami pesan dakwah dengan baik dan tidak ragu-ragu untuk menerima ajaran Allah SWT.

b) Metode Al - Mau'idza Al - Khasanah

Secara bahasa Mau'idza Khasanah terdiri dari dua kata yakni *mau'idza* berasal dari kata *wa'adza - ya'idzu - wa'dzan - idzatan* yang berarti nasihat, peringatan bimbingan dan Pendidikan, sementara khasanah berarti kebaikan. Sedangkan menurut istilah Mauidza Khasanah bisa diartikan memberi pengertian ataupun nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, dengan maksud supaya hatinya tergerak, menyentuh perasaan dan nasihat dapat diterima dengan baik. Sehingga mereka secara sadar dapat menaati dan meneladani ajaran yang diterimanya. Maka dari itu, prinsip-prinsip metode ini sebagai peran pembuimbing, menyayangi, mengarahkan dan memberi segala hal yang terbaik dan bermanfaat kepada Mad'unya.

c) Metode Al-Mujaddalah Al-Ahsan

Secara istilah mujadalah memiliki makna perdebatan. Al - Mujadalah Al- Ahsan adalah suatu usaha dakwah melalui sanggahan maupun bantahan, perdebatan atau diskusi, saling menghargai, santun dan tidak mengada-ada. Metode dakwah dengan cara ini ditujukan kepada manusia jenis ketiga. Mereka ialah manusia yang hatinya terpaku oleh budaya-budaya pada zaman jahiliah, yang angkuh dalam melakukan kebatilan, serta dengan acuh dalam menyikapi dakwah. Bagi orang-orang seperti itu, kemuliaan Al-qur'an dan nasihat yang baik tidak ada artinya.

Maka dari itu mereka harus dihadapi dengan perdebatan yang sehat dengan mengedepankan alasan yang dapat meruntuhkan kesombongan mereka, dengan tetap mempertahankan sikap lemah lembut dan bijaksana terhadap mereka. Dengan begitu Metode Al-Mujadalah Al-Ihsan dimaksudkan sebagai upaya alternatif dalam menanggapi respon negatif dari penerima dakwah, terkhusus untuk Mad'u yang membantah, mengacuhkan atau melecehkan seruan⁸.

Sedangkan Jamaluddin Kaffie mengelompokkan metode dakwah yang biasanya tetap digunakan hingga sekarang yaitu:

- a) Metode Bil-Lisan melalui perkataan, Bil-Qalam melalui tulisan dan Bil-Hal dengan tindakan nyata.
- b) Metode sembunyi-sembunyi, metode ini digunakan untuk pendekatan kepada saudara atau orang terdekat.
- c) Metode bil Hikmah dengan lembut, Maudzo Hasanah dengan nasihat, dan Bil Lati Hiya Ahsan berdebat dengan cara yang baik.
- d) Amar Ma'ruf Nahi Munkar, Tawashau Bi Al-Haq Wa Al-Sabr, Tadzkirah⁹.

2. Media Sosial

1) Pengertian Media Sosial

Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tanpa jejaring sosial. Disadari atau tidak, media sosial dengan segala isinya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan terciptanya pertukaran konten buatan pengguna. Media sosial digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi dan interaksi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri dan citra

⁸ Aliyudin, Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 4 No. 15 (2010): 1019-1020.

⁹ Jamaluddin Kaffie, "Psikologi Dakwah", (Surabaya: Indah, 1993): 39.

diri¹⁰. Media sosial merupakan sebuah media *online* tempat manusia biasa berbagi ide, berkolaborasi, dan bekerja sama untuk berkreasi, berfikir, berdiskusi, mencari pasangan, menemukan teman terbaik, dan membentuk komunitas. Pada dasarnya, penggunaan media sosial membuat seseorang menjadi dirinya sendiri. Disamping cepatnya informasi yang dapat terkumpul dalam sekejap, menjadi diri sendiri dalam media sosial ialah salah satu faktor media sosial bisa bertambah pesat. Tidak terkecuali keinginan untuk mengungkapkan ekspresi diri dan perlunya menciptakan *personal branding*.¹¹

Media sosial memiliki dampak yang besar dalam perkembangan teknologi komunikasi, dimana sebagian besar remaja, dewasa bahkan orangtua juga menggunakan media tersebut kapan saja dan dimana saja. Dengan menggunakan media sosial selain hanya butuh waktu beberapa detik untuk mendapatkan informasi, sesama pengguna juga dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi dan menciptakan sebuah diskusi ataupun wacana baik itu di forum, blog dan lain-lain. Seseorang bisa mengakses informasi penting tentang fenomena di belahan dunia manapun tanpa harus berada di tempat tersebut.

Media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a) Pesan yang disampaikan akan terkirim lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya.
 - b) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
 - c) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja (bisa untuk banyak khalayak)
 - d) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi
- 2) Fungsi dan Peran Media Sosial
1. Menciptakan Hubungan Sosial, media sosial menyediakan kesempatan untuk berinteraksi dengan siapapun dan membangun hubungan.

¹⁰ Tri Buana dan Dwi Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tiktok (versi terbaru) dan kreativitas anak", *Jurnal Inovasi*, Vol. 14 No. 1 (2020): 2.

¹¹ Tasha Bulan, "*Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok oleh Husain Basyaiban*", (Banda Aceh : Skripsi Universitas Negeri Ar-Raniry, 2022): 47.

2. Kesederhanaan, media sosial sangat mudah digunakan dan untuk mengaksesnya pun hanya membutuhkan computer atau *handphone* dan koneksi internet.
 3. Jangkauan Global, media sosial memungkinkan untuk menyesuaikan konten dan memberi kesempatan untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.
 4. Terukur, dengan systemtracking yang mudah pengirim pesan dapat terukur.
- 3) Karakteristik Media Sosial
1. Keterbukaan, kebanyakan media sosial bersifat terbuka untuk umpan balik melalui saran-saran komentar, voting dan berbagi informasi.
 2. Partisipasi, media sosial mempromosikan partisipasi dan timbal balik dari semua pihak yang antusias untuk memanfaatkannya, sehingga membuka ruang diantara media dan publik.
 3. Konektivitas, sebagian besar media sosial dapat tumbuh dan berkembang karena kemampuannya menyediakan koneksi antar pengguna, melalui sarana penghubung (link) ke website, sumber berita dan pengguna lainnya.
 4. Perbincangan, media sosial memungkinkan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.
 5. Komunitas, media sosial memungkinkan komunitas untuk berkomunikasi dengan cepat dan efektif tentang berbagai masalah/kekhawatiran¹².
- 4) Keterkaitan Media Sosial Dengan Dakwah

Perkembangan teknologi komunikasi berjalan begitu pesat. Bermula dari media elektronik, media cetak hingga media baru. Sebutan “media baru” telah dikatakan sejak tahun 1960-an dan sudah mencakup teknologi komunikasi yang semakin beragam dan berkembang. Media baru diartikan sebagai sebuah wujud teknologi yang berkaitan erat dengan budaya kehidupan masyarakat. New media (media baru) memiliki ciri utama yaitu adanya koneksi, akses ke setiap objek sebagai penerima dan

¹² Risky Ramanda, “Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balik Papan”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3 No. 2 (2015): 231 -232.

pengirim pesan, interaktivitas, kegunaan yang berbeda seperti karakter terbuka dan popularitasnya¹³.

Diantara media baru yang berkembang sekarang media sosial. Media sosial dipahami sebagai media yang digunakan untuk komunikasi sosial (hubungan, baik secara individu, kelompok, dll). Secara umum jejaring sosial dan jejaring sosial menggunakan sistem yang sama, yaitu media online yang terhubung dengan internet. Media baru mampu membuat penggunaanya dapat mengakses tanpa batas, bisa digunakan kapanpun dan dimanapun. Kemudian menurut Asep Saeful dalam jurnal Dudung Abdul Rohman(2019), dengan meluasnya Informasi melalui berbagai media dapat berdampak pada krisis identitas keagamaan. Apalagi negara Indonesia adalah negara yang religius, yang jelas akan menjadi ancaman dan tantangan tersendiri. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

(1) kerawanan identitas budaya sendiri dapat digantikan dan diganti dengan budaya luar yang belum tentu sesuai, (2) lemahnya kekuatan kontrol sosial terhadap penyebaran pesan melalui media massa dan secara cepat dengan cara menggusur kekuatan tokoh agama dalam masyarakat, dan (3) lemahnya kekuatan spiritual umat beragama yang mengabaikan ajaran nilai sumber utama agama¹⁴.

Salah satu kekhawatiran yang terjadi dalam menggunakan media sosial yaitu dapat merubah dan menggantikan pilar kehidupan manusia yang sudah lama dan dipegang teguh secara turun menurun. Karena banyak media yang memproduksi dan menyebarkan gaya hidup baru maupun yang bertentangan sehingga mengakibatkan system nilai-nilai dan tradisi yang ada dalam masyarakat itu akan rusak. Namun bagi orang yang optimis, mereka akan memanfaatkan keberadaan media baru ini agar

¹³ Mubarak Ahmadi, "Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat," *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4 No. 1 (2020): 26 – 27.

¹⁴ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung: Tatar Pasundan*, Vol. 13 No. 2 (2019): 124 – 125.

memberi harapan dan menjanjikan lahirnya tatanan kehidupan yang baru dan lebih baik, selama media itu digunakan untuk hal-hal yang positif. Dengan adanya media sosial segala kegiatan maupun pekerjaan manusia dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah.

Seperti di era modern saat ini, berdakwah melalui media sosial adalah sebuah cara yang paling efektif. Karena kondisi masyarakat sekarang ini begitu nyata mengintegrasikan dengan perkembangan media sosial diberbagai aspek kehidupan. Mulai dari bidang ekonomi, agama, politik dan sosial. Salah satunya dalam bidang agama, perkembangan teknologi yang pesat memberikan peluang yang besar untuk seseorang yang berdakwah. Adanya digitalisasi media menyebabkan berbagai macam *platform* media sosial menawarkan banyak fitur-fitur dalam membuat konten berbagai kebutuhan seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp dan Tiktok. Keunggulan berdakwah dengan model ini tidak menjadikan materi dakwah akan hilang meskipun orang yang menyampaikan dakwah sudah meninggal.

Di zaman dahulu berdakwah di mulai dari menggunakan cara tradisional yang dibuat oleh Wali Songo menggunakan gamelan, wayang dan saluran koleksi muslim* seperti masjid, rumah ulama dan balai rakyat. Kemudian merambah ke media-media yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, seperti stasiun radio, kaset-kaset yang berisi khutbah-khutbah keagamaan, dan siaran. Khalayak tidak harus datang sendiri untuk bertemu langsung dengan para pembicara, tetapi mereka dapat mendengarkan ceramah pembicara favorit mereka sambil menjalankan rutinitas mereka sendiri. Saat ini, media telah memasuki era yang disebut media baru¹⁵.

Pada intinya berkat kecanggihan teknologi sekarang dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan, sehingga meningkatkan kualitas komunikasi yang terjalin antar manusia. Dengan adanya media baru

¹⁵ Ayu Febriana, "Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah: studi kasus ustad syam, di akun @syam_elmarusy," *jurnal komunida : media komunikasi dan dakwah*, Vol. 11 No. 2 (2021): 182

bisa mempengaruhi cara komunikasi para pendakwah yang pada awalnya menggunakan media penyiaran hingga media cetak sekarang bergeser menjadi serba digital. Jadi, keterkaitan media sosial dengan dakwah yaitu media sosial dapat mempengaruhi cara komunikasi dakwah, karena antara Da'i dengan Mad'u terjadi interaksi timbal balik yang saling mempengaruhi. Berdakwah melalui media sosial berisi konten – konten dakwah yang memuat Islam dengan bentuk penyajian yang kreatif dan menarik, sehingga menarik perhatian sasama pengguna lain dan bisa menjadi trend di kalangan masyarakat.

3. Media Tiktok

1) Pengertian Tiktok

Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang disebar resmi pada September 2016, aplikasi produksi video pendek dengan didukung musik yang sangat disukai oleh semua kalangan¹⁶. Tiktok merupakan platform hiburan sebagaimana masyarakat membutuhkan hiburan di sela-sela aktivitasnya sehari-hari. Aplikasi ini dapat diunduh dari aplikasi *Googleplay* untuk pengguna android dan *Appstore* untuk pengguna iOS. Tiktok memungkinkan pengguna nya untuk membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia secara cepat dan mudah. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *conten creator* diseluruh dunia, termasuk Indonesia.¹⁷

Aplikasi Tiktok saat ini sangat diminati dari berbagai kalangan, karena disamping untuk hiburan, Tiktok membantu meningkatkan kreativitas pengguna dalam mengedit dan sebuah konten video yang menarik perhatian publik. Tiktok termasuk salah satu platform media sosial yang berkembangnya sangat cepat. Bahkan,

¹⁶ Tasha Bulan, “*Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok oleh Husain Basyaiban*”, (Banda Aceh : Skripsi Universitas Negeri Ar-Raniry, 2022): 2.

¹⁷ Desi Oktaheriyani dkk, ” *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok*”, (Studi pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UNISKA MAB Banjarmasin, 2020):7.

pada tahun 2020 Tiktok menjadi aplikasi paling populer di Indonesia maupun di dunia hingga di tahun 2023 saat ini. Adapun yang membuat aplikasi Tiktok lebih populer daripada aplikasi lainnya adalah aplikasi hiburan ini memungkinkan penggunanya untuk menjadi creator baru karena kesederhanaan dan kemudahan dalam mengakses adalah alasan utamanya. Aplikasi ini pun membuat para pengguna berlomba-lomba agar konten video yang dibuatnya bisa viral. Bahkan demi mendapatkan respon dan *like* penonton mereka rela melakukan apa saja¹⁸. Tiktok termasuk aplikasi media sosial berbasis audio visual berisi video dengan dilengkapi fitur menarik seperti dukungan musik, filter wajah yang unik, dan lain-lain. Sehingga mendukung kreativitas pengguna dapat melakukan bakat performanya dengan berbagai macam gaya, tarian, nyanyian yang kemudian diekspos dan dipertontonkan kepada teman-teman ataupun pengguna lainnya.

2) Fitur Tiktok

Media sosial Tiktok menyediakan fitur-fitur yang mendukung kreativitas dalam membuat konten, konten, fitur tersebut antara lain :

1) *Backsound*

Backsound atau penambahan music adalah fitur utama dalam Tiktok untuk menambahkan musik. Pengguna dapat menambahkan berbagai jenis musik sesuai dengan tema video yang dibuat. Berbagai jenis musik yang disediakan seperti musik dangdut, viralkoustic, musik zaman dulu dan lain-lain.

2) Filter

Fitur kedua yang dapat digunakan oleh pengguna Tiktok adalah kemampuan memfilter video untuk menambah keindahan fisik penggunanya. Pengguna dapat mengatur ataupun mengubah keseimbangan warna video dengan fitur filter yang telah disediakan. Tentunya fungsi filter ini sangat berguna bagi pengguna saat membuat video, karena meskipun

¹⁸ Dian Novita sari dan Roswita oktaviani, “*Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual Dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok)*,” Vol. 4 No 2 (2020): 373.

pengguna tidak ber *make-up* akan tetap terlihat seperti ber *make-up* dengan fitur filter tersebut. Tidak hanya memperindah bentuk objek fisik, filter juga dapat digunakan untuk memperindah sebuah pemandangan dengan cara mengatur dan merubah rona menjadi tampak indah dan terlihat estetik.

3) Efek dan stiker

Setelah pengguna membuat konsep video, selanjutnya dapat menambahkan Efek dan stiker kedalam video tersebut agar konten video yang dibuat semakin menarik dan *variative*. Tiktok menyediakan lima kategori efek, termasuk efek stiker, efek visual, efek transisi, efek split dan waktu. Selain itu juga terdapat berbagai pilihan efek stiker seperti *classic, hot, selfie, heart, hair, funny, animal, glasses, vlog* dan lain-lain.

4) *Voice changer function*

Fitur *voice changer* memiliki fungsi untuk mengubah suara dalam video dengan beragam efek suara, seperti suara laki-laki, suara wanita, echo, raksasa, mic, elektronik, suara hewan dan lain-lain. Fitur ini tentunya dapat mendukung penggunaannya dapat mengembangkan kreativitas dalam proses pembuatan video.

5) *Timer*

Fitur *timer* bisa disebut dengan asisten pribadi penggunaannya. karena fungsi dari *timer* ialah untuk membidik objek dengan waktu yang telah diatur pengguna. Sehingga pengguna tidak perlu mencari bantuan orang lain untuk proses pengambilan videonya.

6) *Beautify*

Fitur ini merupakan fitur yang memiliki fungsi untuk membuat wajah pengguna tampak berbeda. Tiktok menyediakan fitur mempercantik maupun mempertampan sehingga pengguna akan tampil lebih percaya diri dalam setiap konten video yang dibuatnya. Fitur *beautify* dapat merubah bentuk wajah, warna mata dan memperhalus, sehingga akan

menghasilkan hasil akhir terlihat lebih unik dan keren¹⁹.

3) Istilah-istilah dalam Tiktok

1) FYP (*For Your Page*)

Istilah *For Your Page* atau yang bisasa disebut dengan FYP, memiliki arti untuk halaman atau beranda pada aplikasi Tiktok. FYP berfungsi untuk menampilkan rekomendasi video-video Tiktok yang sesuai dengan minat pengguna. Selain itu istilah FYP juga digunakan apabila ada akun Tiktok yang lagi *trending*, dimana pengguna tersebut sedang viral dan berkesempatan muncul di FYP Tiktok serta mendapatkan banyak *like*, *viewers* dan komentar.

2) Q&A

Q&A merupakan fitur Tiktok yang memfasilitasi para pengguna dalam mengajukan pertanyaan diakun mereka secara interaktif, dengan cara ketika pertanyaan sutelah terkumpul, pengguna akan menanggapi pertanyaan-pertanyaan tersebut lewat konten video.

3) *Duets*

Istilah *Duets* merupakan istilah dari Tiktok yang memungkinkan pengguna dapat berkolaborasi dengan pengguna lain. Untuk membuat konten tersebut, dua bagian akan muncul di layar yang memungkinkan pengguna lain untuk bereaksi dengan konten yang telah dibuat oleh sesama pengguna lain.

4) *Report*

Istilah *Report* merupakan istilah Tiktok yang digunakan untuk melaporkan sebuah konten. Konten tersebut bisa berupa aktivitas, perkataan atau konten lain yang dianggap tidak pantas untuk disebar luaskan dan dapat mengakibatkan efek buruk jika ditonton. Seperti kekerasan, *bullying*, pelecehan dan lain-lain.

¹⁹ Idmetafora, “*Mengenal apa itu Tiktok, sejarah dan beberapa fitur-fiturnya*” <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-Tiktok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html> , diakses pada 03 Januari 2023.

5) *Stich*

Istilah *Stich* memiliki istilah yang hampir sama dengan *duets*. Perbedaannya yaitu hasil dari video *duets* tampilannya bersebelahan, sedangkan fitur *stich* video yang ditampilkan video pembuatnya terlebih dahulu, lalu video pengguna lain.

6) *Drafts*

Istilah *Drafts* adalah fitur yang disediakan oleh Tiktok untuk pengguna menyimpan video yang mereka buat tanpa mengunggah video tersebut (disimpan terlebih dahulu) dan dapat diposting di lain waktu.

Analisis isi merupakan cara sistematis yang dilakukan untuk menganalisis dan mengolah isi informasi yang didapatkan. Data yang dihasilkan berupa film-film, ungkapan-ungkapan, dokumen-dokumen tertulis, rekaman audio, video, atau jenis media komunikasi yang lain²⁰. Seorang peneliti melakukan analisis isi agar memperoleh informasi, makna, ataupun penjelasan yang terkandung dalam sebuah pesan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis Hermeneutika Gadamer.

a. Hermeneutika

1. Definisi Hermeneutika

Secara umum Hermeneutika merupakan salah satu teori filsafat mengenai interpretasi makna. Istilah Hermeneutika berasal dari kata *Hermeneuien* memiliki arti menerjemahkan, menginterpretasikan atau menafsirkan. Hermeneutika dapat diartikan sebagai seni mengubah dari ketidaktahuan menjadi tahu. Hermeneutika pula berurusan terutama dengan teks-teks. Manakala kita sedang membaca sebuah teks dari seorang pengarang yang kita kenal dengan baik yang hidup sezaman, tak akan menghadapi kesulitan memahami kalimat-kalimat dan kata-kata atau istilah-istilah khusus yang

²⁰ Michael H Walizer, "Metode dan Analisis Penelitian Mencari Hubungan," (Jakarta : Erlangga, 2007): 48.

termuat di dalam teks tersebut. Ketidajelasan makna teks dapat diatasi secara lisan oleh pengarangnya, bila ia masih hidup atau oleh pemahaman kata-kata, kalimat-kalimat dalam teks itu dapat ditangkap secara kurang lebih “lurus” dari makna yang dimaksud pengarangnya”.²¹ Seperti yang diungkapkan oleh Habermas, bahwa hermeneutika sebagai sebuah seni memahami makna komunikasi linguistik dan menafsirkan suatu simbol yang bisa berupa teks atau sesuatu yang diperlakukan sebagai teks untuk dicari arti dan maknanya, dimana metode ini mengharuskan adanya kemampuan untuk menafsirkan masa lampau yang tidak di alami, kemudian dibawa ke masa sekarang.²²

Contoh penelitian yang menggunakan analisis Hermeneutika dibidang Ilmu Sosial ialah “Hermeneutika Gadamerian, Kuasa Bahasa dan Wacana Politik Gus Dur” oleh Prof. Dr. Mudjia Raharjo, M.Si. Dalam proses interpretatif, Gadamer menyatakan bahwa ada kaitannya antara penafsir dan teks, dimana penafsir telah mempertimbangkan konteks historinya bersama prasangka-prasangka sang penafsir itu sendiri. Seperti tradisi, budaya dan bahasa²³. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dan menganalisis isi pesan dakwah Istiqomah Rizky diakun Tiktoknya dengan menggunakan metode analisis Hermeneutika Gadamer.

²¹ Septiana Sofkhatin, *Komunikasi Persuasif Dalam Konten Youtube Analisa Chanel: Self Love Day 1-7 (Analisis Hermeneutika Gadamer)*, (Purwokerto : Skripsi IAIN Purwokerto, 2021): 29 - 30

²² Neli Ayu Lestari, *Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Hermeneutik “Anti Pacaran” Pada Akun Instagram @Bagasmaulanasaki)*, (Purwokerto : Skripsi IAIN Purwokerto, 2019) : 21

²³ Dimas Bagus Pamilih, *Analisis Pesan Dakwah dalam Akun Instagram @Kumpulan.ceramah.singkat*, (Lampung : Skripsi UIN Raden Intan, 2022): 24.

2. Pokok-pokok Hermeneutika Gadamer

Hans-Georg Gadamer lahir di Marburg pada 11 Februari 1900. Gadamer masuk studi kesusastraan, sejarah seni, psikologi dan filsafat di Universitas Breslau pada awal tahun 1918. Gadamer dikenal sebagai seorang penulis kontemporer dalam bidang hermeneutika yang amat terkemuka. Ia mempunyai karya yang dinamakan *wahrheit and methode*. Prinsip utama dari teori Gadamer adalah bahwa seseorang selalu memahami pengalaman yang dilihat dari sudut pandang perkiraan atau asumsi. Dalam memaknai sebuah teks, Gadamer melihat sebuah makna menggunakan beberapa variabel, diantaranya:

1) Historis

Gadamer berpendapat bahwa menghilangkan perandaian sama dengan mematikan pemikiran. (1) ia tidak mengimpikan hermeneutika bertugas menentukan arti yang asli dari suatu teks, interpretasi tidak sama dengan mengambil suatu teks, lalu mencari arti yang diletakkan didalamnya oleh pengarang. (2) sangat mustahil menjembatani “jurang cakrawala” antara penafsir dan pengarang. Karena penafsir tidak akan bisa melepaskan diri dari situasi historis dimana ia sedang berada. Menurut teori ini, pemahaman seorang penafsir ternyata dipengaruhi oleh situasi hermeneutik tertentu yang ada di dalamnya, baik itu berupa tradisi, kultur, maupun pengalaman hidup. Pada intinya Gadamer berpendapat bahwa seorang penafsir harus mampu mengatasi subjektivitasnya ketika dia menafsirkan suatu teks²⁴.

²⁴ Septiana Sofkhatin, *Komunikasi Persuasif Dalam Konten Youtube Analisa Chanel: Self Love Day 1-7 (Analisis Hermeneutika Gadamer)*, (Purwokerto : Skripsi IAIN Purwokerto, 2021) : 31

2) Dialektika / Dialog

Dalam proses ini, teks dan penafsir melakukan suatu keterbukaan satu sama lain, sehingga keduanya seolah-olah berinteraksi memberi dan menerima yang kemudian muncul suatu pemahaman baru. Peristiwa dialektis antara cakrawala teks dengan cakrawala penafsir, Gadamer menyebutnya dengan “peleburan cakrawal-cakrawala”. Hal tersebut diartikan sebagai integrasi historisasi kita pada objek pemahaman yang menjadikan integrasi itu “mempunyai kandungan objek di mata kita”. Jadi pada intinya, peleburan tersebut menjadi mediator yang berada diantara masa lalu dan masa kini atau antara yang asing dengan yang lazim sebagai bagian dalam usaha memahami²⁵.

3) Teori penerapan

Dalam teori ini, seorang pembaca disamping harus memahami dan menafsirkan teks ia harus melakukan satu hal lagi yaitu “penerapan” (anwendung). Dalam pandangan Gadamer, pesan yang harus di terapkan oleh penafsir bukanlah makna literal (harfiah) teks, akan tetapi *meaningful ense* (makna berarti) atau pesan yang lebih berarti dari sekedar makna literal teks²⁶.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian masa lalu merupakan upaya peneliti untuk mencari pembanding guna mendapatkan referensi dan inspirasi baru bagi penelitiannya. Penelitian terdahulu ini bisa menjadi acuan penulis saat melaksanakan penelitian, sehingga peneliti mendapatkan inspirasi dan dapat mengembangkan inspirasinya. Peneliti memilih beberapa penelitian tentang pesan dakwah

²⁵ Edi AH Iyubenu, *Berhala-Berhala Wacana*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015): 185

²⁶ Neli Ayu Lestari, *Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Hermeneutik “Anti Pacaran” Pada Akun Instagram @Bagasmaulanasakti)*, (Purwokerto : Skripsi IAIN Purwokerto, 2019) : 26

menggunakan media sosial untuk sumber referensi dalam memperluas materi pembelajaran kajian ini. Peneliti kemudian dapat menganalisis perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya yang terkait dan relevan.

Adapun beberapa sumber penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan dalam penelitian Analisis Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok pada Akun @Istiqomah_Rzk, diantaranya sebagai berikut:

1. Tasha Bulan Suci Fanti (2022), mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penulis menyusun penelitian berjudul “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban”.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama memiliki fokus pada dakwah melalui media sosial Tiktok dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Tasha Bulan Suci Fanti berfokus pada pemaparan dakwah yang dibawakan oleh Husain Basyaiban dalam berdakwah saja²⁷. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis hermeneutika untuk melakukan penelitian mengenai pesan dakwah, bentuk penyampaian dan respon *followers* dengan objek penelitian akun Tiktok @Istiqomah_Rzk.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tasha Bulan Suci Fanti termasuk penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan analisis isi yang akan memberikan data berbentuk deskriptif. Adapun sumber yang penulis peroleh didapatkan dari dokumentasi video Tiktok Husain Basyaiban. Hasil penelitian Husain Basyaiban merangkum pesan dakwah yang dikemas menjadi tiga tema, yakni mengenai Aqidah, Akhlak, Syariat dengan gaya bahasa yang lugas dan berakhlak mulia.

2. Yosiena Duli Deslima (2018), mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung. Penulis membuat penelitian dengan judul

²⁷ Tasha Bulan Suci Fanti, “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban” (Skripsi, Fakultas Dakwah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022)

“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”.

Persamaannya dengan pembahasan ini yaitu keduanya memiliki fokus utama dalam pemanfaatan media sosial untuk media berdakwah. Adapun perbedaannya terletak di subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian sebelumnya memfokuskan pada media sosial Instagram sebagai media berdakwah, dan penelitian yang penulis teliti terfokus pada media sosial Tiktok. Selain itu objek dalam penelitian terdahulu adalah mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, sementara penelitian ini objek penelitian berfokus pada akun Tiktok @ Istiqomah_Rzk.

Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sampel Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung yang dipilih secara random sampling. Hasil penelitian Yosiena Duli Deslima menunjukkan bahwa instagram memiliki pengaruh yang besar sebagai media dakwah. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI dibagi menjadi dua macam, diantaranya: 1) Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi, 2) Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah. Sehingga Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam. Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung dalam menyampaikan materi dakwah mereka menggunakan berbagai fitur-fitur yang ada diinstagram, seperti instastory dalam bentuk foto maupun video²⁸.

3. Evi Nowidiyanti (2021), mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Peneliti menyusun penelitian berjudul “Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @Basyasman00)”.

²⁸ Yosiena Duli Deslima, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung,” (Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung, 2018)

Keduanya memiliki persamaan sama-sama menganalisis isi pesan dakwah dalam konten Tiktok menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu bertujuan mengetahui pesan dakwah yang mengandung pesan akidah, akhlak dan syariah pada akun Tiktok @Basyasman00. Sedangkan penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pesan dakwah dalam analisis hermenutik, dan respon *followers* terhadap konten video yang dibuat dalam akun Tiktok @Istiqomah_Rzk.

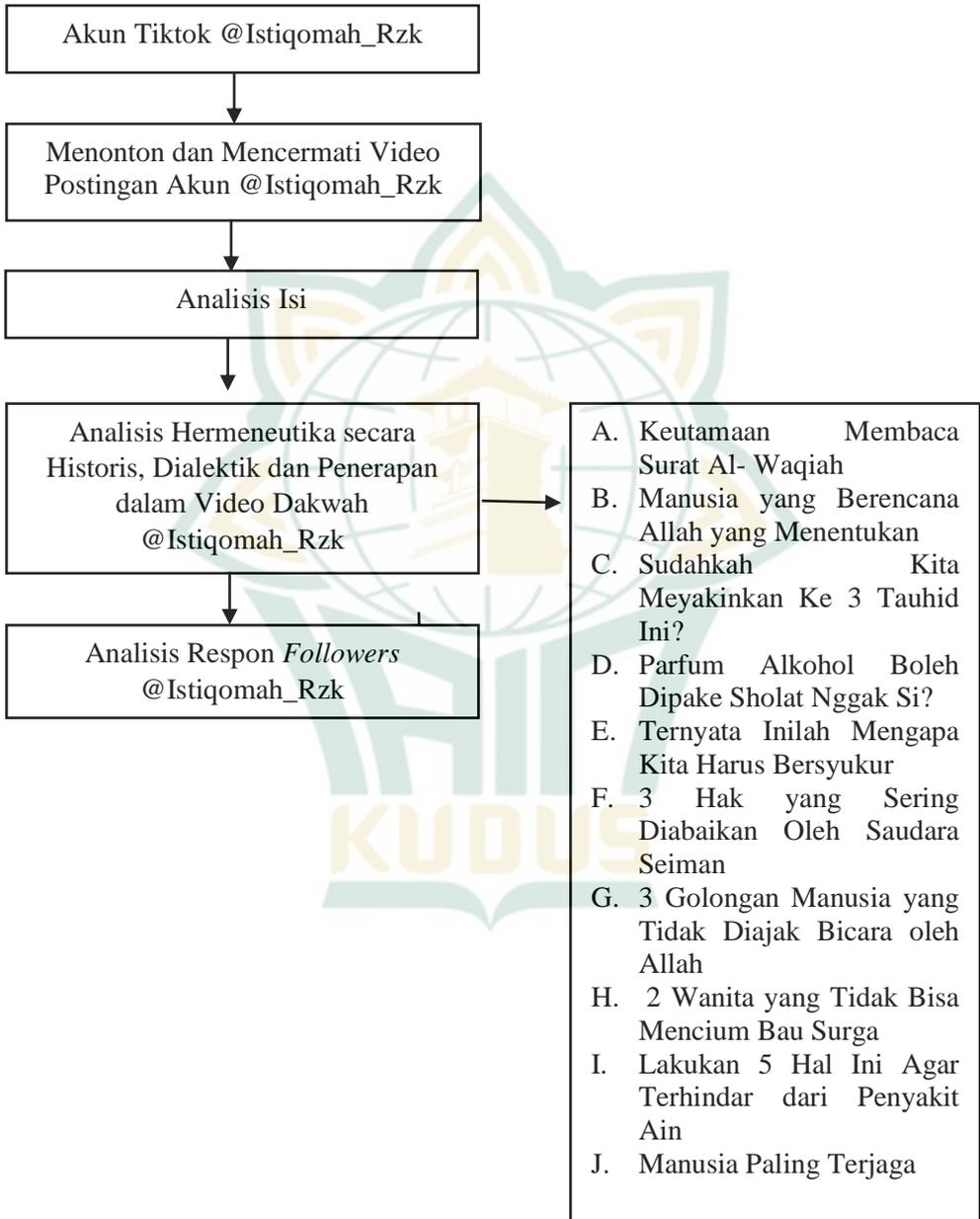
Dari hasil penelitian Evi Nowidiyanti menunjukkan terdapat pesan Dakwah yang merupakan pesan iman, meliputi iman kepada Tuhan, mewujudkan keteladanan seorang hamba hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT, keyakinan terhadap kitab-kitab Allah, menjelaskan keyakinan akan adanya kitab Allah yang berisi aturan dan ajaran agama. Pesan moral* mencakup kemurahan hati terhadap Tuhan, yaitu seorang hamba yang mampu menerima dengan lapang dada atas ketentuan dan larangan yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT. Etika terhadap manusia mengacu pada bentuk kepribadian, segala tindakan dan perkataan terhadap makhluk lain dan etika terhadap lingkungan alam adalah bentuk sikap dan perilaku terhadap lingkungan. Pesan terakhir adalah ibadah syari'ah berarti ketetapan-ketetapan dari Allah meliputi rukun Islam, yaitu syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji²⁹.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual dari hubungan beberapa teori dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai poin-poin yang penting. Maka dari itu, kerangka berpikir dalam penelitian ini akan mengarah pada metode pengkajian gambar dan teks berdasarkan model analisis isi. Dalam penelitian ini akun Tiktok yang penulis teliti yakni akun Tiktok @Istiqomah_Rzk, dengan tujuan agar dapat mengungkap bentuk penyampaian, pesan dakwah yang terkadang serta respon para *followers* terhadap postingan video dakwah pada akun Tiktok @Istiqomah_Rzk.

²⁹ Evi Nowidiyanti, "Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @Basyasman00)", (Ponorogo : Skripsi Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo, 2021)

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Bagan diatas merupakan kerangka berpikir dari penelitian ini, dimana akun Tiktok @Istiqomah_Rzk menjadi Objek yang akan diteliti.

Langkah awal yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mencermati dan memaknai video dalam unggahan di akun Tiktok @Istiqomah_Rzk. Peneliti memilih konten video dakwahnya yang berjudul Keutamaan Membaca Surat Al – Waqiah, Manusia yang Berencana Allah yang Menentukan, Sudahkah Kita Meyakinkan Ke 3 Tauhid Ini?, Parfum Alkohol Boleh Dipake Sholat Nggak Si?, Ternyata Inilah Mengapa Kita Harus Bersyukur, 3 Hak yang Sering Diabaikan Oleh Saudara Seiman, 3 Golongan Manusia yang Tidak Diajak Bicara oleh Allah, 2 Wanita yang Tidak Bisa Mencium Bau Surga, Lakukan 5 Hal Ini Agar Terhindar dari Penyakit Ain dan Manusia Paling Terjaga.

Yang kemudian peneliti menganalisis pesan dakwah yang terkandung dalam video postingan @Istiqomah_Rzk peneliti menggunakan analisis teori Hermeneutika dengan pendekatan historis, dialektika, dan penerapan. Peneliti menganalisis pesan-pesan dakwah yang terkandung didalam postingan video @Istiqomah_Rzk, sehingga melalui pendekatan historis adalah berdasarkan fenomena yang sering dialami yaitu melihat teks yang disampaikan oleh Istiqomah Rizky didalam video postingannya dengan relasi kehidupan di masa sekarang. Pendekatan dialektika yaitu menganalisis dialog dalam konten tersebut setelah sesbelumnya menganalisis secara historis. Diantara dialog yang dimaksud yaitu dialog yang menunjukkan adanya pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Pendekatan penerapan dilakukan dengan menyimpulkan setelah melakukan pendekatan historis dan dialektika, kemudian melihat pesan dakwah yang terkandung dan menerapkannya dalam kehidupan. Melalui analisis dengan menggunakan tiga pendekatan tersebut, peneliti menarik kesimpulan pesan dakwah dalam postingan akun @Istiqomah_Rzk.

Lalu pada tahap terakhir, peneliti melakukan analisis respon yang diberikan oleh *followers*. Peneliti menganalisis dengan cara melihat setiap komentar yang diberikan oleh *followers* di setiap video yang diposting oleh akun @Istiqomah_Rzk. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan tiga *followers* akun @Istiqomah_Rzk yang dipilih secara *random*. Dari metode tersebut peneliti mengambil kesimpulan

bagaimana respon yang kebanyakan diberikan oleh *followers* di akun Tiktoknya.

