

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah termasuk kata kerja (*fi'il*), yang berasal dari bahasa Arab “*da'a- yad'u*” yang berarti menyeru atau memanggil. Sedangkan dalam bentuk *mashdar* dalam bahasa arab “*Da'wah*” yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Orang yang melakukan dakwah memiliki sebutan da'i sedangkan audiensnya disebut mad'u.¹

Sedangkan arti dakwah secara terminologis ialah seruan kepada perorangan ataupun kelompok manusia untuk mempercayai dan mengamalkan akidah, syariah, dan akhlak Islam.² Dalam arti luas dakwah merupakan mengajak manusia untuk beriman kepada Allah SWT serta memerintahkan kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi mungkar*).

Berdasarkan pemaparan pengertian dakwah diatas, terdapat beberapa definisi dakwah menurut pendapat para ahli, sebagai berikut.

- 1) Syekh Muhammad Al-Khadir Husain, dakwah ialah:

حث الناس على الخير والهدى والأمر بالمعروف والنهي عن
المنكر ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل

“Menyeru manusia kepada kebaikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebaikan dan melarang kemungkaran supaya memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.”

Definisi ini juga menjadi pegangan bagi Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya, *Hidayah Al-Mursyidin* untuk menguraikan definisi dakwah.³

- 2) Masdar Helmy mengatakan, dakwah ialah menyeru manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang

¹ Daniel Rusyad, *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar* (abQarie Press, 2020), <https://books.google.co.id/books?id=r3gREAAAQBAJ>.

² Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 2.

³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 10.

lurus sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

- 3) Quraish Shihab mengartikan dakwah sebagai ajakan atau seruan kepada keinsafan, atau usaha mengubah keadaan yang semula buruk menjadi keadaan yang lebih baik dan sempurna baik terhadap diri sendiri maupun masyarakat.⁴

Berdasarkan penjelasan mengenai arti dakwah diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah dapat dilakukan oleh setiap muslim karena merupakan kegiatan yang mulia, sayangnya masyarakat berasumsi bahwa dakwah hanya boleh dilakukan oleh seorang yang memiliki julukan ustadz atau kyai. Padahal dakwah wajib hukumnya bagi setiap muslim, bahkan para ulama sepakat mengenai hal tersebut. Saling mengingatkan dalam hal kebaikan maka akan mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.

b. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan merupakan suatu gagasan atau pemikiran yang disampaikan oleh pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan).⁵ Pesan juga dapat diartikan sebagai informasi atau maksud yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan. Dalam menyampaikan pesan dapat dilakukan melalui dua cara yaitu secara langsung maupun tidak langsung. Penyampaian pesan secara langsung dilakukan secara tatap muka oleh komunikator dan komunikan. Sedangkan penyampaian pesan secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan media komunikasi antara komunikator dan komunikan. Berdasarkan bentuknya, menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyik Wahab mengkualifikasikan tiga model pesan, yaitu⁶ :

- 1) *Informatif*, penyampaian pesan yang mengandung fakta dan data lalu komunikan menyimpulkan sendiri apa yang ia tangkap dari komunikator.

⁴ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 20.

⁵ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 175.

⁶ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 182.

- 2) *Persuasif*, pesan yang berisi bujukan dengan tujuan membangkitkan kesadaran dan pengertian manusia bahwa apa yang disampaikan komunikator dapat mengubah sikap komunikasi menjadi lebih baik atas kesadaran diri sendiri dan tidak ada paksaan.
- 3) *Koersif*, penyampaian pesan berbentuk perintah yang mengandung elemen desakan sehingga memberikan penekanan yang dapat memunculkan tekanan batin serta intimidasi di kalangan umum/publik.

Dalam kamus Bahasa Inggris pesan memiliki arti *command, order, message, instruction*. Pesan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu simbol verbal dan simbol nonverbal yang menjembatani gagasan, perasaan, nilai, atau isi yang disampaikan komunikator kepada komunikan.⁷ Pesan simbol verbal yaitu menggunakan bahasa melalui ucapan atau tulisan yang dapat memperjelas objek, perasaan, gagasan. Sedangkan pesan simbol nonverbal adalah bahasa tubuh, yang dapat divisualisasikan melalui perilaku maupun *gesture* anggota tubuh. Menurut Hanafi, terdapat tiga model pesan yang patut ditinjau, yaitu⁸ :

- 1) Kode Pesan, deretan sekumpulan simbol yang dapat melahirkan makna bagi komunikan.
- 2) Isi Pesan, materi yang digunakan komunikator untuk mengungkapkan maksud dan tujuan.
- 3) Wujud Pesan, ketetapan yang telah ditentukan komunikator mengenai cara memaparkan maksud dari bentuk pesan yang dikemas dengan baik untuk memicu ketertarikan komunikasi terhadap isi pesan yang disampaikan.

Setiap da'i mempunyai gaya dan cara tersendiri dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Selalu terdapat amanat yang dapat di ambil dari setiap dakwah yang disajikan da'i kepada mad'u. Dalam setiap dakwah yang di sampaikan seorang da'i selalu terdapat pesan yang diharapkan mampu dipahami serta membawa perubahan perilaku dan sikap mad'u.

Pesan dakwah ialah segala isi dakwah yang terdiri dari ucapan, simbol, maupun tindakan yang dipaparkan

⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 3.

⁸ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 177.

da'i kepada mad'u. Apabila berdakwah dilakukan melalui lisan maka apa yang diucapkan da'i adalah pesan dakwah. Apabila dakwah disampaikan menggunakan tulisan maka apa yang ditulis da'i adalah pesan dakwah. Apabila dakwah disampaikan menggunakan tindakan maka perbuatan baik yang dilakukan da'i tersebut adalah pesan dakwah.⁹ Pada dasarnya, apapun yang disampaikan dalam kegiatan dakwah selama tidak bertentangan dengan dalil naqli, yakni Al-Quran dan Hadits dapat disebut sebagai pesan dakwah.

Dalam kegiatan dakwah, pesan termasuk salah satu unsur pokok. Tanpa adanya pesan dalam berdakwah dianggap tidak sempurna. Sebelum menyampaikan pesan dakwah terdapat beberapa hal perlu diperhatikan da'i supaya dakwahnya dapat dikatakan berhasil, yaitu¹⁰ :

- 1) Menyusun pesan secara menarik untuk disampaikan kepada mad'u.
- 2) Penyampaian pesan perlu diberikan rambu-rambu yang menjurus pada profesionalisme pribadi da'i dan mad'u yang harapannya akan dicerna dengan baik.
- 3) Pesan harus merivitalisasi keperluan pribadi seorang da'i, lalu menganjurkan mad'u akan strategi guna mendapatkan keperluan tersebut.
- 4) Da'i menyampaikan suatu cara untuk memenuhi keperluan yang layak sebanding dengan situasi dan kondisi tempat mad'u berada guna mencapai pendapat yang diharapkan.

Sebagai seorang da'i belum cukup jika hanya mengajak dan mendorong mad'u menuju kearah yang lebih baik, namun juga perlu diperhatikan efek yang akan timbul dari dakwah yang disampaikan terhadap transisi mad'u. Oleh sebab itu, penting sekali bagi da'i untuk merancang pesan atau materi semaksimal mungkin sebelum dakwah tersebut disampaikan kepada mad'u.

⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 272.

¹⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (PT Remaja Rosdakarya, 2013), <https://books.google.co.id/books?id=J6g3cgAACA AJ>.

c. Unsur-unsur Dakwah

1) Da'i (Subjek Dakwah)

Secara bahasa da'i atau subjek dakwah merupakan seorang personal yang mampu menjalankan aktivitas dakwah melalui lisan maupun tulisan kepada individu maupun khalayak luas, jika dikaitkan dengan berbagai macam hal yang membutuhkan keterampilan serta ilmu, dakwah wajib hukumnya bagi individu yang beriman.¹¹

2) Mad'u (Objek dakwah)

Mad'u merupakan *maf'ul isim* yang berasal dari istilah *da'a*, memiliki arti "yang disambut" atau "yang dijadikan sasaran berdakwah". Mad'u menjadi objek dalam dakwah, objek tersebut bersifat universal. Semua khalayak yang menerima pesan dakwah berupa ajaran agama Islam maka disebut mad'u. Mad'u tidak hanya dikhususkan bagi umat Islam saja, namun non-Muslim juga turut menjadi sasaran dakwah.

3) Materi Dakwah (*Maddah al-Dakwah*)

Seluruh pelajaran Islam yang dihunikan sebagai materi dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Dengan demikian, isi atau materi yang dikomunikasikan oleh da'i kepada mad'u disebut dengan dakwah maddah.¹²

4) Metode Dakwah (*Thariqoh al-Dakwah*)

Wasilah dakwah merupakan media untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada khalayak luas. Terdapat lima kategori media dakwah yaitu :

- a) Dakwah wasilah lisan menjadi jenis dakwah yang paling mendasar yang memanfaatkan mulut dan suara. Contohnya ceramah, nasehat, bimbingan dan konseling, dan sebagainya.
- b) Tulisan, majalah, (korespondensi), buku majalah komposisi, kartu coretan, dan sebagainya.
- c) Gambar, karikatur, lukisan dan sebagainya.

¹¹ A Fikri Amiruddin Ihsani, "Subjek Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2019): 44–58, diakses pada 7 Desember, 2021, <https://ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/kopis/article/view/1119>.

¹² Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), 194.

- d) Media umum seperti TV, radio, film, media sosial, dan media umum lainnya merupakan contoh alat promosi dengan tujuan tertentu yang memperkuat indera penglihatan atau pendengaran bahkan keduanya. Mad'u dapat menyaksikan dan memahami materi dakwah yang disampaikan da'i.¹³
- 5) Atsar Dakwah

Atsar dakwah merupakan sebutan lain dari *feedback* atau umpan balik dari proses kegiatan dakwah. *Feedback* ini sering disepelekan atau mungkin tidak diperhatikan lagi oleh sebagian da'i. Mereka sering menganggap apabila mad'u sudah diberikan materi dakwah maka tugasnya dalam menyampaikan dakwah sudah selesai. Padahal *feedback* termasuk unsur yang penting sebab sebagai da'i dapat mengetahui perkembangan perilaku mad'u, sudah berubah kearah yang lebih baik atau belum.¹⁴ Maka dari itu, keberhasilan dakwah seorang da'i diukur dari *feedback* mad'u.

d. Macam-macam Dakwah

Dakwah ialah kegiatan menyeru kepada khalayak umum untuk menjadi manusia yang lebih baik. Oleh karena itu, dakwah mempunyai cara yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah sesuai pada sasarannya. Dalam Al-Qur'an telah diungkapkan beberapa cara dakwah, yaitu :

1) Dakwah *Bil Hikmah*

Dakwah *bil hikmah* menjadi salah satu metode dakwah yang relevan untuk sekarang ini, karena dengan metode ini dapat menyentuh perasaan mad'u. Metode dakwah *bil hikmah* disebut juga metode yang realistis-praktis, dimana da'i mampu mencermati realitas yang terjadi, baik pada tingkat intelektual, psikologis, pemikiran, hingga sosiologis.¹⁵ Dakwah *bil*

¹³ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Jakarta: CV. Salsabila Putra Pratama, 2013), 70.

¹⁴ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 34.

¹⁵ Muliwati Amin, *Metodologi Dakwah*, ed. Nurhidayat (Makassar: Alaudin University Press, 2013), 70-73.

hikmah merupakan metode penyampaian dakwah yang didasarkan pada pengetahuan sepenuhnya yang disertai kebijaksanaan, sehingga da'i menyampaikan dakwah dengan penuh percaya diri, sungguh-sungguh dalam berdakwah, penuh kebenaran dan ketekunan sesuai dengan format *al nubuwwah* dan pelajaran dalam Al-Qur'an dan Hadits.¹⁶

2) *Al-Mauidzah al-Hasanah*

Menurut Abdul Hamid Al-bilali, mau'idzah hasanah ialah cara berdakwah guna menyeru ke arah yang lebih baik dengan membimbing atau menyampaikan nasihat secara lemah lembut supaya mad'u menjadi lebih baik sesuai dengan perintah Allah SWT.¹⁷ Dalam teknik dakwah ini, da'i sepenuhnya memberikan nasihat dan memperingatkan kepada mad'u dengan bahasa yang santun guna menggugah hati sehingga mad'u bisa menerima nasihat tersebut.¹⁸

3) Dakwah *bil-Mujadalah*

Dalam metode dakwah ini merupakan upaya dakwah melalui diskusi atau bertukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat dengan tujuan mencari jalan keluar atau mencari kebenaran suatu masalah tanpa saling menjatuhkan dan menyakiti.¹⁹

Selain metode dakwah di atas, ada pula beberapa metode dakwah kontemporer yang disajikan sesuai dengan perkembangan media massa saat ini. Metode ini juga lebih unggul karena penggunaannya yang efisien. Dakwah ini dikemas lebih menarik supaya diterima dengan baik oleh mad'u. Metode dakwah kontemporer tersebut meliputi:

¹⁶ K.K.N.D.R. UIN-SU, *Pendidikan Dan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19* (GUEPEDIA), <https://books.google.co.id/books?id=BxhNEAAAQBAJ>.

¹⁷ K.K.N.D.R. UIN-SU, *Pendidikan Dan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19*.

¹⁸ K.K.N.D.R. UIN-SU, *Pendidikan Dan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19*.

¹⁹ K.K.N.D.R. UIN-SU, *Pendidikan Dan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19*.

1) Dakwah melalui *Handpone* (HP)

Handpone (HP) merupakan produk teknologi yang menjadi salah satu media dakwah di era globalisasi atau era kontemporer. HP menjadi sangat urgen untuk diaktualisasikan sebagai media dakwah karena keberadaannya yang dapat dijadikan wacana pemikiran untuk pengembangan kegiatan dakwah, bahkan mayoritas para da'i di era kontemporer ini mempunyai HP.

Selain digunakan sebagai media dakwah melalui SMS (*Short Message Service*), HP juga dapat digunakan untuk melaksanakan dakwah melalui sarana *internet* dimana dapat bertukar informasi dan berkomunikasi dalam kegiatan dakwah. Aktualisasi dakwah melalui HP di era kontemporer ini harus sejalan dengan esensi dakwah itu sendiri. Misalnya melakukan panggilan langsung, yaitu menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lisan (*bil kalam*). Untuk aktualisasinya harus diawali dengan sapaan yang islami, yakni dengan mengucapkan salam, atau yang penting tidak keluar dari esensi dakwah. Selepas itu mulai mengajak komunikasi dengan cara yang bijak (*bil hikmah wa mau'zah al-hasanah*), agar mad'u merasa tersentuh terhadap materi dakwah yang disajikan oleh da'i.

Selain melalui panggilan langsung, dakwah media HP juga dapat disampaikan melalui SMS, *email*, *faximile*, dan lain sebagainya. Aktualisasi dakwah dengan beberapa cara tersebut mempunyai prospek yang lebih tinggi, sebab HP sudah menjadi kebutuhan khalayak di era kontemporer tanpa ada batasan ruang dan waktu.²⁰

2) Dakwah melalui *Information Technology* (IT)

Information Technology atau lebih dikenal dengan sebutan teknologi informasi selain dapat digunakan sebagai sarana internet untuk bertukar informasi dan berkomunikasi, juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah melalui aplikasi terinstal, seperti twitter, youtube, facebook, TikTok, dan lain sebagainya.

²⁰ Mulyati Amin, *Metodologi Dakwah*, 159-161.

Information Technology (IT) dirasa urgen untuk digunakan sebagai media dakwah, sebab *Information Technology* (IT) termasuk alat elektronik yang dapat digunakan melalui internet, sebagaimana fasilitas elektronik lainnya seperti radio dan televisi sudah digunakan sebagai media dakwah. Dakwah sendiri memiliki arti seruan atau ajakan, yang mana dapat dilakukan dengan menggunakan *Information Technology* (IT) dengan menyerukan dakwah melalui aplikasi Twitter, Youtube, Facebook, TikTok, dan lain sebagainya.²¹

e. Materi Dakwah

Materi dakwah (*maddah*) ialah segala isi pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u yang berdasarkan dalil aqli (akal pikiran) dan dalil naqli (Al-Qur'an dan Hadits). Ajaran-ajaran Islam yang bersumber dari dua dalil tersebut tentunya sangat luas, apalagi dalam Al-Qur'an telah mengatur seluruh aspek kehidupan, maka luas sekali ajaran yang dapat dijadikan sebagai *maddah*, namun secara garis besarnya hanya terdapat tiga *maddah* yang wajib disyiarkan kepada mad'u, yakni sebagai berikut:

1) Akidah

Dalam bahasa Arab, akidah bersumber dari kata *aqada-ya'diqu-aqadan* yang memiliki arti meyakini, mempercayai atau meningkatkan. Maka, akidah diartikan sebagai ikatan antara hamba dengan Tuhan.²² Seorang da'i wajib mensyiarkan pesan akidah kepada mad'u dengan menyampaikan pemahaman serta *knowledge* mengenai akidah umat muslim akan kehadiran Allah SWT.²³

Klasifikasi aspek akidah yang diperlu disampaikan da'i kepada mad'u ialah 6 rukun iman, sebagai berikut:

- a) Iman kepada Allah SWT
- b) Iman kepada para malaikat Allah SWT
- c) Iman kepada kitab-kitab Allah SWT

²¹ Muliwati Amin, *Metodologi Dakwah*, 134-138.

²² Mahrus, *Aqidah* (Jakarta: Departemen Agama, 2009), 4.

²³ Wahyu Ilaihi dan Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, 24.

- d) Iman kepada para rasul Allah SWT
- e) Iman kepada hari kiamat
- f) Iman kepada qadha dan qadar²⁴

Rasulullah Saw ketika berdakwah materi yang pertama disampaikan adalah mengenai akidah, mengingat bahwa aspek akidah itulah nantinya bakal membimbing dan menentukan akhlak manusia.²⁵

2) Syariah

Secara etimologi syariah berarti jalan, sedangkan secara terminologi syariah adalah norma atau peraturan yang mengatur *relationship* manusia dengan Tuhan atau ibadah yang meliputi tata cara bersuci (*thaharah*), shalat, puasa, zakat, haji, serta mu'amalah yaitu hubungan antara sesama makhluk.²⁶

Mu'amalah atau dengan sebutan lain ibadah *ghairu mahdlah* (ibadah umum) terdiri dari tujuh aspek hukum, antara lain:

- a) Hukum perdata keluarga (*al-ahkam al-ahwal al-syakshiyah*)
- b) Hukum pidana (*al-ahkam al-jinaiyyah*)
- c) Hukum perdata ekonomi (*al-ahkam al-madaniyyah*)
- d) Hukum acara (*al-ahkam al-murafa'at*)
- e) Hukum tata negara (*al-ahkam al-dusturiyyah*)
- f) Hukum politik (*al-ahkam al-dauliyyah*)
- g) Hukum publik (*al-ahkam al-iqtishadiyyah wa al-maliyyah*)²⁷

Secara umum, aspek syariah memiliki tiga perkara pokok, antara lain:

- a) Penetapan metode ibadah serta tata cara pelaksanaannya sesuai dengan tuntutan (*tauqifi*)
- b) Penetapan berbagai hal yang tidak bertentangan dengan tujuan-tujuan utama syariah Islam, atau berbagai hal baru yang bisa mendatangkan madharat dalam bermu'amalah.

²⁴ Mardani, *Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi* (Depok: Kencana, 2017), 68.

²⁵ Eneng Purwanti, "Wilayah Penelitian Ilmu Dakwah," *Jurnal Adzikra* 3, no. 1 (2012): 55, diakses pada 7 Desember, 2021, <https://core.ac.uk/download/pdf/267962744.pdf>.

²⁶ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 284.

²⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 287.

- c) Peletakan dasar dan prinsip-prinsip umum untuk sebagian besar syariah, serta memperlonggar kesempatan untuk berijtihad dalam praktik-praktik amaliyah dan berbagai hukum cabang yang khilafiyah.²⁸
- 3) Akhlak

Secara etimologi akhlak bersumber dari bahasa Arab yang mana jamak dari kata “*khuluqun*” yang berarti tingkah laku atau tabiat, budi pekerti, perangai.²⁹ Sedangkan secara terminologi akhlak ialah pengetahuan yang menerangkan mengenai *haq* dan *bathil*, mengatur pergaulan manusia dan menata *output* dari usaha yang sudah dilakukan.³⁰

Aspek akhlak berisi mengenai akhlak mulia dan sifat-sifat terpuji, serta perilaku yang benar sesuai dengan nilai Islam. Akhlak juga memiliki istilah lain, yaitu *Ihsan* yang mana telah diterangkan Rasulullah Saw ketika beliau ditanya oleh malaikat Jibril perihal *ihsan*, beliau bersabda, “*Ihsan adalah kamu menyembah Allah SWT seolah-olah kamu melihat-Nya, jika kamu tidak bisa melihat-Nya maka sesungguhnya Allah SWT melihatmu.*” Beliau juga bersabda, “*Aku diutus untuk menyempurnakan kemuliaan-kemuliaan akhlak.*”³¹

Dapat disimpulkan bahwa akhlak ialah karakter manusia yang sudah merekat dalam jiwa dan sudah menjadi individualitasnya sehingga muncul bermacam jenis tindakan yang dilakukan secara spontan dan tidak perlu memikirkan dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Akhlak dikualifikasikan menjadi dua jenis yakni akhlak baik (*akhlak karimah*) dan akhlak buruk (*akhlak mazmumah*). Islam amat memprioritaskan akhlak yang baik sesuai tuntutan syariah Islam. Maka

²⁸ Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, 234.

²⁹ Zulkifli dan Jamaluddin, *Akhlak Tasawuf*, ed. Madona Khairunisa (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), <http://repository.uin-suska.ac.id/16976/1/AkhlaqTasawuf.pdf>.

³⁰ Syarifah Habibah, “Akhlak Dan Etika Dalam Islam,” *Jurnal Pesona Dasar* 1, no. 4 (2015): 81, diakses pada 8 Desember, 2021, <http://e-repository.unsyiah.ac.id/PEAR/article/view/7527/6195>.

³¹ Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, 195-196.

dalam berdakwah perlu disampaikan materi akhlak agar mad'u meninggalkan *akhak mazmumah* dan meningkatkan *akhak karimah*, baik akhlak kepada Allah, akhlak kepada sesama manusia dan akhlak terhadap lingkungan (hewan dan tumbuhan).

2. TikTok

a. Pengertian Aplikasi TikTok

TikTok resmi dibuat pada tahun 2016 oleh negara China yang mengusung *platform* video musik. TikTok ini di *release* sebagai proyek besar dari salah satu perusahaan teknologi China, Bytedance. Nama asli aplikasi TikTok ini adalah *Douyin*.³² Aplikasi TikTok memberikan *special effects* yang menarik dan unik sehingga para pengguna dapat membuat video musik singkat dengan performa yang menarik dengan mudah sehingga aplikasi ini digandrungi semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua yang memerlukan hiburan.

Aplikasi TikTok dapat di download melalui aplikasi *Googleplay* oleh pengguna android dan aplikasi *Appstore* bagi pengguna iOS. Secara universal, lebih dari 500 juta kali aplikasi TikTok telah diunduh oleh para pengguna dengan penonton video harian mencapai 10 milyar dan negara kontributor teratas ialah Amerika Serikat dan Inggris yakni mencapai 150 juta pengguna.³³

Aplikasi ini membebaskan penggunanya untuk berekspresi dan berkarya melalui video pendek dengan konten yang menarik. Fitur didalamnya meliputi *special effects* seperti efek *shaking and shivering* pada video dengan elektronik musik, 3D stiker, filter wajah, dan fitur lain sebagainya. Selain itu, para *content creator* bisa

³² Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang," *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 4, diakses pada 8 Desember, 2021, <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.

³³ Fatimah Kartini Bohang, "Tik Tok Diblokir Di Indonesia Karena Dinilai Negatif Untuk Anak," 9 Desember, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/03/18503327/tik-tok-diblokir-di-indonesia-karena-dinilai-negatif-untuk-anak>.

leluasa mengexplore kreativitasnya dengan mengunjungi perpustakaan musik lengkap TikTok.³⁴

Content creator TikTok bebas berkarya sesuai dengan *passion* masing-masing sehingga melahirkan beberapa *genre* yang variatif mulai dari konten yang bertujuan hanya untuk menghibur belaka (*life style, comedy*), edukasi, bisnis, personal brand hingga dakwah.³⁵ TikTok memberikan ruang bagi para pengguna untuk dapat berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain, bahkan saling bertukar informasi. Penggunaan aplikasi TikTok banyak digemari karena aplikasi ini mampu menyebarluaskan beragam jenis informasi terkait hal-hal yang sedang terjadi di seluruh dunia dalam bentuk yang singkat dan mudah dipahami.

b. Sejarah TikTok

Banyak masyarakat yang berasumsi bahwa aplikasi TikTok di produksi oleh Silicon Vallery atau *made in Negeri Paman Syam*, seperti aplikasi Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp dan aplikasi *famous* lainnya. Namun pada kenyataannya aplikasi TikTok dilahirkan sebagai proyek dari salah satu raksasa teknologi, Bytedance. Aplikasi TikTok murni *made in china* pada tahun 2016 dengan nama asli China-nya adalah *Douyin*.

Aplikasi TikTok dengan cepat berkembang di penjuru dunia, termasuk di Indonesia. Pada dasarnya, sebagian besar masyarakat Indonesia sulit lepas dari *gadget* baik untuk keperluan bekerja maupun mencari hiburan. Aplikasi TikTok merupakan sebuah *platform* hiburan semata, sebagaimana manusia membutuhkan hiburan ditengah-tengah kesibukan yang di jalani. Berdasarkan penuturan *Head of Marketing* TikTok, Viv Gong mengatakan, Indonesia menduduki peringkat ke-6 di dunia sebagai jumlah pengguna internet. Sebab itulah yang

³⁴ Dini Dwi Cahyani, “Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial,” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020) http://repository.radenintan.ac.id/13179/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/13179/1/SKRIPSI_PERPUS.pdf.

³⁵ Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.”

melatarbelakangi aplikasi TikTok bisa masuk ke Indonesia.³⁶

TikTok digemari oleh kalangan usia pelajar atau biasa disebut dengan generasi Z, namun bukan hanya generasi Z, kalangan orang tua hingga anak-anak juga enggan ketinggalan untuk menggunakan aplikasi TikTok ini. Sehingga, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pernah memblokir aplikasi TikTok di Indonesia pada 3 Juli 2018 dikarenakan setelah dilakukan pemantauan selama kurun waktu satu bulan telah mendapati 2.853 laporan yang mengeluh mengenai aplikasi TikTok ini. Menurut Rudiantara selaku Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, mayoritas laporan dari para pengguna yaitu banyak *content creator* di TikTok yang menyajikan konten tidak mendidik sehingga memberi *negative impact* bagi anak-anak. Namun pada akhirnya di bulan Agustus 2018 kembali beroperasi dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru yakni membatasi usia pengguna mulai 11 tahun keatas.³⁷

Tahun 2020 TikTok kembali *hype* dengan berbagai inovasi dan para pengguna yang lebih cerdas dalam penggunaan TikTok sehingga konten yang dihasilkan lebih bermanfaat, salah satunya adalah konten dakwah. Apalagi Islam merupakan agama yang responsif terhadap seluruh perubahan dan kondisi, dengan berdakwah melalui TikTok ilmu yang disampaikan lebih luas jangkauannya dan pesan dakwah akan diterima dengan baik.

c. Fitur-fitur TikTok

1) Musik *background*

Musik background menjadi salah satu fitur yang dapat menarik minat penonton di TikTok, para *content creator* dapat menggunakan musik yang sedang *hype* sebagai iringan pada background video yang dibuat.

2) Fitur pengubah suara

Suara para *content creator* dalam menyampaikan pesan atau narasi dalam sebuah video

³⁶ Dini Dwi Cahyani, "Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial."

³⁷ Falah Fashih, *Toleransi Lintas Agama*, 5.

menjadi sebuah ketertarikan sendiri bagi penonton. Maka dari itu, suara dapat diubah menggunakan fitur pengubah suara agar dapat didengar dengan jernih dan sesuai dengan substansi konten yang diproduksi.

3) Stiker dan efek

Konten video jauh lebih menarik disajikan dengan menggunakan filter dan efek yang sesuai dengan isi konten, seperti dalam konten dakwah maka *content creator* bisa menambahkan stiker sorban, mimbar, dan sebagainya untuk menunjang konten yang di produksi.

4) Filter video

Aplikasi TikTok telah menyediakan berbagai macam filter yang dapat digunakan para *content creative* sesuai kebutuhan. Misalnya ketika menyampaikan konten dakwah yang membahas mengenai surga dan neraka, maka dapat memakai filter bercahaya untuk surge dan filter api untuk neraka.

5) Filter *beautify*

Wajah para *content creator* menjadi lebih cantik atau tampan dengan menggunakan filter *beautify*. Fitur ini dapat memperhalus wajah, mengatur bentuk wajah menjadi lebih simetris, dan juga dapat mengubah warna lensa mata.

6) Fitur *auto captions*

Content creator TikTok dapat menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan disediakan fitur ini guna mempermudah penonton untuk menikmati video yang diproduksi oleh *content creator*, terkhusus untuk yang memiliki kesulitan pendengaran.

Cara menggunakannya pun mudah, hanya perlu mengklik fitur “Caption” pada laman editing sebelum mengunggah video. Setelah itu, narasi yang dihasilkan *content creator* dalam konten tersebut akan ditranskripsi otomatis oleh aplikasi TikTok. Setelah itu, bisa menyunting subtitle agar tidak terjadi kekeliruan pada teksnya.

7) *Timer*

Dengan adanya fitur *timer* dapat memudahkan para *content creator* untuk mengatur *timing* secara mandiri dalam produksi konten video.

8) Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal

Fitur ini disediakan untuk menghalau bullying di kolom komentar terhadap *user* TikTok. Untuk menggunakannya, pengguna dapat memencet agak lama pada komentar atau mengklik ikon pensil yang ada di sudut kiri atas untuk membuka pilihan. Kemudian *content creator* bisa memilih 100 komentar untuk dihapus atau akun untuk diblok. Dengan begitu penghapusan komentar atau pemblokiran akun dapat dilakukan lebih cepat dan mudah.

9) Fitur live

TikTok menyediakan fitur live yang dapat oleh dipakai oleh *user* TikTok. Namun fitur live pada TikTok berbeda dengan fitur live pada media sosial lainnya. Pada TikTok fitur live ini dapat digunakan oleh *content creator* ketika sudah mencapai minimal 1000 *followers*.³⁸

Sebelum membagikan video konten ke akun TikTok, *content creator* dapat mengimbuhi deskripsi dan *hashtag* pada kolom *caption* yang memicu *followers* untuk mengetahui maksud dan kata kunci yang dibahas dalam video yang tersebut.³⁹

d. TikTok sebagai Media Dakwah

Konsep *al islamu sholih likuli zaman wa makan* (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) menjadi prinsip yang dipegang oleh para da'i untuk berdakwah. Sebagaimana yang telah terjadi saat ini, Islam telah mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang mana dakwah merambah ke dunia maya atau media sosial.

³⁸ Bambang Winarso, "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya?," 8 Juni, 2021, <https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>.

³⁹ Dessy Kushardiyanti and Dkk, "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial TikTok Di Era Pandemi Covid-19," *Orasi Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2016): 102, diakses pada 9 Desember, 2021, <https://syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/download/7936/3839>.

Pada abad ke-21 ini merupakan era kontemporer sebagai masa kemajuan dunia dalam berbagai bentuk serta perspektif kehidupan yang menjanjikan, namun sembari mengkhawatirkan. John Naisbit dalam buku karya Mulyati Amin menyatakan bahwa ciri era globalisasi ini ditandai dengan munculnya saling ketergantungan (*interdependensi*) hampir pada seluruh dimensi kehidupan, hubungan antar negara-bangsa (*nation state*), dan hubungan yang transnasional (*transnational relation*).⁴⁰ Dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga hal yang melekat era globalisasi, yaitu saling berhubungan, integrasi, dan saling keterkaitan satu sama lain. Selaras dengan hal tersebut, dakwah di era kontemporer harus dikemas secara professional dengan tetap mengacu pada upaya *amar ma'ruf nahi mungkar* sebagai esensi dakwah itu sendiri.

Di era kontemporer saat ini, teknologi informasi dan komunikasi mendapati kemajuan yang begitu pesat, selaras terhadap kemajuan dan bertambah modernnya kehidupan beragama, utamanya dari sudut kesemarakkan (*scope*). Terdapat beberapa metode yang dapat diimplementasikan dan diaktualisasikan dalam kegiatan dakwah di era kontemporer, salah satunya yaitu melalui teknologi informasi (*Information Technology*) yang dapat diakses melalui *computer* maupun *smartphone*, contohnya memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah (*wasail ad-dakwah*).

Kemunculan media sekarang ini meringankan untuk menjangkau lebih luas sasaran dakwah (mad'u) untuk berkomunikasi dan menyampaikan kegiatan dakwah, kegiatan dakwah melalui media sosial dinilai relatif cepat, singkat, fleksibel dan sederhana.⁴¹ Dakwah melalui media sosial bisa leluasa tanpa batasan ruang dan waktu dalam jaringan internet, jadi memudahkan para da'i serta para mad'u di seluruh dunia dapat mengakses materi dakwah tersebut kapan saja dan dimana saja.

⁴⁰ Mulyati Amin, *Metodologi Dakwah*, 132.

⁴¹ Ahmad Zaini dan Dwy Rahmawati, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru Pendahuluan," *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus* 8, no. 1 (2021): 168, diakses pada 9 Desember, 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>.

Banyak berbagai *platform* yang memudahkan untuk menyebarkan konten-konten dengan *genre* dakwah, seperti Instagram, YouTube, Facebook, TikTok dan berbagai media lainnya. Dari seluruh *platform* tersebut, TikTok memiliki daya tarik tersendiri di mata seluruh kalangan karena memiliki video musik berdurasi pendek 15 detik sampai dengan 3 menit sehingga *user* tidak bosan untuk menonton. Baru-baru ini tren dakwah di TikTok mulai digandrungi oleh para *content creator*, sehingga melahirkan banyak para da'i muda yang kemudian mendapat banyak *viewers* dan mendapat *feedback* yang positif dari *user* lainnya.⁴²

Media sosial dinilai lebih potensial untuk menyeru dakwah, termasuk TikTok. TikTok memiliki sejumlah kelebihan sebagai sarana dakwah, yaitu :

- 1) Dari segi jangkauan media sosial dinilai sangat efisien untuk mengaksesnya karena tidak ada batasan ruang dan waktu.
- 2) Da'i tidak perlu pergi hadir dari majlis satu ke majlis lain untuk menyampaikan kegiatan dakwah.
- 3) *User* internet meningkat drastis pada setiap tahunnya, tandanya memiliki pengaruh juga pada jumlah penerima materi dakwah.
- 4) Tidak ada unsur pemaksaan kehendak, karena mad'u bebas memilih materi dakwah yang dibutuhkan.
- 5) Dapat menjangkau seluruh kalangan, mulai dari anak kecil sampai orang tua.
- 6) Materi dakwah akan diterima dengan baik oleh mad'u karena strategi penyampaian dakwah yang kreatif serta inovatif.
- 7) Materi dakwah disampaikan dalam durasi video 15 detik hingga 3 menit, akan membuat mad'u tidak bosan untuk menontonnya.⁴³

Media sosial merupakan salah satu jembatan bagi para mad'u untuk mengakses kajian dakwah, termasuk didalamnya yaitu aplikasi TikTok, akun TikTok milik Dinda Ibrahim dengan *user* @dinda_ibrahiim

⁴² Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.", 575.

⁴³ Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 172.

memproduksi berbagai konten pesan dakwah, dengan gaya penyampaiannya yang lemah lembut dan mudah dipahami maka pesan dakwah tersebut dapat tersampaikan dengan apik dan menyejukkan hati para mad'u. Materi dakwah yang disampaikan oleh Dinda Ibrahim juga mengikuti tren yang sedang *booming*, kejadian yang *relate* dengan kehidupan sehari-hari, apalagi dikalangan milenial, sehingga menurut peneliti dakwah dalam media TikTok sangat efektif.

3. Analisis Isi (*Content Analysis*)

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) ialah teknik penelitian guna mendapatkan gambaran isi suatu informasi tertulis maupun cetak dalam media massa yang dilakukan secara objektif. Harold D. Lasswell merupakan pelopor analisis isi, yang menggagas teknik *symbol coding*, yakni menulis lambang maupun persen secara sistematis, lalu diberi interpretasi.

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis seluruh model komunikasi, baik media cetak maupun elektronik. Hampir seluruh disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai metode penelitian, baik menggunakan kuantitatif, kualitatif maupun R&D. Holsti memperlihatkan tiga bidang yang sering menggunakan analisis isi, yaitu besarnya hampir 75% dari keseluruhan studi empiris, yaitu penelitian sosioantropologis (27,7%), komunikasi umum (25,9%), dan ilmu politik (21,5%).

Metode analisis yaitu suatu teknik sistematis untuk menganalisis serta mengolah isi pesan, atau suatu cara untuk mengobservasi dan menganalisis isi tingkah komunikasi yang transparan dari komunikator yang telah ditentukan.⁴⁴ Metode analisis isi sering diterapkan dalam bidang ilmu komunikasi, bahkan sudah cukup *famous* dilingkungan para masyhur ilmu komunikasi sebab metode analisis isi dinilai efisien digunakan dalam penelitian media cetak maupun elektronik. Metode analisis isi memiliki dua ragam, yaitu:

⁴⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 175.

- 1) Data dalam analisis isi lain dengan laporan etnografi. Contohnya: percakapan lisan atau lambang lain (buku, surat, program televisi, lukisan, materi dakwah, percakapan dan sebagainya).
- 2) Prosedur berbeda dalam penekanan dari sumber sejarawan atau kritik terhadap karya sastra. Mereka bermaksud menggambarkan dan mengulang, untuk meminimalisir ketidakjelasan atau bias yang dihasilkan dari penilaian dari peneliti tunggal.

Maka dari itu, setiap analisis isi bekerja secara eksplisit, terencana untuk menyusun data, mengklasifikasi atau mengukur konsep yang diteliti, terorganisasi, mengamati pola dan hubungan mereka, serta menafsirkan temuan.⁴⁵

b. Tujuan Analisis Isi

Langkah awal dalam menyusun rancangan riset adalah memastikan secara transparan maksud dan tujuan dari analisis isi. Karena rancangan riset dapat di rumuskan dengan transparan apabila tujuannya juga jelas. Pada umumnya desain riset dikerjakan untuk menjawab pertanyaan dalam tujuan penelitian. Adapun tujuan analisis isi adalah sebagai berikut :

- 1) Memvisualisasikan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*)

Analisis isi ini digunakan untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, and how*” dari proses komunikasi. Pertanyaan *what* berkesinambungan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari sebuah pesan, tren dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan *to whom* digunakan untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sedangkan pertanyaan *how* terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk memvisualisasikan bentuk dan teknik-teknik pesan.⁴⁶

⁴⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 25.

⁴⁶ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), 32.

Terdapat empat rancangan analisis isi yang secara global digunakan dalam mevisualisasikan pesan yaitu :

- a) Analisis isi yang digunakan untuk mevisualisasikan pesan dari sumber yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Analisis isi ini lebih tepatnya digunakan untuk menggambarkan kecenderungan (tren) dari suatu pesan komunikasi.
 - b) Analisis isi digunakan untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama, namun dalam konteks situasi yang berbeda. Situasi tersebut meliputi konteks berbeda, budaya, politik dan sosial.
 - c) Analisis isi digunakan untuk meninjau pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak yang dimaksud merujuk pada pemirsa atau *audiens* dan pembaca yang memiliki personalitas watak berbeda.
 - d) Analisis isi digunakan untuk menggambarkan pesan dari komunikator yang berbeda dalam kasus yang sama. Pada dasarnya, penelitian ini lebih fokus pada kasus yang disampaikan komunikator dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi (*content*) berbeda pula dari kasus yang sama.⁴⁷
- 2) Menarik kesimpulan perkara dari pesan (*Inferences about the causes of communication*)
Selain dapat digunakan untuk menggambarkan atau melihat karakteristik suatu pesan, analisis ini juga bisa dipakai untuk menarik kesimpulan perkara suatu pesan. Deskripsi dari pesan bukan menjadi fokus analisis isi ini, melainkan menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam wujud tertentu.⁴⁸

⁴⁷ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 34-39.

⁴⁸ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 40.

c. Metode Analisis Isi Kualitatif

Metode analisis isi kualitatif terdiri dari beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

1) Analisis Semiotik

Semiotika ialah ilmu mengenai tanda. Istilah ini diambil dari kata Yunani *Semeion* yang berarti “tanda”. Tanda bisa berupa kata, gambar, bunyi, struktur karya sastra, struktur film, struktur musik dan sebagainya. Semiotik juga merupakan suatu ilmu yang mengkaji gejala kebudayaan dengan memahami makna tanda-tanda kehidupan. Semiotik sering digunakan sebagai sebuah pendekatan dalam analisis teks, baik verbal maupun non verbal.⁴⁹

2) Analisis Wacana (*Discourse Analysis*)

Analisis wacana (*discourse analysis*) ialah metode untuk mengkaji wacana (*discourse*) yang terdapat maupun terkandung dalam pesan-pesan komunikasi baik secara tekstual ataupun kontekstual.⁵⁰ Analisis wacana barangkali kelanjutan dari analisis semiotika, karena secara historis memang lahirnya didahului oleh analisis semiotika. Dalam perkembangannya, analisis wacana memang cenderung untuk mengambil posisi sebagai metode penggali kerja ideologi dan hubungan kekuasaan dalam teks. Kendati demikian, banyak istilah yang secara mendasar diambil dari tradisi semiotika. Dalam beberapa hal, analisis semiotika berkemungkinan untuk menggali ideologi di balik teks, sehingga batas yang tegas antara kedua jenis analisis itu memang agak kabur. Preskripsi sederhana untuk memperlihatkan perbedaan keduanya kira-kira adalah bahwa analisis semiotika berupaya melihat aspek *what* dan *how* dari teks, sementara analisis wacana cenderung kepada menjawab pertanyaan tentang *how* dan *why* dari teks.

⁴⁹ Khusnul Khotimah, “Semiotika: Sebuah Pendekatan Dalam Studi Agama,” *Jurnal Komunika* 2, no. 2 (2008), diakses pada 10 Desember 2021, <https://doi.org/10.24090/komunika.v2i2.108>.

⁵⁰ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LkiS, 2008), 170.

3) Analisis Hermeneutika

Secara umum Hermeneutika didefinisikan sebagai suatu teori atau filsafat tentang interpretasi makna. Kata hermeneutika berasal dari kata kerja Yunani *hermeneuien* yang memiliki arti menafsirkan, menginterpretasikan atau menterjemahkan.⁵¹

Hermeneutika memiliki asosiasi etimologis dengan nama dewa mitologi Yunanti, Hermes, yang bertugas menyampaikan dan menterjemahkan pesan-pesan Tuhan kepada manusia ke dalam bahasa yang dapat dimengerti manusia. Fungsi Hermes sangat penting, sebab bila terjadi kesalah-pahaman tentang pesan dewa akan berakibat sangat fatal bagi seluruh kehidupan manusia. Untuk itu, Hermes harus bisa merepresentasikan pesan Tuhan ke dalam bahasa pendengarnya.⁵²

Contoh penelitian dengan pendekatan Hermeneutika dalam bidang Ilmu Sosial adalah “Hermeneutika Gadamerian, Kuasa Bahasa dan Wacana Politik Gus Dur” oleh Prof. Dr. Mudjia Rahardjo, M.Si. bahwa dalam proses interpretatif, menurut Gadamer, terjadi interaksi antara penafsir dan teks, dimana penafsir mempertimbangkan konteks historisnya bersama dengan prasangka-prasangka sang penafsir seperti tradisi, kepentingan praktis, bahasa dan budaya.⁵³

Kata hermeneutika dipakai dalam tiga makna yaitu:

- a) Mengatakan (*to say*)
- b) Menjelaskan (*to explain*)
- c) Menterjemahkan (*to translate*)

Dari makna tersebut, kemudian dalam kata Inggris diekspresikan dengan kata: *to interpretate*. Dengan demikian, perbuatan interpretasi menunjuk pada tiga hal pokok

- a) Pengucapan lisan (*an oral recitation*)

⁵¹ Edi Mulyono, *Belajar Hermeneutika: Dari Konfigurasi Filosofis Menuju Praksis Islamic Studies*, Cetakan ke (Jogjakarta: IRCiSoD, 2013), 15.

⁵² Abdurrahman Al-Baghdadi and Adian Husaini, *Hermeneutika Dan Tafsir AlQuran* (Jakarta: Gema Insasi Press, 2006), 7.

⁵³ Mudhia Rahardjo, *Hermeneutika Gadamerian, Kuasa Bahasa Dan Wacana Politik Gus Dur* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 17.

- b) Penjelasan yang masuk akal (*a reasonable explanation*)
- c) Terjemahan dari bahasa lain (*a translation from another language*) atau mengsekspresikan.⁵⁴

d. Analisis Isi Menggunakan Teori Hermeneutika Gadamer

Hans-George Gadamer lahir di Marbug pada tahun 1900, beliau belajar filsafat pada universitas di Marbug, antara lain pada Nikolai Hartmann dan Martin Heidegger dan mengikuti kuliah juga pada Rodolf Bultman, seorang teolog Protestan. Pada tahun 1922 ia meraih gelar “doktor filsafat”. Sembilan tahun kemudian ia menjadi privatdozent di Marburg. Setelah selama tiga tahun mengajar, tepatnya tahun 1937 ia menjadi profesor. Tetapi dua tahun kemudian Gadamer pindah ke Leipzig. Pada tahun 1947 ia pindah lagi ke Frankfurt. Akhirnya di tahun 1949 ia mengajar di Heidelberg sampai pensiun.⁵⁵

Gadamer dikenal sebagai seorang penulis kontemporer dalam bidang hermeneutika yang amat terkemuka. Lewat karya monumentalnya *Wahrheit and Methode: Grundzuge einer Philosophischen Hermeneutik*. (kebenaran dan metode: sebuah hermeneutika filosofis menurut garis besarnya), telah menghantarkan dirinya sebagai seorang filsuf terkemuka di bidang hermeneutika filosofis. Terbitnya buku ini pertama kali terbit tahun 1960 dalam bahasa Jerman, dianggap sebagai salah satu kejadian terpenting dalam filsafat Jerman dewasa ini. Pada tahun 1965 diterbitkan cetakan kedua. Dan pada cetakan ketiga tahun 1972, buku ini kemudian di terjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan judul *Truth and Method* (Kebenaran dan Metode), lewat karya inilah, Gadamer menjadi seorang pemikir Hermeneutika historis paling ternama.⁵⁶

Dalam skema yang lebih simpel, hermeneutika filosofis Gadamer bisa dikemukakan melalui teks,

⁵⁴ Edi Susanto, *Studi Hermeneutika Kajian Pengantar* (Jakarta: Kencana, 2016), 1.

⁵⁵ Sofyan, “Hermeneutika Gadamer dan Relevansinya Dengan Tafsir,” *Jurnal Farabi* 11, no. 2 (2014), 112.

⁵⁶ Sofyan, “Hermeneutika Gadamer dan Relevansinya Dengan Tafsir,” 113.

perandaian, realitas historis, produksi dan subyektif. Jadi teks didekati dengan perandaian teks itu dan kesemuanya bersifat subyektif. Gadamer dalam karyanya memang tidak memberikan penjelasan, baik secara eksplisit maupun implisit tentang metode penafsiran tertentu terhadap teks. Hal itu di karenakan bahwa dia tidak mau terjebak pada ide universalisme metode hermeneutika untuk semua bidang ilmu sosial dan humaniora, sebagaimana pernah digagas oleh Dilthey.⁵⁷

Dalam memaknai sebuah teks, Gadamer melihat sebuah makna menggunakan beberapa variabel :

1) Historis

Berbeda jauh dengan Dilthey, Gadamer sangat meyakini bahwa menghilangkan perandaian sama dengan mematikan pemikiran.

a) Tidak mengimpikan hermeneutika bertugas menentukan arti yang asli dari suatu teks. Menurutnya, interpretasi tidak sama dengan mengambil suatu teks, lalu mencari arti yang di letakkan di dalamnya oleh pengarang. Sehingga munculnya ragam interpretasi keniscayaan ragam pengayaan makna dalam suatu teks sehingga teks bisa sangat produktif.

b) Sangat mustahil menjabatani “jurang cakrawala” antara penafsir dengan pengarang, karena penafsir niscaya tidak akan bisa melepaskan diri dari situasi historis dimana ia berada. Karena itu, interpretasi teks akan selalu menjadi tugas yang tidak akan pernah selesai. Setiap tempat dan zaman harus mengusahakan interpretasinya sendiri.⁵⁸

Menurut teori ini, pemahaman seorang penafsir ternyata di pengaruhi oleh situasi hermeneutik tertentu yang melingkupinya, baik itu berupa tradisi, kultur, maupun pengalaman hidup. Karena itu, pada saat menafsirkan teks, seorang penafsir harus atau seyogianya sadar bahwa dia berada pada posisi tertentu

⁵⁷ Musta'in Ramli, *Komunikasi Sufistik Analisis Hermeneutika Teks Dakwah* (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2014), 42.

⁵⁸ Edi AH Iyubenu, *Berhala-Berhala Wacana* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015), 184.

yang bisa sangat mewarnai pemahamannya terhadap suatu teks yang sedang di tafsirkan. Pesan dari teori ini adalah bawa seorang penafsir harus mampu mengatasi subjektivitasnya ketika dia menafsirkan suatu teks. Hal itu memang tidak mudah bagi seseorang untuk memperoleh data yang akurat mengenai asal-usul sebuah teks dan cenderung untuk menerima sumber otoritas tanpa argumentasi kritis.

2) Dialektika/ Dialog

Perandaian historis penafsir dalam Hermeneutika Gadamer selalu keniscayaan suatu proses dialektis atau dialogis. Dalam proses ini, teks dan penafsir menjalani suatu keterbukaan satu sama lain sehingga keduanya saling memberi dan menerima, yang kemudian memungkinkan “lahirnya pamahaman baru”. Peristiwa dialektis antara cakrawala teks dengan cakrawala penafsir yang disebut oleh Gadamer “peleburan cakrawala-cakrawala” (*fusion of Horizon*) dimaksudkan sebagai integrasi historisasi kita pada objek pemahaman yang menjadikan integrasi itu “mempunyai kandungan objek di mata kita”. Jadi peleburan tersebut menjadi mediator yang mengantarai masa lalu dan masa kini atau antara yang asing dengan yang lazim sebagai bagian dalam usaha memahami.⁵⁹

Teori Asimilasi Horison dan teori Lingkaran Hermeneutik yakni peleburan horison seorang interpreter dengan horison teks yang di interpretasi yang akan melahirkan horison yang baru dan memperluas horison seorang interpreter tanpa menghapus horison awal interpreter. Teori ini merupakan teori antara pengetahuan dan pemahaman. Kedua Horison ini selalu hadir dalam proses pemahaman dan penafsiran. Interaksi antara kedua Horison tersebut dinamakan lingkaran hermeneutik. Horison pembaca menurut Gadamer hanya berperan sebagai titik pijak seseorang dalam memahami teks. Titik pijak pembaca ini hanyalah sebaagai pendapat atau kemungkinan bahwa teks berbicara tentang sesuatu. titik pijak ini tidak boleh di biarkan memaksa pembaca agar teks harus berbicara sesuai dengan titik

⁵⁹ Iyubenu, *Berhala-Berhala Wacana*, 185.

pijaknya. Sebaliknya, titik pijak ini justru harus bisa membantu memahami apa yang sebenarnya di maksud teks. Disinilah terjadi pertemuan antara subyektifitas pembaca dan objektivitas teks, di mana makna objektif teks lebih di utamakan.⁶⁰

3) Teori Penerapan (Application)

Menurut Gadamer, seorang pembaca di samping harus memahami dan menafsirkan teks ada satu lagi hal yang di tuntutan yaitu “penerapan” pesan-pesan atau ajaran-ajaran pada masa ketika teks kitab suci itu di tafsirkan. Apakah makna objektif teks terus di pertahankan dan di aplikasikan pada masa ketika seorang penafsir hidup? Dalam pandangan Gadamer, pesan yang harus di aplikasikan pada masa penafsir bukan makna literal (harfiah) teks, tetapi *meaningful sense* (makna berarti) atau pesan yang lebih berarti dari sekedar makna literal teks.⁶¹

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang dipakai dalam proses mengkaji penelitian ini. Peneliti mengambil beberapa penelitian yang berkaitan dengan pesan dakwah dalam media sosial sebagai referensi untuk memperbanyak bahan kajian pada penelitian ini. Penelitian tentang media sosial yang berkaitan dengan dakwah, peneliti dapat menganalisis perbedaan dan persamaan dari penelitian terdahulu yang relevan.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian tentang Analisis Pesan Dakwah Dinda Ibrahim dalam Konten TikTok, sebagai berikut:

1. Anis Fitriani (2018), mahasiswi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Syarif Hidayatullah. Penulis menyusun karya ilmiah dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah”.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki

⁶⁰ Hermenenutika Prihananto, “Hermenenutika Gadamer Sebagai Teknik Analisis Pesan Dakwah,” *Jurnal Komunikasi Islam* 04, no. 01 (2014): 151, <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/98077985952869194>.

⁶¹ Susanto, *Studi Hermeneutika Kajian Pengantar*, 52.

dalam akun youtube Pemuda Hijrah dan isi pesan dakwah yang paling dominan dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode analisis isi. Analisis isi merupakan teknik untuk menarik kesimpulan dengan melakukan pengkategorian pesan secara tersusun dan sesuai.⁶²

Hasil penelitian menunjukkan pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda hijrah memiliki pesan akidah dengan jumlah nilai persentase 29,08%, pesan syariah 12,77%, pesan akhlak 58,15%.

2. Riska Amelia (2021), mahasiswi program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penulis menyusun karya ilmiah dengan judul “Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok”.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang dapat diketahui dengan cara melihat makna denotasi, konotasi serta mitos dalam konten TikTok Husain Basyaiban. Penelitian ini *Library Research*, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan pendekatan analisis semiotika teori Roland Barthes.⁶³

Hasil penelitian ini memiliki pesan dakwah yang meliputi moderasi beragama dan toleransi atau saling menghormati antar umat lintas agama. Dalam video TikTok Husain Basyaiban juga ditemukan makna denotasi, konotasi, dan mitos, mulai dari penampilan, gaya bicara, gesture, dan pesan dakwah yang disampaikan Husain Basyaiban memiliki makna yang diartikan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

3. Futikhatussalamah (2021), mahasiswi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. Penulis menyusun karya ilmiah dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Remaja di Akun Instagram @nunuzoo Periode Januari 2018-April 2020”.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah mengenai akidah, akhlak, dan

⁶² Anis Fitriani, “Analisi Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah” (Skripsi, Fakultas Dahwah dan ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

⁶³ Riska Amelia, “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok” (Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).

syariah pada akun instagram @nunuzoo periode Januari 2018-April 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis isi media teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat.⁶⁴

Hasil penelitian terdapat pesan dakwah akidah terdapat pesan mengenai keimanan dan tauhid, berupa enam rukun iman. Pesan dakwah akhlak ditemukan pesan mengenai norma atau perilaku antar sesama makhluk. Pesan dakwah syariah ditemukan mengenai larangan maupun perintah yang diatur dalam hukum Islam. Sedangkan hasil penelitian imbauan berdasarkan pesan Jalaludin Rakhmat terdiri dari imbauan pesan rasional, imbauan pesan pahala, dan imbauan pesan motivasi.

4. Ayu Asnani Burhanuddin (2020), mahasiswi program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare. Penulis menyusun karya ilmiah dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah pada Media Sosial Instagram dalam Akun Kartun Muslimah”.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang meliputi akidah, syariah dan akhlak serta untuk mengetahui *feedback* atau respon pada kolom komentar kartun muslimah. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis isi.⁶⁵

Adapun hasil penelitian ini adalah analisis isi pesan dakwah pada akun instagram Kartun Muslimah hampir seluruh postingannya mengandung pesan dalam Al-Qur’an dan Hadits, meliputi pesan dakwah akidah, syariah dan akhlak. Setiap pesan dakwah dalam postingan tersebut memiliki isu yang berbeda, lebih dominan pada urusan dunia. Tetapi karena dakwah tersebut dikemas secara simpel, berisi dan menarik maka pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada mad’u.

⁶⁴ Futikhatussalamah, “Analisis Pesan Dakwah Remaja Di Akun Instagram @nunuzoo Periode Januari 2018- April 2020” (Skripsi, Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto, 2021).

⁶⁵ Ayu Asnani Burhanuddin, “Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Akun Kartun Muslimah” (Skripsi, Fakultas Ushuluddin IAIN Parepare, 2020).

Tabel 2. 1
Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Nama/ Tahun Lulus	Objek Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Anis Fitriani (2018)	Akun Youtube Pemuda Hijrah	Menggunakan metode pendekatan analisis isi	Penelitian sebelumnya bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah Dinda Ibrahim dalam akun TikTok menggunakan metode penelitian kualitatif.
2.	Riska Amelia (2021)	Akun TikTok Husain Basyaiban	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian sebelumnya bertujuan untuk menganalisis makna denotasi, konotasi dan mitos pada akun TikTok Husain Basyaiban yang mengandung

				pesan dakwah, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah Dinda Ibrahim dalam akun TikTok.
3.	Futikhatussalamah (2021)	Akun Instagram @nunuzoo	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah mengenai akidah, akhlak, dan syariah pada akun instagram @nunuzoo periode Januari 2018-April 2020, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah Dinda Ibrahim dalam akun TikTok.
4.	Ayu Asnani Burhanuddin (2020)	Akun Instagram Kartun Muslimah	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian sebelumnya bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang meliputi akidah, syariah dan akhlak serta untuk

				mengetahui <i>feedback</i> atau respon pada kolom komentar kartun muslimah, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah Dinda Ibrahim dalam akun TikTok.
--	--	--	--	---

Sumber: Berdasarkan Olahan Peneliti (2022)

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ialah bentuk dari bagaimana faktor yang telah diidentifikasi sebagai sebuah masalah yang penting saling berkenimabungan dengan sebuah teori.⁶⁶ Oleh sebab itu, kerangka berpikir dalam penelitian ini akan menghasilkan sebuah metode analisis gambar dan teks berdasarkan model analisis isi dengan tujuan untuk mengungkap pesan dakwah yang ditampilkan dalam akun TikTok dari segi pesan akidah, syariah dan akhlak. Dalam penelitian ini akun TikTok yang penulis teliti yaitu akun TikTok Dinda Ibrahim (@dinda_ibrahiim).

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

