

**ANALISIS PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR
AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @huseinjafar
(Edisi Ramadhan 1443)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh:

Fatichatir Rizqiya
NIM 18102010031

Dosen Pembimbing:

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-674/Un.02/DD/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FATICHATIR RIZQIYA
Nomor Induk Mahasiswa : 18102010031
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Februari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6438d14894fe5



Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 64372ab2b4ac1



Penguji II

Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6436773395790



Yogyakarta, 28 Februari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6438ee3757d0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Fatichatir Rizqiya
NIM : 18102010031
Judul Skripsi : ANALISIS PESAN DAKWAH HABIB
HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini, kami berharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 30 Januari 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Nanang Mizwar H, S.Sos.,M.Si.
NIP. 19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing Skripsi



Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP. 19640923 199203 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatichatir Rizqiya
NIM : 18102010031
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul ANALISIS PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta,

Yang menyatakan,



Fatichatir Rizqiya
NIM 18102010031

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatichatir Rizqiya
NIM : 18102010031
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Dengan ini menyatakan benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menuntut kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 30 Januari
2023

Yang menyatakan,



Fatichatir Rizqiya
NIM 18102010031

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil ‘alamin Segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan karuniaNya yang tiada henti, hingga saya berhasil mencapai di titik ini.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tua, Bapak Heru Basuki dan Ibu Mutawadi’ah dengan perjuangan dan kasih sayang do’a terbaiknya yang tiada henti untuk saya.
- ❖ Adikku tersayang M. Iftakhu Rizarka Ngizza.
- ❖ Keluarga besar KPI B, dan dan teman seperjuangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2018.
- ❖ Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, baik tenaga maupun pikiran yang tak bisa saya sebutkan satu-persatu, semoga Allah membalas-Nya.
- ❖ Tentunya, untuk almamater tercinta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melebihi kesanggupan hamba-Nya

(Al-Baqarah-Ayat 286)”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya peneliti diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja’far Al-Hadar di Media Sosial TikTok @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443 H). Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang kita harapkan syafaatnya di hari akhir kelak. Aamin yaa robbal ‘alamiin.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya kerja sama, bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya serta penghormatan setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Penasehat Akademik, Ibu Dra. Anisah Indriati, M.Si yang telah memberikan motivasi selama saya menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, semoga ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si. yang telah berkenan mengarahkan dan membimbing penuliti sehingga skripsi ini dapat

terselesaikan. Terimakasih atas bimbingannya semoga ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.

6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah berbagi ilmu dengan para mahasiswa. Semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi peneliti dan mahasiswa yang lainnya.
7. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta segenap staff TU yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bantuan, dan pelayanan administrasi dengan baik.
8. Teman-teman KPI 2018, terimakasih untuk segala cerita, pengalaman, dan pelajaran hidupnya selama ini.
9. Keluarga Besar Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD), khususnya teman-teman SUKA TV yang telah memberikan pengalaman hebat luar biasa yang tak terlupakan dan membantu perjalanan karir saya.
10. Teman berproses, khususnya Eka, Alvin dan April selaku teman dekat saya sejak awal kuliah S1 di UIN Sunan Kalijaga.
11. Teman-teman dan keluarga besar KKN Mandiri 153 Ngemplak yang selama satu bulan telah menjadi keluarga dekat dan memberikan pengalaman hebat. Rafli, Fatur, Arafah, Rahmi, Artika, Wahyu, Riko, Yaya, Nurin, Rizki dan Miftah.
12. Teman-teman Magang di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menjadi tim hebat saling melengkapi satu sama lain, Aris, Alvin dan Hawwin. Terimakasih untuk kerjasamanya.
13. Generasi emas Jogja, Pemimpin.id, Permatasuka, Kesmalita, UPedia, dan Selasar Kampus, saya bangga menjadi bagian dari kalian.

14. Terima kasih banyak kepada diri saya sendiri sebagai peneliti yang telah berjuang menyelesaikan skripsi ini.
15. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebut namanya satu-persatu.

Semoga segala kebaikan, jasa, dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal jariyah di akhirat kelak, diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT, dimudahkan segala urusannya, dan segala apa yang diimpikan segera tercapai. Peneliti berharap semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi seluruh pembacanya, khususnya bagi penulis sendiri. Peneliti sangat menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 2023

Penulis

Fatichatir Rizqiya

NIM. 18102010031

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

ANALISIS PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443)

Fatichatir Rizqiya, NIM. 18102010031, 2023. Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial Tiktok @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443 H). Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Habib Husein Ja'far Al-Hadar menjadi salah satu da'i muda yang populer dengan keunikan cara dakwahnya. Salah satu cara dakwahnya yaitu dengan memanfaatkan media sosial TikTok sebagai medianya. Media sosial TikTok merupakan aplikasi yang membagikan video pendek dengan durasi 15 detik sampai 3 menit. Penelitian ini bertujuan menjawab permasalahan tentang bagaimana pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, meliputi masalah akidah (keimanan), masalah akhlak (budi pekerti) dan masalah syari'ah (keislaman) yang disampaikan melalui dakwahnya di media sosial TikTok selama bulan Ramadhan 1443 H. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif analitis isi pesan oleh Holsti. Subjek penelitian ini adalah konten video dakwah Habib Husein Ja'far selama Ramadhan 1443 H yang terdiri sebanyak 21 video dakwah melalui teknis *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, kemudian peneliti melakukan analisis datanya menggunakan teknik analisis datanya dari model Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat 21 video konten yang terdapat pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah. Pesan akidah meliputi iman kepada Allah berupa keyakinan dan ketaatan seorang hamba terhadap ketetapan Allah SWT. Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah, yakni sikap ikhlas, sabar dan syukur seorang hamba terhadap ketentuan dan perintah Allah. Kemudian pesan Akhlak kepada manusia yang membahas bentuk perilaku, tindakan dan ucapan terhadap sesama maupun kepada manusia atau diri sendiri. Terakhir pesan syariah yang membahas tentang keislaman baik tentang ibadah maupun syarat dan ketentuan di dalam ibadah itu sendiri. Semua pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada media sosial TikTok edisi Ramadhan 1443 H didominasi oleh pesan dakwah akhlak kepada manusia terutama akhlak kepada manusia itu sendiri (diri sendiri) untuk menjadi pribadi muslim muslimah yang taat dan berakhlak mulia.

Kata Kunci: TikTok, Pesan Dakwah, Habib Husein Ja'far Al-Hadar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
D. Kajian Pustaka	12
E. Kerangka Teori.....	16
1. Tinjauan Tentang Pesan Dakwah	16
2. Tinjauan Tentang Media Baru (<i>New Media</i>).....	31
F. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Jenis dan Sumber Data.....	37
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
5. Teknik Analisis Data	42
G. Sistematika Pembahasan	46
BAB II GAMBARAN UMUM PROFIL DAN AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK HABIB HUSAIN JA'FAR AL-HADAR.....	47

A.	Profil Pemilik Akun TikTok @Huseinjafar	47
B.	Gambaran Akun TikTok Habib Husein Ja'far Al-Hadar	51
BAB III ANALISIS ISI PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK.....		76
1.	Pesan Dakwah yang Mengandung Akidah (Keimanan)	77
2.	Pesan Dakwah yang Mengandung Akhlak (Budi Pekerti)	91
3.	Pesan Dakwah yang Megandung Syariah (Keislaman)	128
BAB IV		143
PENUTUP.....		143
A.	Kesimpulan.....	143
B.	Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....		147
LAMPIRAN.....		147


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Analisis Pesan Akidah Berdasarkan Rukun Iman	84
Tabel 2 Hasil Analisis Pesan Akidah Berdasarkan Ruang lingkupnya	87
Tabel 3 Hasil Analisis Pesan Akhlak Berdasarkan Sifatnya.....	107
Tabel 4 Hasil Analisis Pesan Akhlak Berdasarkan Ruang Lingkupnya	118
Tabel 5 Pesan Syariah Berdasarkan Ruang Lingkup Ibadah dan Muamalah ..	138



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan aktivitas kegiatan menyampaikan pesan dakwah secara konsisten oleh seorang komunikator (*da'i*) berupa ajaran agama Islam kepada *mad'u* sebagai komunikan.¹ Sebagaimana yang dipahami bahwa dakwah adalah kegiatan yang bersifat mengajak, menyeru dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan akidah, syariah, dan akhlak islam. Seorang *da'i* (komunikator) menyampaikan kepada (*mad'u*) umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk ajaran dari Allah SWT melalui Rasul SAW. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah Ali-Imran/3: 104 yang artinya,

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.*²

Kegiatan berdakwah dilakukan secara sengaja dan dengan perencanaan yang matang selayaknya bagaimana seorang komunikator dalam perencanaannya saat menyampaikan pesan. Dakwah sendiri diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.³ Aktivitas dakwah ini tidak bisa terlepas dari unsur-unsurnya agar bisa terselenggara prosesnya. Unsur-unsur dakwah ini selalu melekat dengan kegiatan dakwah karena jika tidak ada salah satu, maka kegiatan tersebut tidak dapat disebut dakwah. Unsur-unsur

¹ Hidayat Nurwahid, *Pengantar Sejarah Dakwah*, ed.1, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2007), hlm.1-2.

² Al-Quran, 03:104. Semua terjemah ayat Al-Quran ini diambil dari website Kementerian Agama, <https://quran.kemenag.go.id/sura/3>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

³ Saerozi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hlm.11.

dakwah diantaranya, *da'i* (subjek dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).⁴ *Maddah* atau materi dakwah merupakan unsur dakwah yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Materi dakwah dalam aktivitas berdakwah merupakan pesan atau nasihat yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Materi dakwah yang baik adalah materi yang bersumber dari sumber yang terpercaya, di antaranya sumber utama yakni Al-Qur'an dan Hadits, dan ditunjang juga dengan sumber pendukung seperti Hujjah Ulama, Qiyas, dan Ijma. Materi dakwah bersifat luas dan global, namun dalam penelitian ini mengambil materi dakwah yang telah diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu Akidah, Syari'ah, dan Akhlak.⁵ Tiga kelompok ini juga yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini.

Realitas dakwah saat ini melahirkan berbagai ragam bentuk media. Kini seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, teknologi juga mengambil perannya dalam bidang dakwah yang dilakukan melalui media sosial online. Banyaknya pengguna internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam media sosial ini. Kemajuan internet yang semakin pesat tidak luput dalam membantu manusia di berbagai bidang kehidupan setiap harinya. Indonesia merupakan negara peringkat ke-3 dari 10 besar pengguna internet terbanyak di Asia

⁴ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : Pena Salsabila, 2013), hlm. 58-83.

⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm.1.

pada tahun 2021 sebanyak 755,82 jiwa.⁶ Berdasarkan data hasil survei oleh *We Are Social* tercatat sebanyak 204,7 juta masyarakat Indonesia aktif sebagai pengguna internet, dalam arti melesat naik sebesar 54,25 berdasarkan 5 tahun terakhir dari tahun 2018.⁷ Realitas kehidupan masyarakat seperti mencari hiburan, berbelanja, mendapat informasi, dan bahkan dakwah keagamaan juga berubah mengikuti kemajuan fasilitas teknologi internet yang ada.

Internet dalam perkembangan informasi memiliki kaitan erat dengan media sosial yang kini disajikan melalui teknologi media online. Media sosial online ini mendukung interaksi sosial yang memanfaatkan teknologi berbasis web sehingga dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif yang tak terbatas waktu maupun ruang karena dapat diakses dengan mudah, cepat, kapanpun dan dimanapun.⁸ Informasi yang disebarkan melalui media sosial paling banyak diminati masyarakat Indonesia dikarenakan penyebarannya yang berbentuk infografis, gambar dan video. Pada tahun 2019, penduduk Indonesia yang aktif berselancar di media sosial mencapai 150 juta orang.⁹ Beberapa media sosial besar yang mempunyai banyak pengguna di Indonesia diantaranya adalah YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, dan TikTok. Fokus dalam penelitian ini

⁶ Internetworldstats.com, “10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak”, Katadata.co.id, Maret 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

⁷ Cindy Mutia Annur, “Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022”, Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

⁸ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, ed.6, cet.1 (Jakarta: Salemba Humanika, 2011) hlm.16-17.

⁹ We are Social, “Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?”, Katadata.co.id, 8 Februari 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>, Diakses pada tanggal 22 Mei 2022.

adalah media sosial TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial baru yang memiliki fitur penggunaanya untuk saling berbagi video musik atau audio-visual dengan durasi video pendek.

TikTok merupakan aplikasi yang berasal dari China yang diperkenalkan Zhang Yiming dan didirikan perusahaan teknologi, yaitu *ByteDance*. Sebelum dikenal luas oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya, dimana penggunaanya hanya dapat membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke seluruh pengguna lainnya.¹⁰ TikTok mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2017 dan mulai viral pada tahun 2018. Perkembangan aplikasi TikTok ini sempat menuai kontroversi karena dianggap memberikan konten yang tidak mendidik, sehingga pada tanggal 3 Juli 2018, TikTok sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo).¹¹

Sebulan setelah pemblokiran, platform TikTok dapat diunduh kembali dikarenakan petinggi perusahaan *ByteDance* sebagai pendiri TikTok segera menyelesaikan masalah tersebut dan membuat komitmen untuk membuat TikTok menjadi lebih baik, bermanfaat dan inspiratif.¹² Catatan sejarah TikTok yang kurang baik ini tidak menyurutkan eksistensinya menjadi aplikasi yang semakin digemari penggunaanya. Terbukti hingga kini aplikasi TikTok telah diunduh lebih dari 100 juta pengguna Google Play dan bahkan Indonesia menjadi urutan kedua

¹⁰ Bambang Winarso, "Apa Itu TikTok?", *DailySocial.id*, 8 Juni 2021, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

¹¹ *Ibid.*, Bambang Winarso.

¹² Fatimah Kartini Bohang, "Blokir Dicabut, Tik Tok Sudah Bisa Digunakan Lagi di Indonesia", *Kompas.com*, 10 Juli 2018, <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/10/17090067/blokir-dicabut-tik-tok-sudah-bisa-digunakan-lagi-di-indonesia>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

setelah Amerika Serikat sebagai pengguna aktif sosial media TikTok di dunia pada tahun 2020.¹³

Paska masalah pemblokiran, TikTok menghadirkan fitur mode aman atau *safety mode*, dimana penggunaanya dapat menyaring konten apa saja yang ingin dilihatnya. Fitur tersebut juga memberikan tindakan cepat untuk memblokir penggunaanya yang mengunggah konten menyalahi aturan. Semakin lama TikTok dapat menghadirkan konten yang lebih bervariasi. Bahkan kini sudah banyak yang memanfaatkan sosial media TikTok sebagai media edukasi. Beragam konten edukasi tersebut disajikan dalam media TikTok dengan berbagai bentuk konten positif, diantaranya konten tutorial, *tips and trick*, *fun fact*, sejarah, pendidikan, kesehatan, psikologi, berita aktual, bahkan konten keagamaan seperti dakwah.

Seiring majunya teknologi dari tahun ke tahun, para tokoh pendakwah pun menjadi lebih kreatif dalam menyampaikan dakwahnya melalui media sosial sebagai jalur dakwah yang efektif. Oleh karena itu saat ini dakwah keagamaan bisa diakses mudah melalui aplikasi media sosial dari YouTube, Facebook, Twitter, Instagram bahkan salah satunya di media sosial TikTok. Beberapa ulama' maupun aktivis dakwah yang awalnya hanya berdakwah melalui satu platform digital seperti YouTube dan Instagram, juga mulai terbuka untuk membagikan dakwahnya melalui sosial media lainnya seperti TikTok. Berikut tokoh ulama *da'i* di Indonesia yang kini aktif memanfaatkan TikTok sebagai media dakwahnya diantaranya,

¹³ Statista, "Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020", Katadata.co.id, 26 Juli 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>, Diakses tanggal 20 Mei 2022.

Ustadz Syamsuddin Nur Makka (@syam_elmarusy), Ustadzah Oki Setiana Dewi (@okisetianadewi13), Ustadz Adi Hidayat (@adihidayatofficial), Ustadz Handy Bonny (@handybonnyofficial), Ustadz Agam Fachrul (@heyow0), Habib Husein Ja'far (@huseinjafar), Ustadz Maheer at-Thuwailibi (@ustadzmaheer_real), Ustadz Riza Muhammad (@ustadz_riza_muhammad), Ustadz Ebit Irawan (@ustazebitlew) dan masih banyak yang lainnya.¹⁴ Namun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah akun TikTok dari Habib Husein Ja'far Al-Hadar, beliau merupakan *da'i* yang saat ini terkenal sebagai pendakwah di kalangan generasi pemuda.

Habib Husein Ja'far Al-Hadar, atau biasa dikenal sebagai Habib Husein Ja'far adalah seorang penulis dan pendakwah yang digandrungi anak muda karena penggunaan dakwah, gestur dan bahasa yang tidak seperti pendakwah pada umumnya.¹⁵ Habib Husein Ja'far merupakan salah satu *da'i* keturunan Rasulullah SAW, maka itu beliau mendapat gelar “Habib”. Namun dengan marwah istimewa tersebut, Habib Husein Ja'far menjadi salah satu Habib muda yang dikenal banyak oleh masyarakat Indonesia karena memberanikan diri untuk mengambil media sosial sebagai media dakwahnya. Hal tersebut terbukti dari afiliasi Muslim maupun non-Muslim yang menyukai pembawaan dakwah beliau melalui kolaborasi *sharing* ilmu agama bersama di konten YouTube.¹⁶ Salah satu bentuk apresiasi masyarakat tentang keberaniannya dalam berdakwah kepada non Muslim maupun kepada

¹⁴ TikTok, <https://www.tiktok.com>, Diakses tanggal 22 Mei 2022.

¹⁵ A'yun Masfufah, “Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar”, *Jurnal Dakwah*, vol.20:2 (2019), hlm.257.

¹⁶ *Ibid.*, hlm.257.

orang-orang awam ialah dengan banyaknya komentar positif dalam konten di kanal YouTube-nya yang bernama “Jeda Nulis”. Latar belakang membuat nama kanal YouTube dakwah tersebut dikarenakan selama 14 tahun beliau melakukan dakwah melalui tulisannya, namun Habib Husein Ja’far ingin melakukan dakwah dengan versi yang berbeda, yakni jeda dari menulis namun tetap menyampaikan dakwah melalui media lain yang lebih asyik dan pada masa kini dakwah lebih mudah diminati masyarakat melalui media sosial.¹⁷ Oleh karena itu, Habib Husein Ja’far tidak berdakwah di YouTube saja, beliau juga melakukan inovasi dengan menggunakan media sosial lainnya sebagai media dakwah seperti Twitter dan Instagram, begitu pula di media sosial TikTok.

Pada tanggal 17 Desember 2020, Habib Husein Ja’far resmi membuat akun TikToknya.¹⁸ Berbeda dengan konten dakwahnya di YouTube yang berisi kajian mengenai isi tulisan bukunya, pada media sosial TikTok Habib Husein Ja’far hadir aktif mengunggah konten dakwahnya dari beragam bentuk model ceramah, seperti tuturan dakwah pendek singkat maupun potongan ceramah dari dakwah beliau di acara kanal YouTube lain dan di acara televisi. Video dakwah yang singkat dan mudah dimengerti ini menarik perhatian puluhan hingga jutaan ribu orang dimana bisa dilihat dari banyaknya pengikut dan suka di setiap postingannya. Hal ini memberikan pandangan baru ke masyarakat tentang sisi lain dari TikTok yang

¹⁷ TribunKaltim.co, “Alasan Habib Husein Membuat Chanel YouTube Jeda Nulis”, 2 April 2022, <https://ne-np.facebook.com/TribunKaltim.co/videos/inilah-alasan-habib-husein-jafar-bikin-youtube-jeda-nulis/1109952513093443/>, Diakses tanggal 22 Mei 2022.

¹⁸ Tiktok, <https://www.tiktok.com/@huseinjafar?lang=id-ID>, diakses tanggal 22 Mei 2022.

semula memiliki stereotip kurang baik di mata masyarakat Indonesia.¹⁹

Video dakwah Habib Husein Ja'far yang diunggah ke TikTok selalu direspon dengan baik, terbukti dari komentar positif dari para pengikutnya yang merasa terbantu dan bertambah ilmunya setelah menonton video dakwah beliau. Salah satu video TikTok Habib Ja'far yang memperoleh banyak penonton sampai 13,9 Juta *like* berisi potongan salah satu *podcast* dari tokoh musisi Indonesia bernama Onadio Leonardo yang mengaku semakin tertarik dengan Islam karena pembawaan ceramah Habib Husein Ja'far yang sejuk dan filsafatnya mudah diterima masuk pendengarnya.²⁰ Alasan Habib Husein Ja'far menjadi fokus dalam penelitian ini dikarenakan beliau dalam dakwahnya dapat menyentuh semua kalangan masyarakat. Kebanyakan penikmat dakwah dari Habib Husein Ja'far ialah kalangan muda, sampai beliau mendapat julukan *da'i millennial*.²¹ Hal itu terjadi karena isu-isu yang dibawa oleh beliau adalah isu-isu kekinian dan masalah anak muda masa kini. Kemenarikan dari Habib Husein Ja'far dibandingkan dengan ceramah TikTok yang lain sangat terlihat jelas dari gaya komunikasi dakwahnya yang dapat diamati baik pesan-pesan dakwahnya. Dakwahnya disampaikan secara tegas namun tetap dengan diksi-diksi yang santun, dan sangat menonjolkan kemampuan dalam bercerita. Beliau juga mempertimbangkan ide dan perasan *mad'u* sehingga ceramahnya tidak terkesan menghakimi dan ataupun

¹⁹ Afra Puteri Resa, "Skripsi Retorika Dakwah Habib Hsuein Ja'far Al-Hadar Melalui YouTube (Studi Deskriptif Kualitatif)", Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021, hlm.2.

²⁰ Tiktok, "Yok bisa yok, Onad!", 14 Mei 2022, <https://vt.tiktok.com/ZSR8Cf9be/?k=1>, Diakses tanggal 11 Juli 2022.

²¹ Kaka Hasan Abdul Kodir dan Anggit Rizkianto, "The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in his Lecture on Youtube", *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol.4:2 (Maret, 2021), hlm.50.

menyinggung.²² Oleh karena itu tidak heran jika jumlah pengikutnya di TikTok semakin bertambah setiap harinya, terbukti hingga kini telah memperoleh 666,8 ribu pengikut serta 10,8 juta *like* dari 218 konten video dan akan terus bertambah setiap harinya.²³

Alasan TikTok menjadi media sosial yang diteliti dalam penelitian ini karena saat ini TikTok tengah merajai media sosial di Indonesia bahkan di dunia. Menurut survey yang dilakukan oleh Sensor Tower, TikTok menempati posisi pertama sebagai aplikasi terpopuler di dunia dan menjadi aplikasi yang paling banyak di unduh di Indonesia pada tahun 2021²⁴. Berbagai media sosial lain seperti Instagram, Facebook dan Twitter kini berisi konten yang merupakan unggahan ulang atau repost dari aplikasi TikTok, hal ini memperkuat bahwa TikTok tengah merajai media sosial. Peneliti ingin memanfaatkan pengaruh besar ini menjadi hal yang positif, yakni dengan memberikan pandangan baru tentang TikTok yang kini juga menyajikan banyak konten dakwah.

Pada sebuah penelitian jurnal efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah oleh Fadly Usman didapatkan hasil bahwa masyarakat yang telah memasuki usia pelajar dan para pekerja, 46% diantaranya sering mencari literatur mengenai ilmu dakwah di internet, khususnya di media sosial.²⁵ Jadi dapat

²² *Ibid.*, hlm.51.

²³ Tiktok, <https://www.tiktok.com/@huseinjafar?lang=id-ID>, Diakses tanggal 22 Mei 2022

²⁴ Monavia Ayu Rizaty, TikTok, “Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021”, Katadata.co.id, 04 Januari 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021>, Diakses tanggal 22 Mei 2022.

²⁵ Fadly Usman, “Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah”, *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam Al-Tsiqoh*, vol.1:1, (Maret, 2016), hlm. 2.

disimpulkan bahwa internet dan media sosial memang menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan dakwah. Munculnya media sosial yang memiliki konten dakwah, TikTok memiliki keistimewaan tersendiri, para *da'i* yang melakukan dakwah melalui TikTok mampu memberikan pandangan baru kepada masyarakat mengenai TikTok. Aplikasi yang asalnya dianggap kurang baik kini menjadi aplikasi yang lebih bermanfaat dengan konten dakwah yang mereka buat, dan dengan power besar yang dimiliki TikTok saat ini konten dakwah mampu tersebar dengan luas bahkan *direpost* oleh beberapa platform media sosial lain bahkan ditayangkan di televisi.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah yang menggunakan TikTok sebagai media dakwah ini merupakan terobosan terbaru dalam dunia dakwah. Pada sejatinya dakwah adalah mengajak kepada hal-hal yang baik sesuai dengan syariat Islam dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Seorang penggiat dakwah (*da'i*) dalam hal ini tidak harus lagi berhadapan dengan *mad'u* (sasaran dakwah) untuk bertatap muka dalam majelis ataupun berdakwah di atas mimbar. Melalui media sosial TikTok ini dapat menyajikan tayangan dakwah yang bisa dinikmati kapan saja dan dimana saja.

Berdasarkan penjelasan di atas, dilihat dari keaktifan Habib Husein Ja'far dalam memanfaatkan media sosial TikTok untuk berdakwah, maka peneliti tertarik untuk menganalisis tentang isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Ja'far Husein melalui akun TikToknya @huseinjafar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana isi pesan dakwah Habib Husein Ja’far Al-Hadar dalam akun TikTok @huseinjafar?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian yang diangkat yaitu untuk “Mendeskrripsikan isi pesan dakwah Habib Husein Ja’far Al-Hadar dalam akun TikTok @huseinjafar?”

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dibagi dalam dua aspek, yaitu aspek secara teoritis dan aspek secara praktis:

- a. Manfaat teoritis: adanya penelitian ini, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi kontribusi dalam dunia bidang ilmu komunikasi mengenai media sosial TikTok sebagai media dakwah dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang lebih mendalam berikutnya, terutama bagi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya (KPI) Jurusan *broadcasting* Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta masyarakat luas.
- b. Kegunaan praktis: secara praktis, hasil penelitian ini dapat

memberikan gambaran mengenai kebaharuan atau novelty karena selama ini TikTok dinilai hanya sebagai media sosial yang bermuatan hiburan, namun berdasarkan data, terdapat beberapa *da'i* atau tokoh pendakwah yang memanfaatkan TikTok sebagai media bermanfaat. Mengetahui bahwa media sosial populer seperti tayangan dakwah Islam di TikTok dapat menjadi sebuah produk yang menarik dan berbeda dalam menyampaikan dakwah Islam sehingga menjadi pengaruh positif bagi mahasiswa maupun masyarakat general.

D. Kajian Pustaka

Peneliti menggunakan beberapa persamaan penelitian untuk dijadikan referensi dan rujukan dalam merumuskan masalah sekaligus sebagai referensi tambahan selain buku dan jurnal. Riset juga dilakukan peneliti untuk menentukan judul agar terhindar dari plagiasi sekaligus sebagai perbandingan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

Pertama, penelitian skripsi berjudul *Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Konten Tiktok Husain Basyaiban)* oleh Adella Widyanthi Putri, dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan mengetahui pesan dakwah yang terkandung pada konten-konten dakwah TikTok milik Husain Basyaiban yang memiliki tiga kategori pesan dakwah yaitu pesan dakwah mengenai akidah, syariah, dan akhlak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta

menggunakan analisis isi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah metode penelitian deskripsi kualitatif yang digunakan dengan teknik analisis isi. Penelitian tersebut memiliki banyak persamaan dengan yang peneliti ambil, tetapi perbedaan ditemukan pada subjek penelitiannya, dimana Husain Basyaiban merupakan pemuda aktivis dakwah yang dikenal masyarakat melalui konten dakwahnya di TikTok, sedangkan Habib Husein Ja'far merupakan tokoh pendakwah dan sudah terkenal di masyarakat sebelum beliau memulai dakwahnya di TikTok. Tentu melalui perbedaan spesialisasi subjek ini akan menghasilkan penelitian yang berbeda.

Kedua, Penelitian skripsi yang berjudul *Analisis Pesan Dakwah Terhadap Respon Netizen Habib Ja'far Husein Dalam Channel Youtube Jeda Nulis* oleh Muhaimin Abdullah, dari program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2021. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui isi dari pesan dakwah Habib Ja'far Husein dan bagaimana respon dari netizen melalui kolom komentar dari beberapa video di dalam Channel Youtube Jeda Nulis dan wawancara secara tidak langsung terhadap para penonton atau masyarakat. Penelitian skripsi tersebut memiliki persamaan dengan peneliti ambil karena sama-sama mengambil tokoh pendakwah dari seorang Habib Husein Ja'far dan menggunakan metode deskripsi kualitatif, namun banyak ditemukan perbedaan dengan penelitian tersebut, diantaranya dari subjeknya yang mengambil dakwah di media sosial YouTube, metode pengumpulan data yang menggunakan teknik wawancara dan teknik analisisnya yang menggunakan metode analisis konten.

Ketiga, Penelitian skripsi yang berjudul *Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar "Bercermin Dulu, Berdakwah Kemudian"* (Dalam Video Youtube Jeda Nulis) oleh Istiana Dewi, dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2020. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui makna pesan Habib Husein Ja'far dalam video "Bercermin dulu, berdakwah kemudian" di YouTube Jeda Nulis melalui analisis wacana model Van Dijk. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang mengambil variabel data dari dakwah tokoh Habib Husein Ja'far Al-Hadar di media sosial. Perbedaan dengan penelitian tersebut ditemukan pada fokus penelitian dan metode analisis data yang digunakan karena menggunakan analisis wacana untuk mengetahui pesan dakwah dari salah satu video tayangan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di YouTube.

Keempat, Penelitian Artikel Jurnal yang berjudul *Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar* oleh A'yun Masfufah, dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Jurnal Dakwah, Vol. 20, No. 2 Tahun 2019. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pemanfaatan *new media* (media baru) YouTube sebagai sarana untuk berdakwah. Persamaan dengan penelitian tersebut memiliki tujuan sama yaitu mengenai konten dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian tersebut tentu terletak pada tujuan penelitian, dan sumber datanya yang mengambil dari salah satu video dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di media sosial YouTube.

Kajian pustaka di atas memiliki perbedaan yang jelas dengan peneliti lakukan. Walaupun demikian, tetap ada persamaan berupa metode yang digunakan. Melihat sumber data sekaligus metode yang digunakan, peneliti di sini tentu akan mencapai hasil penelitian yang berbeda karena peneliti berfokus “isi pesan dakwah Habib Husein Ja’far Al-Hadar di media sosial TikTok @huseinjafar”. Penelitian ini memiliki keistimewaan dimana peneliti ingin menunjukkan urgensi dakwah dengan menggunakan media TikTok merupakan alternatif baru serta inovasi dalam dunia dakwah, di mana sebelumnya TikTok dikenal sebagai aplikasi yang hanya memberikan tayangan buruk sampai mendapat blokir dari pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo). Melalui media ini, selain bisa dilakukan dengan tidak bertatap muka dengan objek dakwahnya, fitur TikTok dapat memberikan sajian video singkat menarik tanpa batasan tempat dan waktu. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun Habib @huseinjafar melalui media sosial TikTok merupakan suatu fenomena yang menarik, dikarenakan perbedaan fitur dan kontennya. Konten dakwah yang dibuat oleh Habib Husein Ja’far dinilai efektif sehingga dapat menarik minat netizen (masyarakat) untuk melihat konten-konten dakwah yang dibuat dan diunggah dalam akun pribadinya. Hal ini bisa dibuktikan dalam akun TikToknya yang saat ini sudah mencapai 715 ribu *followers* dan 11 juta *like*. Melihat pemaparan dan fenomena dakwah melalui media sosial seperti yang dilakukan oleh Habib Husein Ja’far, peneliti ingin mendeskripsikan pesan yang terkandung dalam video dakwah meliputi pesan akidah, pesan akhlak dan pesan syariah yang kemudian dimuat dalam penelitian skripsi ini.

E. Kerangka Teori

Teori menjadi hal yang mutlak diperlakukan dalam sebuah penelitian. Menurut Nang Martono, teori berfungsi sebagai dasar untuk membuat unit analisis penelitian dan menganalisis serta menginterpretasikan data-data penelitian.²⁶

1. Tinjauan Tentang Pesan Dakwah

a. Definisi Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut mashdar. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru, atau mengajak, (*Da’a, Yad’u, Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *Da’i* sedangkan orang yang didakwahi disebut *Mad’u*. Istilah dakwah sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh, amar ma’ruf dan nahi munkar, mau’idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta’lim, dan khotbah*.²⁷

Sebagaimana yang dipahami, dakwah adalah kegiatan bersifat mengajak, menyeru dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai ajaran Islam. Kegiatan dakwah diupayakan dengan cara bijaksana agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat dengan perencanaan matang selayaknya bagaimana seorang *da’i* dalam perencanaannya saat menyampaikan pesan.²⁸

²⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm.315.

²⁷ M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Cet. Ke-I (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), hlm.17.

²⁸ Saerozi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hlm.11.

b. Unsur-Unsur Dakwah

Berbicara tentang dakwah tentu tidak bisa dijumpai dari unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah ini selalu melekat dengan kegiatan dakwah karena jika tidak ada salah satu, maka kegiatan tersebut tidak dapat disebut dakwah. Unsur-unsur dakwah diantaranya, *da'i* (subjek dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).²⁹

1) Komunikator Dakwah (*Da'i*)

Da'i merupakan bahasa Arab sebagai isim *fa'il* dari akar kata *Da'a*, *Yad'u* yang berarti seorang laki-laki sebagai subjek atau pelaku dalam menegakkan dakwah. Sebutan *da'i* adalah bagi siapapun yang menegakkan seluruh bentuk atau sebagian bentuk dakwah.³⁰ Pada penelitian ini, Habib Husein Ja'far Al-Hadar berperan sebagai *da'i* / komunikator dakwah.

2) Komunikan Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u secara bahasa merupakan bahasa Arab, sebagai isim *ma'ful* dari: *da'ahu*, *yad'uhu*: *fahuwa mad'u* yang berarti objek dakwah (yang diajak kepada Allah atau menuju al-islam). Sedangkan secara istilah adalah objek dakwah yaitu manusia secara universal baik dalam jarak dekat maupun jauh, muslim maupun kafir, baik laki-laki maupun perempuan. Sifat islam yang universal tersebut, maka objek dakwah pun adalah manusia secara universal termasuk diri *da'i* itu sendiri. Hal ini dapat kita lihat dalam sejarah, bahwa

²⁹ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm. 58-83.

³⁰ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm.26.

orang-orang yang menerima dan mengikuti dakwah Rasulullah SAW adalah berbagai lapisan umat manusia dari berbagai lintas usia dan bangsa.³¹ Pada penelitian ini, komunikasi dakwah terdiri dari seluruh masyarakat secara general yang menjadi pengikut maupun menyukai, dalam arti serta merta sebagai penonton video dakwah Habib Husein Ja'far di media sosial TikTok @huseinjafar edisi Ramadhan 1443 H.

3) Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah adalah segala pernyataan yang bersumberkan dari Al-Quran dan Sunah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*.³² Penelitian ini menggunakan teori terkait materi dakwah atau bisa disebut dengan pesan dakwah, yakni pesan dakwah yang terdapat pada video dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di akun media sosial TikTiknya.

4) Media Dakwah (*Wasilah al-Dakwah*)

Wasilah (media) dakwah adalah media atau instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. Kata media, berasal dari bahasa Latin 'median' yang merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti alat perantara. Menurut Wilburr Shcram mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara spesifik, media adalah alat-alat fisik yang digunakan untuk menjelaskan isi pesan, seperti buku, film, video, kaset, slide

³¹ *Ibid.*, hlm.30.

³² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Amzah, 2021), hlm.149.

dan sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.³³

Aktivitas dakwah perlu menggunakan media dakwah agar tujuan dakwah bisa berjalan secara efektif. Media ini dibagi menjadi dua, yaitu (1) nonmedia massa; berupa manusia dan benda. Manusia bisa berbentuk utusan, kurir dan sejenisnya. Sedangkan benda bisa berbentuk telepon, surat dan lain-lain, (2) media massa yang terbagi terbagi menjadi 3:

- a. Media massa manusia yang berupa pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah, dan bentuk interaksi yang dilakukan manusia lainnya.
- b. Media massa benda yang berupa benda seperti buku, majalah, selebaran, spanduk, poster, dan lain sebagainya.
- c. Media massa periodik - cetak dan elektronik, media ini berupa visual, audio, maupun audio visual.³⁴

Media dakwah cetak merupakan media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak ini sudah lama dikenal dan dijumpai dimana-mana. Adapun yang termasuk media cetak ini antara lain; buku, majalah, surat kabar, brosur, poster, dan lain-lain. Media dakwah visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan melalui indra penglihatan. Contoh dari media dakwah visual ini antara lain film slide, transparansi, *overhead proyektor* (OHP), gambar, foto, dan lain sebagainya.

³³ Samsul Munir Amin, hlm.113.

³⁴ Samsul Munir Amin, hlm.114.

Media dakwah audio merupakan media yang melalui indra pendengaran. Media dakwah audio saat ini yang banyak digunakan berbentuk radio, *tape recorder*, dan *podcast*. Kemudian media dakwah audio-visual yang menampilkan unsur gambar (visual) dan suara (audio) secara bersamaan. Beberapa media dakwah audio-visual ini antara lain; televisi, film, sinema elektronik (sinetron) dan video. Media video ini sudah banyak digunakan oleh para *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Kelebihan dari media dakwah video ini selain karena menarik, program dan penyiarannya bisa disesuaikan dengan keperluan, minat dan kesempatan masing-masing penggunaannya.³⁵ Media ini bisa dimanfaatkan oleh *da'i* untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan maupun tulisan. Media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para *da'i* saat ini adalah televisi, radio, surat kabar, majalah, buku, internet, *handphone*, dan bulletin.³⁶ Unsur media dakwah ini menjadi variabel pendukung penting dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, media dakwah digital berupa media sosial TikTok merupakan media dakwah yang digunakan pada subjek penelitian.

5) Metode Dakwah (*Thariqah*)

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan dengan pendekatan pada suatu pandangan *human oriented* atau penempatan penghargaan yang mulia atas diri manusia.³⁷ Macam-macam metode dakwah

³⁵ *Ibid.*, hlm.116-122.

³⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.9.

³⁷ Munzier Suparta, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm.9.

diantaranya; metode ceramah, tanya jawab, diskusi, propaganda, keteladanan, drama dakwah dan metode silaturahmi.³⁸

6) Efek Dakwah (*Atsar*)

Setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *washilah*, dan *thariqoh* tertentu, maka akan timbul respon dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima pesan dakwah).³⁹

c. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa "*Da'wah*" berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *masdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru, atau mengajak, (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *Da'i* sedangkan orang yang didakwahi disebut *Mad'u*. Istilah dakwah sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabisyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*.⁴⁰

Berdasarkan definisi di atas dapat dipahami bahwasanya, pesan dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*.⁴¹ Jadi yang dimaksud pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan

³⁸ *Ibid.*, hlm.104.

³⁹ M. Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta; Pranada Mulia, 2006), hlm.34.

⁴⁰ M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Cet. Ke-I (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), hlm.17.

⁴¹ *Ibid.* hlm.24.

yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah yang berupa ajaran akidah, akhlak dan syariah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dilaksanakan secara sadar dan berencana tanpa ada suatu paksaan untuk mengajak manusia baik individu atau golongan melalui media lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya agar mengikuti ajaran Islam dan mampu mensosialisasikannya dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

d. Karakteristik Pesan Dakwah

Menurut Ali Aziz dalam bukunya "Ilmu Dakwah", karakteristik pesan dakwah dibagi menjadi tujuh, yaitu orisinil dari Allah SWT, mudah, lengkap, seimbang, universal, masuk akal dan membawa kebaikan.⁴² Sedangkan menurut 'Abdul Karim Zaidan, karakteristik pesan dakwah tersebut di antaranya;

- 1) Bersumber dari Allah SWT (*annahu min "indillah*)
- 2) Mencakup dari semua bidang kehidupan (*al-syumul*)
- 3) Berlaku umum untuk semua manusia (*al- 'umum*)
- 4) Ada balasan dari setiap tindakan (*al-jaza' fi al-Islam*)
- 5) Adanya keseimbangan antaran cita-cita dan kenyataan (*al-mitsaliyyah wa al-waqi' iyyah*).⁴³

e. Kategori Pesan Dakwah

Pesan dakwah tidak bisa terpisahkan dari materi dakwah, karena pesan dakwah tidak harus selalu memuat kata dakwah, tidak pula selalu harus ada ayat

⁴² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm.342.

⁴³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 291.

atau hadits yang dikutipnya. Selama dakwah dilakukan dengan berkomunikasi yang mengandung ajakan atau pelaksanaan untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakkan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan seterusnya, dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan implementasi dari tauhid, maka ia termasuk pesan yang berisi dakwah.⁴⁴ Unsur materi dakwah ini merupakan fokus masalah pada penelitian ini. Samsul Munir Amin mengklasifikasi materi dakwah dalam tiga masalah pokok yaitu masalah keimanan (akidah), masalah keislaman (syariah) dan masalah budi pekerti (akhlaqul karimah).⁴⁵

1) Keimanan (Akidah)

Akidah berasal dari bahasa Arab *al-'aqdu* yang berarti ikatan, *at-tausiiqu* yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang kuat, *al-ikhamu* yang artinya mengokohkan sehingga jika diartikan secara istilah akidah merupakan iman atau keyakinan manusia yang kuat, kokoh dan tidak ada keraguan di dalam meyakini Allah SWT. Secara umum, akidah merupakan suatu bentuk kepercayaan, keimanan, dan keyakinan secara mendasar dan mendalam yang nantinya direalisasikan dalam perbuatan.⁴⁶

Akidah dalam Islam adalah bersifat *i'tiqad bathniah* (keyakinan hati) sebagai bentuk kepercayaan sepenuhnya kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Muhammad Ali Aziz dalam

⁴⁴ Syukmadi Sambas, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm.4.

⁴⁵ *Ibid.*, Samsul Munir Amin, hlm.149.

⁴⁶ Abdul Aziz Daklan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), hlm.78.

bukunya ilmu dakwah berpendapat bahwa akidah atau keimanan dapat dikelompokkan menjadi enam yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman meliputi; iman kepada Allah SWT., iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul Allah, iman kepada hari akhir dan iman kepada *qadha* dan *qadar*.⁴⁷

- a) **Iman kepada Allah** merupakan iman yang diwujudkan dengan meyakini dan membenarkan bahwa Allah SWT itu benar-benar ada dengan segala sifat Agung-Nya serta melakukan perbuatan yang sesuai dengan perintah Allah.
- b) **Iman kepada malaikat** merupakan iman yang diwujudkan dengan mempercayai dan meyakini bahwa malaikat merupakan makhluk utusan Allah yang patuh dan taat terhadap segala perintah Allah dan tidak pernah sekalipun berbuat salah.
- c) **Iman kepada kitab-kitab Allah** merupakan bentuk iman yang diwujudkan dengan membenarkan dan mempercayai bahwa Allah telah menurunkan kitab-kitab kepada para rasul utusannya yang berisi seluruh ajaran agama seperti perintah, larangan, hukum-hukum serta janji dan ancaman.

⁴⁷ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm.24.

- d) **Iman kepada Rasul Allah** merupakan bentuk iman yang mempercayai dan meyakini bahwa Rasul merupakan untutan Allah yang ditugaskan membimbing umatnya ke jalan yang benar agar selamat di dunia dan akhirat.
- e) **Iman kepada hari akhir** merupakan bentuk iman yang mempercayai bahwa akan ada hari akhir (kiamat) dan percaya bahwa hanya Allah lah yang mengetahui kapan hari akhir itu akan terjadi.
- f) Terakhir adalah **iman kepada qada' dan qodar**, *qada* artinya takdir sehingga *qada'* dapat diartikan sebagai takdir Allah yang telah ditentukan dan dituliskan di *lauhud mahfuz* jauh sebelum kita dilahirkan didunia. Sedangkan *qodar* adalah bentuk terjadinya ketetapan Allah yang telah dituliskan sebelumnya, sehingga kita wajib mempercayai dan meyakini bahwa Allah telah merencanakan dan menetapkan atas takdir manusia.⁴⁸

Akidah merupakan pokok kepercayaan umat Islam yang disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Akidah dalam masalah keimanan bukan hanya meliputi masalah-masalah yang wajib diimani, namun mengenai masalah-masalah dilarang oleh Allah,

⁴⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm.90.

misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan, ingkar dengan adanya Tuhan sebagainya).⁴⁹

Kategori ruang lingkup Akidah Islam menurut Hasan Al-Banna ada empat, yaitu:

- a) **Ilahiyat**, yakni membahas hal yang bersangkutan dengan Allah dari segi sifat-Nya, nama-Nya, dan pekerjaan-Nya, hal itu harus diyakini oleh hamba terhadap Rabb-Nya.
- b) **Nubuwat**, yakni pembahasan yang berkaitan dengan para Nabi mengenai sifat para Nabi, keterpeliharaan para Nabi, tugas dan tujuan atas diutusnya para Nabi, termasuk juga pembahasan mengenai para wali, mukjizat, karamah dan kitab-kitab samawi.
- c) **Ruhaniyat**, yakni membahas hal yang berkaitan dengan kehidupan yang bukan materi, seperti malaikat, jin, dan roh.
- d) **Sam'iyat**, yakni penjelasan yang berkaitan dengan alam barzakh, alam akhirat, tanda-tanda hari kiamat, hari kebangkitan, padang mahsyar, hari perhitungan, dan hari pembalasan.⁵⁰

2) Budi Pekerti (Akhlakul Karimah)

Akhlak adalah budi pekerti, adat kebiasaan, perangai, *muru'ah* atau sesuatu yang sudah menjadi tabiat. Sedangkan secara istilah,

⁴⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998), hlm.61.

⁵⁰ Al-Banna, *Op. Cit.*, hlm. 14

menurut Ibn Maskawaih, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa memerlukan pertimbangan.⁵¹ Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia.⁵²

Masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja. Meskipun akhlak berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak sebagai penyempurna keimanan dan keislaman. Sebab Rasulullah SAW pernah bersabda yang artinya “Aku (Muhammad) diutus Allah di dunia ini hanyalah untuk menyempurnakan akhlak” (hadits shahih).⁵³

Pesan akhlak di sini ada dua, yaitu akhlak terhadap *al-khaliq* Allah SWT dan akhlak terhadap *makhluq* (manusia dan non-manusia) yang meliputi diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya dan akhlak terhadap bukan manusia seperti flora (tumbuhan), fauna (hewan) dan sebagainya.⁵⁴

Macam-macam Akhlak berdasarkan sifatnya terbagi menjadi Akhlak Terpuji dan Akhlak tercela, sedangkan berdasarkan ruang

⁵¹ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm.33.

⁵² *Ibid.*, hlm.33

⁵³ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998), hlm.63.

⁵⁴ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.102.

lingkupnya, akhlak dibagi menjadi 3:

- a) **Akhlak manusia terhadap Allah SWT**, yakni keseluruhan tingkah laku, perkataan dan suara hati dalam menyembah dan mengagungkan Sang Pencipta, seperti dalam mentauhidkan-Nya, berzikir, berdoa, bersyukur atas nikmat-Nya, kepatuhan atas perintah dan larangan-Nya, serta totalitas beribadah kepada-Nya.
- b) **Akhlak manusia terhadap manusia**, dimana di dalam Al-Qur'an menjelaskan keseluruhan mengenai akhlak terhadap manusia, antara lain akhlak terhadap Rasulullah SAW, Orang tua, Guru, Diri Sendiri dan Masyarakat.
- c) **Akhlak manusia terhadap alam semesta**, yakni keseluruhan seluruh sikap menjaga, merawat dan bertanggung jawab terhadap apa yang ada dilangit, dibumi, baik tumbuh-tumbuhan, hewan, serta apa yang dikandungnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan bentuk tabiat atau kebiasaan yang akan memunculkan suatu tindakan yang mencerminkan akhlak dari seseorang apabila yang menjadi tabiat adalah hal yang baik maka dikatakan akhlak yang baik, namun apabila yang dimunculkan perbuatan yang buruk maka dikatakan akhlak yang buruk.⁵⁵

⁵⁵ Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, hlm.102.

3) Keislaman (Syariah)

Syariah merupakan susunan peraturan dan ketentuan yang di isyaratkan Tuhan secara lengkap dan terperinci yang digunakan untuk mengatur hubungan manusia dengan tuhan, hubungan dengan saudaramu seagama, hubungan dengan saudaramu sesama manusia serta hubunganmu dengan alam dan kehidupan.⁵⁶

Syariah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan-Nya (ibadah) dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia (muamalah).⁵⁷ Syariah meliputi ibadah dalam arti *khas* seperti *thaharah*, shalat, puasa, zakat dan haji, dan muamalah dalam arti luas *al-qanun al khas*/hukum perdata dan *al-qanun al'am*/hukum publik.⁵⁸

a) Ibadah

Ibadah merupakan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan dengan Allah SWT yang terdiri dari rukun Islam yaitu syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji yang dilakukan secara langsung oleh manusia kepada Allah. Rukun pertama, ketentuan yang diatur dalam sholat dimulai dari bacaan, gerakan yang dimulai dari takbiratul ikhram sampai salam, hukum sholat dan ketentuan dalam keringanan

⁵⁶ Muhamad Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, hlm.29.

⁵⁷ Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1998), hlm.62.

⁵⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm.332

melaksanakan sholat. Rukun kedua puasa, dalam ibadah puasa yang diatur adalah hukum puasa, keutamaan dan manfaat puasa, syarat puasa, macam-macam puasa dan ketentuan melaksanakan puasa. Ketiga zakat, dalam syariah ibadah zakat dijelaskan mulai dari hukum zakat, macam-macam zakat, manfaat zakat dan siapa saja orang yang berhak menerima zakat. Rukun keempat haji, yakni ketentuan haji dibahas mulai dari tata cara haji, syarat wajib haji, rukun haji, hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan haji, macam-macam ihram haji dan wajib-wajib pelaksanaan haji.⁵⁹

b) Muamalah

Muamalah merupakan hukum islam yang mengatur hubungan seorang manusia dengan saudara seagamanya, hubungan dengan saudara sesama manusia serta hukum-hukum sosial yang terbagi menjadi 2 bagian, yang pertama hukum perdata yang meliputi hukum jual beli, hukum nikah, hukum hutang piutang, pemberian, titipan dan hukum waris. Kemudian kedua, hukum publik yang meliputi hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai.⁶⁰

⁵⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm.336.

⁶⁰ Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, hlm.102.

Abdul Wahhab Khallaf menyebut syariah menggunakan istilah amaliyah yang meliputi amaliyah ibadah (hubungan dengan Allah SWT) dan amaliyah muamalah (hubungan manusia dan alam) yang meliputi tujuh aspek; hukum perdata keluarga, hukum perdata ekonomi, hukum pidana, hukum acara, hukum tata negara, hukum politik dan hukum publik.⁶¹

Syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia diperlukan juga. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal shaleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam yang bersifat *nahil munkar* lainnya.⁶²

2. Tinjauan Tentang Media Baru (*New Media*)

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Sebagaimana hal tersebut, maka media baru memiliki karakter diantaranya; jaringan, interaktivitas, digital, hipertekstual, virtual dan simulasi.⁶³ Digitalisasi media ini menyebabkan

⁶¹ *Ibid.*, Moh Ali Aziz, hlm. 336.

⁶² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1998), hlm.62.

⁶³ Hastari Chatia, *New Media Teori dan Aplikasi Edisi Revisi* (Salatiga: Satya Wacana University Press, 2014). hlm.1.

banyak platform media sosial, tersedia banyak fitur dalam menyajikan konten-konten yang dibuat oleh pengguna dalam berbagai kebutuhan sehari-hari seperti YouTube, Twitter, Facebook, Instagram dan yang paling baru adalah TikTok.

Awal masuk TikTok di Indonesia pada akhir tahun 2019, dan saat ini jumlah pengguna TikTok sudah mencapai angka 500 juta penduduk dunia (termasuk Indonesia di dalamnya sebanyak 10 juta pengguna).⁶⁴ YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, WhatsApp dan lain sebagainya merupakan contoh dari media sosial. Penggunaan media sosial dapat membantu dalam melakukan berbagai hal seperti berkomunikasi, berbisnis, berdakwah dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, TikTok hadir sebagai media baru yang dapat diakses mudah penggunaannya untuk memenuhi realitas kehidupan sehari-hari seperti hiburan, edukasi, sampai tayangan dakwah sekalipun. Adanya *new media* ini mempengaruhi pola komunikasi para pendakwah yang sebelumnya berbentuk konvensional tatap muka secara langsung telah berubah menjadi aktivitas yang tak terbatas akses tempat dan waktu.⁶⁵

a. Media Sosial TikTok

TikTok adalah salah satu media sosial yang sedang digandrungi oleh banyak orang dari berbagai negara di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. TikTok sangat digemari oleh banyak orang dari berbagai generasi, mulai dari anak muda

⁶⁴ Statista, "Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020", *Katadata.co.id*, 26 Juli 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

⁶⁵ Ayu Febriana, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun@syam_elmarusy)." *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, vo.11:2 (2021), hlm.182.

hingga orang dewasa, namun didominasi oleh para remaja. Menurut hasil survey yang dilakukan oleh sebuah perusahaan riset pasar aplikasi mobile Sensor Tower, per bulan Juli 2020 Aplikasi TikTok adalah aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia dengan jumlah 65,2 juta unduhan. Indonesia sendiri merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar keempat di dunia dengan jumlah pengguna 30,7 juta pengguna.⁶⁶

Ada beberapa alasan yang membuat aplikasi TikTok disukai oleh banyak orang, diantaranya adalah:

- 1) TikTok merupakan aplikasi yang memiliki fitur yang mudah dipahami dan digunakan yang memberikan kenyamanan bagi penggunanya
- 2) TikTok memungkinkan penggunanya untuk berekspresi dan berkreasi dengan bebas melalui pembuatan video berdurasi 15 detik sampai 3 menit yang dilengkapi dengan musik, serta efek atau filter yang menarik.
- 3) TikTok memiliki konten yang sangat beragam, mulai dari hiburan, tips, bahkan informasi pendidikan. Dengan keberagaman konten tersebut, pengguna aplikasi ini dapat memilih sendiri konten apa saja yang mereka lihat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka masing-masing.
- 4) TikTok memberikan penggunanya untuk menikmati tayangan video

⁶⁶ Uday Rayana, "Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi," Market Update (blog), 15 September 2020, <https://www.google.com/amp/s/selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-tiktok-terbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/amp/>, diakses pada 15 Juni 2022.

dengan pesat dan cepat tanpa batas sesuai minat kesukaan masing-masing *user* yang biasa disebut sebagai '*for your page*' atau *fyp*.

- 5) Video TikTok yang dapat muncul di beranda *fyp* setiap *user* menunjukkan video yang berhasil meraih banyak *viewers* dan sebagai indikator banyaknya penonton yang menyaksikan video tersebut.
- 6) Tidak hanya untuk kepentingan hiburan dan edukasi, jangkauan luas yang dimiliki menyebabkan TikTok kerap kali digunakan sebagai media untuk bisnis dan pemasaran, caranya adalah dengan memasang iklan berbayar atau mempromosikan sebuah produk dalam sebuah video yang dikemas dengan konsep yang menarik.

b. TikTok sebagai Media Dakwah

Media secara etimologi berarti alat perantara. Sedangkan menurut Wilbur Scram, media berfungsi sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.⁶⁷ Sehingga media dakwah adalah alat yang digunakan para pendakwah untuk menyampaikan dakwah Islam kepada *mad'u*. TikTok adalah salah satu media sosial yang sedang digandrungi oleh banyak orang dari berbagai negara di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. TikTok sangat digemari oleh banyak orang dari berbagai generasi, mulai dari anak muda hingga orang dewasa, namun didominasi oleh para remaja.

⁶⁷ Aminuddin, "Media Dakwah," Al Munzir 9, no. 2 (2016), hlm.346.

c. Fitur TikTok

TikTok memiliki fitur-fitur yang mendukung penggunaanya dalam berkreasi menciptakan konten, fitur tersebut antara lain:

- 1) Tambahan Musik / *Backsound*, fitur musik merupakan fitur utama dalam mendukung penggunaanya memproduksi konten video, berbagai jenis musik tersedia dengan kategori valentine, dangdut, *back to 90s* dan masih banyak lagi.
- 2) *Voice Changer Function*, fitur ini berfungsi sebagai pengubah suara dengan beragam efek suara seperti suara pria, suara vibra, elektronik, echo, mic, elf, raksasa dan bahkan suara hewan.
- 3) *Sticker* dan *Effect*, setelah pengguna menentukan konsep dan tema video yang akan dibuat, selanjutnya pengguna menambahkan sticker dan juga effect ke dalam video agar tersebut semakin variatif dan menarik.
- 4) Filter merupakan fitur yang berfungsi menambah keindahan fisik penggunaanya. Berbagai macam filter telah disediakan untuk memperindah tampilan wajah dan juga pemandangan.
- 5) *Timer* adalah fitur yang mirip dengan asisten pribadi penggunaanya karena untuk membidik objek dengan waktu yang telah diatur. Sehingga tidak perlu bantuan orang lain untuk mengambil gambar / proses pengambilan video.

- 6) Beautify, fitur ini merupakan fitur yang berfungsi untuk membuat wajah dari penggunanya tampak berbeda. Pengguna yang menggunakan fitur ini akan terlihat lebih cantik atau lebih tampan.⁶⁸

Pada Fitur TikTok yang ada tersebut, akun @huseinjafar hanya menggunakan fitur tambahan berupa musik/*background* dalam unggahan video dakwahnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif analitis (analitik), yang merupakan suatu sifat penelitian dengan tujuan utamanya yang mendeskripsikan atau memberikan gambaran secara utuh pada suatu fenomena, keadaan individu maupun kelompok-kelompok tertentu terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel dari informan dan data yang telah terkumpul, kemudian membuat kesimpulan yang berlaku umum.⁶⁹

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti dan merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih

⁶⁸ CNBC Indonesia, “Deretan Fitur Tiktok yang wajib kamu coba” www.cnbcindonesia.com, Diakses pada 22 Mei 2022.

⁶⁹ Hikmatuzzakia, *Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui Channel Youtube*, Skripsi, (Semarang: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, 2019), hlm. 13.

menekankan pada makna.⁷⁰

Pada hal ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi. Metode kualitatif deskriptif merupakan analisis isi yang menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu.⁷¹ Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa peneliti memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis atau eksperimental. Mereka menyebut metode yang melalui deskriptif sebagai penelitian survei atau penelitian observasional.⁷²

2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁷³ Peneliti di sini menggunakan sumber data primer dan sekunder sebagai jenis data.

a. Data Primer

Sumber data primer ialah sumber data asli yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber utama.⁷⁴ Pada penelitian ini data primer yang dimaksud adalah mencakup video atau

⁷⁰ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 59.

⁷¹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hlm. 47.

⁷² Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Di Lengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm .25.

⁷³ *Ibid.*, hlm. 172.

⁷⁴ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, hlm.401.

audio visual yang diposting oleh akun ustadz @huseinjafar di media sosial TikTok, dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti. Berdasarkan keterbatasan waktu dan tenaga, peneliti membatasi kurun waktu video dalam satu bulan Ramadhan 2022, yakni mulai dari tanggal 1 April sampai 1 Mei 2022. Sampel tersebut digunakan melalui metode *purposive sampling*. Selama bulan Ramadhan 1443 Hijriah ini, Habib Husein Ja'far mengunggah lebih banyak video dakwah dibandingkan video-video dakwah sebelumnya yang sebulannya hanya mengunggah tidak lebih 10 video dakwah.

Teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan diambil berdasarkan pada tujuan tertentu (tujuan penelitian). Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel atau dalam arti sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁷⁵

Berpijak pada pendapat tersebut, pengambilan sampel penelitian ini tidak terikat pada jumlah tertentu sebagaimana sampel yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian. Berikut kriteria sampel yang diambil sebagai subjek penelitian:

⁷⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm. 174.

- 1) Video yang ditonton lebih dari 10.000 kali tayangan.
- 2) Video yang mendapat lebih dari 1000 *like*.
- 3) Hanya video Habib Husein Ja'far yang memberikan dakwah.

Penentuan tanggal dipilih agar ada kejelasan waktu dari sampel penelitian yang diambil. Pada bulan suci Ramadhan 1443, Habib Husein Ja'far Al-Hadar rutin mengunggah dakwahnya di TikTok dengan paling banyak dua video perharinya dan memperoleh hasil data yang didapatkan data sebanyak 25 video dengan rincian 3 video konten yang sekedar untuk hiburan dan 1 konten video iklan, sehingga diperoleh sebanyak 21 video dakwah sebagai data yang akan diteliti dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian skripsi ini.⁷⁶ Sumber ini bisa diambil pada penelitian yang sudah ada seperti dari buku-buku, literatur, situs website atau artikel, dan bacaan lain yang berkaitan dengan penelitian.

⁷⁶ Muhammad Hasan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Tahta Media, 2022), hlm.58

3. Subjek dan Objek Penelitian.

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Muhammad Idrus dapat berupa bagian individu, benda, atau organisme yang menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh seorang peneliti dalam pengumpulan jenis data penelitian.⁷⁷ Peneliti mengambil subjek dalam penelitian ini adalah video dakwah dari akun media sosial TikTok Habib Ja'far Husein Al-Hadar (@huseinjafar).

b. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono, objek penelitian merupakan sifat dari adanya realitas yang berupa atribut benda atau orang mengenai masalah atau fenomena yang diteliti.⁷⁸ Peneliti mengambil objek dalam penelitian ini adalah isi pesan dakwah dalam video TikTok yang diunggah pada akun Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada periode Ramadhan tahun 1443 H (1 April – 1 Mei 2022).

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena bertujuan untuk mengumpulkan data.⁷⁹ Teknik pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan informasi yang

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.32.

⁷⁸ *Ibid.*, hlm.38

⁷⁹ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, hlm.224.

akurat dan data yang valid, sehingga dapat mengungkap permasalahan penelitian.

Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan:

a. Observasi

Menurut Etta Sangadji dan Sopiah, observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat disebut juga pengamatan langsung, artinya penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, dan rekaman suara.⁸⁰ Pada teknik observasi ini, peneliti akan melakukan observasi pada subjek penelitian, yaitu video dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Media Sosial TikTok (@huseinjafar).

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pencarian data mengenai verabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, notulen, agenda, dan sebagainya.⁸¹ Melalui teknik dokumentasi ini, data didapatkan dengan cara menonton video dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang menjadi subjek penelitian, untuk kemudian di *screenshot* dan dikumpulkan sebagai bukti dokumentasi.

⁸⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm.171.

⁸¹ *Ibid.*, hlm. 40.

5. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan mulai dari sebelum memasuki lapangan, saat berada di lapangan, hingga setelah selesai di lapangan.⁸² Menurut Bungin, analisis data adalah proses menganalisis suatu gambaran yang tuntas maupun makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial.⁸³

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *content analysis* (analisis isi) yang bersifat kualitatif yaitu teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis. Maka metode tersebut digunakan untuk mengkaji pesan-pesan dalam media yang akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang kecenderungan isi, tema, dan lain sebagainya.⁸⁴

Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.⁸⁵ Fokus analisis pada penelitian ini berdasarkan teori dari Holsti yang memberikan definisi bahwa kajian analisis isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik

⁸²Adia Titania Supriyatman dan Catur Nugroho, “Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube Yuka Kinoshita”, *Jurnal e-Proceeding of Management*, vol.6:1 (April, 2019), hlm.14.

⁸³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007), hlm.24.

⁸⁴ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), hlm.163

⁸⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), hlm.86

pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.⁸⁶ Melalui analisis isi ini, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (*trend*) dari suatu isi.⁸⁷ Sebagaimana definisi tersebut, analisis isi pada penelitian ini dilakukan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang disampaikan pada kegiatan dakwah oleh Habib Husein Ja'far pada video dakwahnya di media sosial TikTok, maka unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah materi (pesan) dakwah yang berisi tentang pesan akidah, akhlak, dan syariah dalam unggahan video di media sosial Habib Husein Ja'far @huseinjafar.

Adapun tujuan analisis isi (1) menggambarkan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*), (2) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*Inferences about the causes of communication*).⁸⁸ Analisis isi pada penelitian ini bersifat deskriptif karena fokus dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau untuk menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.⁸⁹

Peneliti akan menggunakan analisis isi untuk memahami materi pesan dakwah pada unggahan video Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam pendekatan

⁸⁶ Eriyanto, "Analisis Isi", hlm.10

⁸⁷ Eriyanto, "Analisis Isi", hlm.11.

⁸⁸ *Ibid.*, hlm.191-192.

⁸⁹ *Ibid.*, hlm.47.

kualitatif, yaitu suatu teknik analisis dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.⁹⁰ Penelitian ini menggunakan model tahapan analisis kualitatif oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menyebutkan bahwa bahwa terdapat dua model pokok dalam melaksanakan analisis di dalam metode penelitian kualitatif, yaitu model analisis jalinan atau mengalir (*flow model of analysis*) dan model analisis interaktif. Pada teknik analisis data ini, peneliti menggunakan model analisis interaktif dimana kegiatan analisis dan pengumpulan data membentuk sebuah proses siklus yang interaktif dan terjadi secara berulang-ulang.⁹¹ Terdapat tiga unsur kegiatan yang terjadi secara bersamaan dalam model analisis interaktif kualitatif oleh Miles dan Huberman ini, antara lain reduksi/kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.⁹²

- a. Kodifikasi data atau tahap pengkodean data. Peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Pada hasil pengkodean data dalam akun Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Data terlebih dahulu disesuaikan dengan batasan waktu penelitian kemudian memilah gambar yang disertakan kata-kata dari keterangan penjelasan video TikTok @huseinjafar selama bulan Ramadhan (1 April-1 Mei 2022).
- b. Tahap penyajian data adalah sebuah tahapan lanjutan analisis, dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau

⁹⁰ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Surakarta: Muhamadyah University Press, 2003), hlm. 258.

⁹¹ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI-Press, 2009), hlm. 16.

⁹² *Ibid.*, hlm. 16.

pengelompokkan. Penyajian data dilakukan dengan mengumpulkan data yang disesuaikan dengan permasalahan kemudian mengklasifikasi kriteria dakwah akidah, syariah, akhlak. Data-data tersebut akan peneliti analisis sesuai dengan pengelompokan materi dakwah dan menuliskannya dalam rangkaian kalimat yang singkat tanpa mengurangi makna yang terkandung dalam video tersebut. Penulis akan menganalisis data tersebut sesuai dengan bentuk aslinya dan menyimpulkannya.

- c. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana tahap ini menarik kesimpulan dari temuan data. Hasil kesimpulan didapat dari hasil analisis data dalam akun Habib Husein Ja'far Al-Hadar (@huseinjafar) dan penyajian data dengan melakukan verifikasi ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan. Verifikasi dapat berlalu dengan cepat melalui pemikiran peneliti selama menulis, atau diteliti dengan argumentasi yang panjang dengan adanya usaha meniru temuan dengan rangkaian data yang lain.⁹³

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁹³ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 133.

G. Sistematika Pembahasan

Guna memudahkan dalam pembahasan, peneliti menyusun penelitian ini secara sistematis untuk mempresentasikan bahasan agar yang satu sama lain saling melengkapi. Secara garis besar mengenai hal-hal yang akan ditulis dalam penulisan skripsi ini yang berisi bagian awal, isi, dan akhir. Berikut ini uraian singkat mengenai susunan pembahasan dalam penelitian ini:

Bab I Pendahuluan: Pada bagian ini diuraikan tentang latar belakang, kemudian rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian hingga sistematika pembahasan.

Bab II Gambaran Umum: pada bagian ini diuraikan deskripsi berupa profil dan video dakwah dari pemilik akun media sosial TikTok Habib Husein Ja'far Al-Hadar @huseinjafar.

Bab III Penyajian Data dan Hasil Penelitian: pada bagian ini memuat analisa data berdasarkan hasil penelitian yang telah terkumpul dengan teknik analisis isi pesan akidah, pesan akhlak dan pesan syari'ah pada video dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Media Sosial TikTok.

Bab IV Penutup: pada bagian ini berisi kristalisasi dari semua yang telah dicapai pada bab-bab sebelumnya, bagian ini tersusun atas kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dari penelitian yang berjudul Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial Tiktok @huseinjafar (Edisi Ramadhan 1443). Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, dari 21 video dakwah melalui pembagian pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah yang ditemukan pada akun TikTok @huseinjafar, terdapat 6 pesan akidah (keimanan), 14 pesan akhlak (budi pekerti), dan 6 pesan syari'ah (keislaman). Penggolongan tersebut menghasilkan jumlah 26 pesan dakwah, pesan ini disimpulkan lebih dari jumlah hasil sampel yang diambil, yaitu 21 video karena ditemukan beberapa satu video yang memuat lebih dari satu jenis pesan dakwah. Video dakwah yang dimaksud terdapat pada 3 video dakwah, yaitu unggahan 5 April "Bela diri terbaik", unggahan 12 April "Yok bisa yok", dimana kedua video tersebut sama-sama memuat dua pesan dakwah, yaitu pesan dakwah akhlak dan pesan dakwah syariah. Kemudian 1 video unggahan 1 Mei "Rukun Ihsan" yang memuat pesan akidah dan pesan akhlak.

Pada dakwah yang mengandung pesan akidah, ditemukan pesan rukun iman yaitu iman kepada Allah SWT, yaitu pesan tentang keyakinan bahwa Allah Maha mengetahui dan melihat apa yang dilakukan hamba-Nya dimanapun, kapanpun dan dimanapun. Selain pesan keimanan kepada Allah SWT, terdapat satu video dakwah yang memberikan pesan keyakinan

manusia untuk mempercayai akan adanya dunia akhirat, ketetapan janji Allah SWT kelak dimana akan ada surga dan neraka sebagai tempat tanggung jawab amal baik dan buruk manusia semasa hidupnya.

Pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang mengandung pesan akhlak, peneliti menemukan 14 video dengan 2 pesan akhlak terhadap kepada Allah SWT dan 13 pesan akhlak terhadap manusia baik terhadap sesama manusia maupun kepada manusia itu sendiri atau diri sendiri. Pesan akhlak terhadap Allah SWT ini menjelaskan tentang akhlak sabar, syukur dan taat serta mengejar cinta Allah dalam menjalani ibadah maupun terhadap ketetapan Allah selama hidup di dunia. Kemudian 13 Pesan dakwah akhlak terhadap manusia terdiri pesan yang berfokus mengingatkan kita sebagai individu untuk terus memperbaiki kepribadian diri sendiri sebagai hamba Allah yang berakhlak baik dan mulia, diantaranya yaitu larangan berbuat maksiat, mengendalikan diri dari amarah, memaafkan orang lain, tidak meremehkan orang lain, menjaga lisan, meneladani sikap adil dari seorang pemimpin, selalu rendah hati dan tidak sombong.

Peneliti menemukan 6 pesan dakwah syariah Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang menjelaskan akan tentang salah satu rukun Islam, yakni puasa dan pesan keislaman berupa hukum dan syarat-syarat dalam menjalankan rukun Islam tersebut. Pesan dakwah yang disampaikan Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam keseluruhan sebenarnya bermuatan dominan pesan Akhlak (budi pekerti), diantaranya yaitu akhlak terhadap Allah, terhadap sesama manusia, baik ke orang lain maupun terhadap diri sendiri.

Adapun pesan dakwah dengan kategori syariah seperti beribadah kepada Allah dan saling tolong menolong sesama manusia. Pesan dakwah dengan kategori akidah seperti percaya akan cinta Allah dan keyakinan bahwasanya segala gerak gerik manusia pasti dipantau oleh Allah SWT.

B. Saran

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan. Sebagai penutup, peneliti akan memberikan saran untuk peneliti berikutnya dan akun TikTok @huseinjafar sebagai berikut:

1. Bagi para da'i atau pendakwah secara digital dapat memanfaatkan berbagai jejaring media sosial sebagai media dakwahnya dikarenakan dakwah melalui media sosial dinilai lebih efektif, mudah diakses dan luas jangkauannya dimanapun dan kapanpun, mengingat masyarakat Indonesia kini lebih banyak menghabiskan waktunya dalam menggunakan media digital (smarphone, gadget, tablet, laptop dan komputer), sehingga hal tersebut bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah lebih luas kepada masyarakat.

2. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat yang berperan sebagai mad'u atau sasaran dakwah khususnya pengguna aplikasi TikTok, hendaknya bisa mempelajari dan juga memanfaatkan media ini sebagai media yang lebih bermanfaat seperti mencari dan menemukan kebaikan, salah satunya adalah berupa konten video dakwah.
3. Kepada peneliti selanjutnya, pelajari kajian pesan dakwah lebih dalam dan memperbanyak referensi agar materi yang didapat semakin luas.
4. Kajian pesan dakwah ini perlu dikembangkan lebih luas lagi agar dapat dijadikan pedoman bagi para calon pendakwah di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Ali Aziz, Moh, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.

Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Cet.1), Jakarta: Amzah, 2009.

Annur, Cindy Mutia, “Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022”, Katadata.co.id,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

Ayu Rizaty, Monavia, Januari 2022, “TikTok, “Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021””, Katadata.co.id,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021>, diakses tanggal 22 Mei 2022.

Bohang, Fatimah Kartini, Juli 2018, “Blokir Dicabut, Tik Tok Sudah Bisa Digunakan Lagi di Indonesia”, Kompas.com,
<https://tekno.kompas.com/read/2018/07/10/17090067/blokir-dicabut-tik-tok-sudah-bisa-digunakan-lagi-di-indonesia>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.

Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, Surabaya: Pena Salsabila, 2013.

Internetworldstats.com, Maret 2021, “10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak”, Katadata.co.id,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.

- Kodir, Kaka Hasan Abdul, and Anggit Rizkianto, The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in his Lecture on Youtube." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol.4:2, 2021.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Cet.3), Jakarta: Rajawali Pers: 2012.
- Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Yogyakarta: Ekonisia, 2005.
- Masfupah, Ayun, "Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar." *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, vol. 20:2, 2019.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (terj. Tjetjep Rohendi Rohidi), Jakarta: UI-Press, 2009.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, (Ed. 6:1), Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009.
- Nurwahid, Hidayat, and M. A. Hidayat, *Pengantar Sejarah Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2007.
- Purwasito, Andrik, *Komunikasi Multikultural*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2003.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi Di Lengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Saebani, Afifuddin, and Beni Ahmad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.

Salim dan Syahrur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Sambas, Syukriadi, *Komunikasi Penyiaran Islam*, Bandung: Benang Merah Press, 2004.

Sangadji, Etta Mamang. "Sopiah, Metodologi Penelitian: Praktis dalam Penelitian." (2010).

Sonia, Livingstone, *Handbook of new Media: Social Shaping and Social Consequences of ICT's*, London: Sage Publication Ltd, 2006.

Statisca, Juli 2021 "Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020", Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

Tiktok, <https://www.youtube.com/huseinjafar>, diakses tanggal 22 Mei 2022.

Wahyu, Ilaihi, dan Munir Muhammad, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

We are Social, Februari 2019, "Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?", Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>, diakses tanggal 22 Mei 2022

Winarso, Bambang, Juni 2021, "Apa Itu TikTok?", DailySocial.id, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>, diakses tanggal 20 Mei 2022

Youtube, <https://www.youtube.com/jedanulis>, diakses tanggal 22 Mei 2022.