

***Analisis Framing* Gamson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat Al-Qur'an di TikTok**



Oleh:

MIRNA ELISA

NIM: 23205031107

TESIS

Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Magister Agama (M. Ag)

YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1505/Un.02/DU/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Framing Gamson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat al-Quran di Tiktok

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MIRNA ELISA, S.Ag
Nomor Induk Mahasiswa : 23205031107
Telah diujikan pada : Selasa, 18 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Mahbub Ghozali
SIGNED

Valid ID: 6a85582415e50



Penguji I

Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag.,
M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a880d975d73



Penguji II

Dr. Siti Khodijah Nurul Aula, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a87e4d18f23e



Yogyakarta, 18 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a880d975ab61

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mirna Elisa, S.Ag
NIM : 23205031107
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : S2 (Magister)
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 07 Agustus 2026

Saya yang menyatakan,



Mirna Elisa, S.Ag

NIM. 23205031107

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mirna Elisa, S.Ag
NIM : 23205031107
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : S2 (Magister)
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 07 Agustus 2026

Saya yang menyatakan,



Mirna Elisa, S.Ag

NIM. 23205031107

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Ketua Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan tafsir

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**REPRESENTASI DAKWAH SALAFI DALAM POTONGAN CERAMAH
PADA AKUN TIKTOK: ANALISIS FRAMING GAMSON**

Yang ditulis oleh

Nama	: Mirna Elisa
NIM	: 23205031107
Fakultas	: Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi	: Ilmu Al-Qur'an

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 07 Agustus 2026
Pembimbing


Dr. Mahbub Ghazali

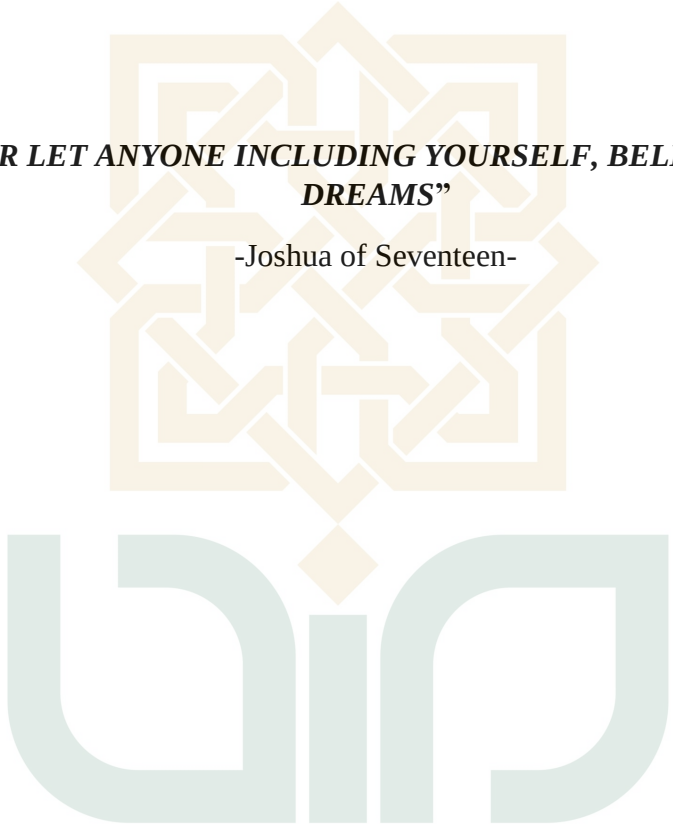
MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

(QS asy-Syarh: 5-6)

“NEVER LET ANYONE INCLUDING YOURSELF, BELITTLE YOUR DREAMS”

-Joshua of Seventeen-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk:

Pertama, Mirna Elisa yaitu saya sendiri, terima kasih sudah menyelesaikan tesis ini dengan semaksimal yang kamu lakukan. Kamu sangat hebat sudah bertahan hingga titik ini.

Kedua, Ayahanda Khoiri dan Ibunda Siti Jakrona, terima kasih sudah mendukung anak perempuan pertama ini untuk bisa menempuh pendidikan hingga S2. Terima kasih sudah mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat serta cinta yang luar biasa.

Ketiga, para guru yang telah mengajarkan, membimbing dan mengabdikan ilmunya.



ABSTRAK

Perkembangan media sosial terutama TikTok membuka ruang baru bagi penyebaran dakwah keagamaan. Salafi sebagai salah satu kelompok keagamaan yang memanfaatkan media digital dalam menyampaikan pandangan mereka terhadap isu-isu yang muncul di masyarakat. Berbagai akun yang mengunggah potongan ceramah dari para ustadz yang dikenal sebagai kelompok salafi. Akan tetapi, kehadiran ustadz yang dikenal dengan salafi tidak selalu diikuti dengan munculnya identitas salafi secara eksplisit dalam setiap konten yang diunggah di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun-akun TikTok yang memposting potongan ceramah ustadz salafi dalam membingkai pesan keagamaan yang disampaikan dan melihat identitas salafi yang muncul dalam konten tersebut.

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten dengan analisis *framing* model William A. Gamson. Data primer yaitu akun-akun TikTok yang memposting potongan ceramah ustadz salafi dengan beberapa ketentuan. Data sekunder berasal dari buku, artikel jurnal, tesis, dan karya tulis lainnya yang mendukung penelitian. Data yang diperoleh akan diolah dengan metode interaktif yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, menampilkan data dan memberikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian mengungkapkan beberapa temuan. *Pertama*, bentuk pesan keagamaan dilihat dari tema-tema keagamaan yang diangkat dalam ceramah bersifat umum seperti tauhid, ibadah dan moral yang tidak menunjukkan identitas salafi secara khusus. *Kedua*, akun-akun TikTok yang mengunggah ceramah salafi konsisten meminimalkan dalam penggunaan perangkat pembingkai dan ditemukan satu slogan khas salafi, kisah yang merujuk kepada generasi *al-salaf as-sālih* dan visual yang menunjukkan salafi hanya dipertahankan pada penampakan figur penceramah sebagai penanda identitas salafi. *Ketiga*, perangkat penalaran dalam ceramah salafi sangat minim karakter khas teologi salafi. Elemen perangkat penalaran baik akar masalah, nilai moral dan konsekuensi hanya ditemukan beberapa ideologi salafi. Mayoritas tidak membingkai kerangka purifikasi agama yang kaku. Setiap konten ustadz yang identik dengan salafi tidak secara otomatis menjadikan konten yang dipublikasikan sebagai representasi dari identitas salafi. Sebagian besar konten yang dikemas dengan pesan keagamaan yang lebih umum agar dapat diterima oleh masyarakat secara luas terutama kalangan anak muda.

Kata kunci: Salafi, TikTok, *Framing* Gamson

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	be
ت	<i>Ta'</i>	T	ta
ث	<i>Sa'</i>	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	je
ح	<i>Ha'</i>	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	de
ذ	<i>Zal</i>	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	er
ز	<i>Za'</i>	Z	zet
س	<i>Sin</i>	S	es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Sad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	<i>Dad</i>	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ta'</i>	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Za'</i>	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'Ain</i>	‘	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	ge
ف	<i>Fa'</i>	F	ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	qi
ك	<i>Kaf</i>	K	ka
ل	<i>Lam</i>	‘l	‘el
م	<i>Mim</i>	‘m	‘em
ن	<i>Nun</i>	‘n	‘en
و	<i>Waw</i>	W	w
ه	<i>Ha'</i>	H	ha
ء	<i>Hamzah</i>	,	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	y

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة عدة	ditulis ditulis	<i>Muta'addidah</i> <i>'iddah</i>
---------------	--------------------	--------------------------------------

C. Ta Marbutah di akhir kata

هبة	ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

D. Vokal Pendek

ا	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
و	<i>Fathah</i>	ditulis	A
و	<i>Dammah</i>	ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + Alif جاهلية	ditulis	A <i>Jahiliyyah</i>
Fathah + Ya Mati يسعا	ditulis	A <i>Yas'ā</i>
Kasrah + Ya Mati كريم	ditulis	I <i>Karīm</i>
Dammah + Wawu Mati فروض	ditulis	U <i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + Ya Mati بينكم	ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
Fathah + Wawu Mati قول	ditulis	Au <i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	ditulis	<i>A'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyah

القران	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyah

السماء	ditulis	<i>as-samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alḥamdulillāh, puji syukur atas kehadiran Allah swt, atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Analisis *Framing* Gamson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat al-Qur’an di TikTok”. Shalawat dan salam, semoga tetap dan selalu tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad saw, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut ajaran-ajarannya.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister dalam program studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis sangat menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan tesis ini baik dari segi pencarian data, teknik analisis maupun pengolahan data.

Dalam penulisan tesis ini, penulis banyak melewati berbagai macam situasi dan kondisi, sehingga *Alḥamdulillāh* tesis ini selesai ditulis dan masih jauh dari kategori sempurna. Penulis menyadari bahwa tesis ini bisa selesai atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, M.A., M.Phil., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen penguji yang memberikan saran dan kritik yang membangun selama proses ujian tesis
3. Bapak Dr. Ali Imron, S.Th.i., M.S.I selaku ketua Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir
4. Bapak Dr. Muhammad Akmaluddin, M.S.I selaku sekretaris Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir
5. Bapak Prof. Dr.Phil. Sahiron, M. A selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama perkuliahan

6. Bapak Dr. Mahbub Ghozali selaku dosen pembimbing tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan dan saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat selesai dengan baik
7. Ibu Dr. Siti Khodijah Nurul Aula, M.Ag selaku dosen penguji, yang telah memberikan saran, kritik membangun serta arahan selama proses ujian tesis
8. Segenap bapak dan ibu dosen Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir yang telah memberikan ilmu dan nasehat yang bermanfaat
9. Segenap pimpinan dan staf tata usaha (TU) Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir yang telah membantu pengurusan administrasi dalam penyelesaian tesis ini
10. Segenap pimpinan dan staf perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sudah memberikan fasilitas dan pelayanan kepada penulis selama berkunjung di perpustakaan
11. Ayahanda Khoiri dan Ibunda Siti Jakrona, terima kasih banyak atas semua kasih sayang, cinta dan doa-doanya kepada penulis. Semoga ayah dan ibu senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan. Terima kasih untuk adik-adik tersayang yaitu Yunita Isnaini dan Muhammad Zaqi Luthfi, adik ipar yaitu Edo Gustiawan dan keponakan tersayang Rayzan Giandra Alshaki .
12. Ibu Nyai Hj. Ida Fatimah Zainal, M.Ag selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Fatimiyah Putri (Komplek R2) serta keluarga besar Pondok Pesantren Al-Munawwir Yogyakarta
13. Bapak Prof. Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.i., MA dan kakak-kakak mentor dari Griya Khusnul yang telah memberikan ilmu dan saran akademik kepada penulis
14. Semua teman-teman MIAT Angkatan 2023 yang tidak bisa disebutkan satu-satu khususnya MIAT.C terima kasih sudah membersamai, bertukar ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan
15. Teman-teman yang selalu menemani dalam suka dan duka yaitu nurma, fiya, alma, hida, inlut, mba rias dan teman-teman lainnya yang tidak bisa dituliskan satu persatu. Terima kasih telah hadir dalam kehidupan ini

16. Group K-Pop SEVENTEEN yaitu Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Joshua Hong, Wen Junhui, Kwon Soon Young, Jeon Wonwoo, Lee Ji Hoon, Xu Minghao, Lee Seok Min, Kim Mingyu, Boo Seung Kwan, Hansol Vernon Chwe dan Lee Chan yang sudah menemani hari-hari penulis dalam mengerjakan tesis dan selalu memberikan motivasi, cinta, semangat, tawa kepada penulis melalui musik dan karya-karya lainnya
17. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yaitu Mirna Elisa yang selalu berusaha semaksimal mungkin mengikuti perkuliahan ini dan tetap semangat dalam menyelesaikan tesis ini. Kamu hebat dan keren sekali.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, semoga Allah melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada semua orang yang sudah berjasa dalam penulisan tesis. Semoga karya ini bisa bermanfaat, aamiin.

Yogyakarta, 07 Agustus 2026

Penulis,

Mirna Elisa, S.Ag

NIM: 23205031107

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan	8
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Kerangka Teori.....	16
F. Metode Penelitian.....	19
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II WACANA IDEOLOGIS DALAM PENAFSIRAN AL-QUR'AN	23
A. Wacana Identitas Penfasiran	23
B. Wacana Ideologis Penafsiran di Platform Media Digital.....	35
C. TikTok dan Produksi Wacana Keagamaan	39
BAB III REPRESENTASI SALAFI DALAM WACANA KEAGAMAAN DI TIKTOK.....	47
A. Ideologi Salafi	47
B. Kecenderungan Salafi dalam Klaim Ideologi	56
C. Wacana Salafi di TikTok	61
BAB IV DEKONSTRUKSI BINGKAI DAN APLIKASI PESAN SALAFI DALAM POTONGAN VIDEO TIKTOK.....	88
A. Perangkat Pembingkai dalam Pesan Dakwah Potongan Video TikTok. 88	

B. Perangkat Penalaran dalam Pesan Dakwah Potongan Video TikTok.....	95
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115
Lampiran	117
A. Transkripsi Video.....	117
B. Gambar Akun Penelitian.....	141



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perangkat Framing Gamson.....	17
Tabel 2 Skema Konsep Framing Gamson.....	19
Tabel 3 Sumber Data Primer.....	20
Table 4 Data Penelitian Salafi di TikTok.....	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi teknologi di abad ke-20 yang berkembang dengan signifikan, membawa perubahan dalam kehidupan manusia. Kemajuan teknologi ini berimplikasi pada perubahan sarana komunikasi modern yang cepat, praktis dan canggih dalam menjangkau masyarakat secara masif.¹ Media konvensional (koran, radio, majalah, tv dsb), sebagai sumber utama dalam mendapatkan informasi kini perlahan ditinggalkan oleh pengguna dan beralih kepada media digital yaitu media online (situs website dan platform digital populer seperti YouTube, Instagram, TikTok dan lainnya) yang serba cepat, murah dan interaktif.² Peran media sosial tidak sekedar pada komunikasi personal tetapi menjadi wadah berdiskusi, berbagi informasi dan menyebarkan keyakinan agama.³

TikTok merupakan bagian dari platform media sosial yang tergolong diminati berbagai kalangan di Indonesia dengan menawarkan format video pendek dan kemudahan dalam berbagi konten.⁴ Head of Public Policy Indonesia yaitu Donny Eryastha menyebutkan bahwa sebagian pengguna TikTok di Indonesia mayoritas anak-anak muda dari kalangan milenial dan generasi Z.⁵ Menurut We Are Sosial dan Hootsuite bahwa pengguna TikTok di Indonesia menembus 106,52 juta orang per Oktober 2023 dan meningkat sebanyak 6,74% dari tahun

¹ Puan Maharani, Said Lestahu, dan Ronald Alfredo, "Transformasi Radio Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon)", *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, vol. 1, no. 2, hlm.2-3, <https://doi.org/10.30598/JIKPvol1iss2pp214-231>.

² Mahdar Musriana, "Transformasi Media Cetak Ke Media Digital (Studi Pada Harian Rakyat Sultra)", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol. 3, no. 2, hlm.2, <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/418>.

³ Juniarti Iryani dan Nurwahid Syam, "Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial", *PUSAKA*, vol. 11, no. 2, hlm.361, <https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>.

⁴ Ayu Lestari Budiarti dkk., "Analisis Dakwah TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus Pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI", *FENOMENA*, vol. 15, no. 2, hlm.139, <https://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>.

⁵ Sunggiale Vina Mahardhika dkk., "Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok", *SOSEARCH : Social Science Educational Research*, vol. 2, no. 1, hlm.41, <https://doi.org/10.26740/sosearch.v2n1.p40-53>.

sebelumnya.⁶ TikTok sebagai platform video pendek yang memiliki salah satu fitur TikTok yaitu *For You Page* (FYP) yang mendorong penyebaran konten dengan sangat cepat berdasarkan preferensi algoritmis pengguna dan menjangkau audiens yang lebih luas.⁷ Platform TikTok dipenuhi oleh berbagai konten yang diproduksi konten kreator berfokus pada tema yang sangat beragam misalnya menari, memasak, tutorial *make-up*, penyebaran informasi, tantangan (*challenge*) dan masih banyak jenis konten lainnya.⁸ TikTok tidak sekedar berperan sebagai sarana hiburan, melainkan juga bisa berpotensi untuk menyebarkan konten dakwah kepada masyarakat.⁹ TikTok sebagai ruang produksi dan konsumsi wacana keagamaan yang memfasilitasi penyebaran pesan-pesan keagamaan yang relevan dengan isu-isu kekinian, menciptakan dialog antar agama dan antar budaya serta menambah pemahaman terkait agama di era media baru.¹⁰ Kehadiran dakwah digital di TikTok dimanfaatkan para pendakwah untuk menyampaikan ajaran agama secara interaktif dan kontekstual, sehingga lebih mudah diterima generasi muda.¹¹

Fenomena dakwah agama di TikTok ditandai dengan munculnya akun-akun dari perorangan maupun mewakili instansi. Berbagai akun dakwah pada umumnya menyajikan konten yang mencakup wawasan keagamaan, panduan dalam beribadah serta motivasi spiritual dan kehidupannya.¹² Terjadi pergeseran dakwah

⁶ Herma Yunita dan Ayu Wijayanti, "Analisis Tentang Dampak Aplikasi Tik Tok Pada Siswa SDN 65 Desa Suka Rami Kecamatan Kedurang Ilir Kabupaten Bengkulu Selatan", *IDEA*, vol. 3, no. 2, hlm.75, <https://doi.org/10.36085/idea.v3i2.7948>.

⁷ Izzatul Mula, Auliya Ristiani, dan Ningrum Puji Lestari, "Viralisasi Bermakna: Etika Dan Efektivitas Strategi FYP Dalam Merekonstruksi Konsumen Gen-Z", *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, vol. 2, no. 4, hlm.72, <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i4.1253>.

⁸ Melly Septia Pardianti dan Velantin Valiant S, "Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi", *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol. 27, no. 2, 189–90, <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>.

⁹ Anggita Falestyana Sari dan Lutfhi Ulfa Ni'amah, "TikTok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun TikTok @baysasman00)", *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, vol. 2, no. 1, 32, <https://doi.org/10.53888/alidaroh.v2i1.504>.

¹⁰ Iman Mukhroman, Dody S. Truna, dan Ahmad Gibson, "Media Sosial TikTok sebagai Ruang Baru untuk Ekspresi Keagamaan", *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, vol. 15, no. 2, hlm.395, <https://doi.org/10.31506/jrk.v15i1.29297>.

¹¹ Budiarti dkk., "Analisis Dakwah TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa," hlm.138-139.

¹² Ashabul Kahpi dan Emi Puspita Dewi, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah", *Social Science and Contemporary Issues Journal*, vol. 2, no. 2, hlm.306, <https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.412>.

tradisional seperti majelis taklim, tabligh akbar, cetakan majalah hingga siaran radio dan tv kini bertransformasi menjadi dakwah berbasis digital sebagai sarana penyebaran ajaran Islam.¹³ Potongan ceramah sebagai bentuk dakwah yang memfasilitasi masyarakat memahami inti materi keagamaan tanpa harus menyimak jalannya pengajian secara utuh. Dengan adanya potongan ceramah yang singkat dapat menjadikan proses pembelajaran agama lebih mudah dipahami dan hemat waktu.¹⁴ Selain itu, potongan ceramah di TikTok dapat memberikan akses terhadap pemahaman agama menjadi lebih responsif, praktis, dan adaptif terhadap kebutuhan audiens. Hal ini didukung oleh karakteristik TikTok yang memprioritaskan durasi video singkat dan algoritma yang menyaring konten berdasarkan preferensi pengguna. Dampaknya, banyak pengguna memanfaatkan potongan ceramah sebagai rujukan cepat dalam menyelesaikan persoalan fikih, etika (adab) dan motivasi spiritual.¹⁵ Kelebihan dakwah melalui TikTok yaitu menjangkau audiens lebih luas, fitur kreatif yang mendukung, interaksi yang interaktif.¹⁶ Di sisi lain, berdakwah melalui media TikTok memiliki kekurangan seperti maraknya materi keagamaan yang diragukan keabsahannya, penyebaran ideologi radikal serta penurunan mutu dan kedalaman materi dakwah akibat tuntutan format pendek dan lebih mengutamakan aspek hiburan.¹⁷ Selain itu, tantangan berdakwah di TikTok dengan durasi konten yang terbatas memungkinkan kesalahan interpretasi, persaingan konten, serta menyebarkan informasi yang bertentangan dengan ajaran Islam.¹⁸

¹³ Anton Sulaiman dan Liana Dwi Suseno, "Transformasi Media Dakwah dari Konvensional ke Digital", *Misykah : Jurnal Pemikiran Dan Studi Islam*, vol. 10, no. 2, hlm.17, <https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/misykah/article/view/4186>.

¹⁴ Jati Pamungkas, Azis Prastica, dan Imam Sholikhuddin, "Ruang Keagamaan Digital: Persepsi Pengguna TikTok Dan Youtube Terhadap Konten Gus Baha", *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, vol. 4, no. 2, hlm.109-110, <https://doi.org/10.62383/risoma.v4i2.1577>.

¹⁵ Pamungkas, Prastica, dan Sholikhuddin, hlm.115.

¹⁶ Daudy Buhari, Zainal Efendi Hasibuan, dan Bestari Endayana, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah", *Jurnal Literasiologi*, vol. 12, no. 4, hlm.19-20, <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v12i4.833>.

¹⁷ Sulaiman dan Suseno, "Transformasi Media Dakwah Dari Konvensional Ke Digital," hlm.17.

¹⁸ Buhari, Hasibuan, dan Endayana, "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Dakwah," hlm.20-21.

Kajian mengenai ideologi keagamaan di media digital telah banyak dilakukan oleh para sarjana. Terdapat tiga kecenderungan secara khusus. *Pertama*, media digital sebagai sumber informasi keagamaan seperti website, YouTube, Instagram, TikTok dan sejenisnya yang digunakan untuk berdakwah dengan ideologi tertentu seperti tulisan dari Ahmad Turmuzi dan Sahdin Hasibuan¹⁹, Aliffiani dan Ahmad Nurcholis²⁰, Irgi Ahmad dkk²¹, dan M. Alfaynanur Rifqi²² menjelaskan bahwa berdakwah melalui media digital dapat menyebar secara cepat sehingga menjangkau lebih banyak orang, meningkatkan efektivitas dakwah dan bisa diakses dengan mudah. Akan tetapi, berdakwah melalui platform digital juga memiliki kendala besar berupa kesalahpahaman ajaran, penyebarluasan informasi yang tidak valid serta pergeseran dari praktik ibadah tradisional. *Kedua*, terjadinya pergeseran otoritas keagamaan dari dunia nyata ke dunia maya sebagaimana tulisan Saifuddin Zuhri²³, Mutohharun Jinan²⁴ dan Arief Rahman dkk²⁵. Aktivitas keagamaan tidak lagi terbatas fisik, waktu dan tempat, akan tetapi sudah meluas ke ruang digital yang memberi kesempatan untuk interaksi, komunitas virtual dan transformasi praktik keagamaan secara luas. Digitalisasi agama memicu pergeseran otoritas keagamaan dari institusi dan ulama tradisional kepada figur berbasis popularitas, seperti pendakwah selebriti serta *influencer* muslim yang lebih

¹⁹ Ahmad Turmuzi dan Sahdin Hasibuan, "Teknologi Sebagai Alat Dakwah: Transformasi Institusi Agama Di Era Media Sosial", *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, vol. 6, no. 3, 631–36, <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.vi.54836>.

²⁰ Aliffiani Ayu Nurrohman dan Ahmad Nurcholis, "Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @pemudahijrah)", *Syiar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, vol. 4, no. 1, 49–62, <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.

²¹ Irgi Ahmad Fahrezi dkk., "Pemanfaatan Platform Instagram Sebagai Media Dakwah Di Era Globalisasi", *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 3, 111–20, <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i3.4400>.

²² M. Alfaynanur Rifqi, "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Anza Channel K.H Anwar Zahid)", *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, vol. 5, no. 2, 69–79, <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.

²³ Saifuddin Zuhri Qudsy, "Pesantren Online: Pergeseran Otoritas Keagamaan di Dunia Maya", *Living Islam*, vol. 2, no. 2(2019), 169–87, <https://doi.org/10.14421/lijid.v2i2.2010>.

²⁴ Mutohharun Jinan, "New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia", *Jurnal Lektur Keagamaan*, vol. 10, no. 1, 181–208, <https://doi.org/10.31291/jlk.v10i1.178>.

²⁵ Arief Rachman, Theguh Saumantri, dan Taufik Hidayatulloh, "Transformation of Religious Authority in the Digital Era: A Post-Normal Times Analysis by Ziauddin Sardar on the Phenomenon of Social Media Da'wah", *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 45, no. 1, 107–22, <https://doi.org/10.21580/jid.v45.1.25644>.

mendominasi. Pergeseran otoritas keagamaan juga memiliki tantangan terkait risiko dalam penyebaran paham yang radikal, kemunculan fatwa instan, algoritma dan popularitas kini menggeser peran ulama konvensional, memicu ketidakpastian otoritas keagamaan di ruang publik. *Ketiga*, persaingan ideologi di media digital seperti tulisan dari Yulia Nafa F.R dkk²⁶, Moh. Hafid Effendy dkk²⁷ Elis Mila Rosa dkk²⁸. Pertarungan ideologi dalam media digital yang cenderung memihak atau membela kelompok keagamaan tertentu yang terkadang bersifat provokatif dan menimbulkan konflik antar kelompok keagamaan. Dengan adanya kontestasi di media sosial dapat memberikan dampak buruk baik terhadap persaudaraan sesama muslim, *image* Islam dimata individu maupun kelompok orang.

Salafi merupakan salah satu gerakan Islam yang dikategorikan sebagai kelompok berideologi eksklusif namun tidak menutup diri terhadap pemanfaatan teknologi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Pemanfaatan media sosial oleh kelompok salafi sebagai bentuk penguatan identitas keagamaan dan menyebarkan ajaran mereka sehingga salafi tidak sepenuhnya menolak modernisasi.²⁹ Para tokoh salafi mengoptimalkan media digital untuk menyebarkan khutbah, ceramah dan fatwa secara daring dengan luas, sehingga mampu menjangkau ribuan audiens dalam waktu singkat. Fenomena ini membuka peluang bagi kelompok salafi untuk mengoperasikan akun resmi secara meluas di berbagai media digital seperti Facebook, Twitter, Youtube, TikTok dan sejenisnya sebagai tempat untuk menyampaikan gagasan, interpretasi dan pandangan mereka

²⁶ Yulia Nafa Fitri Randani, Jalimah Zulfah Latuconsina, dan Mukhsin Achmad, "Kontestasi Otoritas Agama (Studi Kasus: Fenomena War Di Facebook Dan Instagram Dan Implikasinya Terhadap Internal Umat Islam)", *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, vol. 4, no. 1, 1008–23, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art13>.

²⁷ Moh. Hafid Effendy, Agik Nur Efendi, dan Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto, "Media Sosial sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan", 2019, <https://conference.iainmadura.ac.id/index.php/iconis/article/view/21/18>.

²⁸ Elis Mila Rosa dkk., "Kontestasi Keberagamaan Di Media Sosial: Kontra Interpretasi Radikalisme Di Platform Youtube", *Jurnal Penelitian Agama*, vol. 23, no. 2, 175–96, <https://doi.org/10.24090/jpa.v23i2.2022.pp175-196>.

²⁹ M. Agung Pramana, "Salafi Online: Dakwah Salafi Pada Akun Instagram @dakwah_tauhid", *Idarotuna*, vol. 5, no. 1, hlm.64-65, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i1.22792>.

mengenai berbagai isu keagamaan maupun sosial.³⁰ Kemunculan akun-akun di TikTok yang memuat ceramah ustadz salafi sebagai bagian dari transformasi dakwah di media digital. Fenomena ini bukan hanya tren dalam media sosial, tetapi sebagai bentuk adaptasi dan transformasi metodologi dakwah supaya relevan dengan karakteristik generasi muda. Salafi memanfaatkan media digital tidak hanya sebagai alat promosi ideologi salafi dan menyerang orang-orang yang dianggap musuh. Salafi juga menggunakan media digital sebagai sarana untuk menyampaikan respon dan pandangan mereka atas berbagai isu yang berkembang di ranah lokal maupun global. Ceramah yang banyak beredar di media sosial memberikan berbagai respon terhadap eksistensinya, ada yang memberikan respon positif dan negatif. Hal ini disebabkan oleh video cuplikan yang disebar tidak utuh sehingga menimbulkan kontradiksi dan pemahaman tidak utuh di kalangan masyarakat.³¹

Ceramah pendek yang melakukan seleksi informasi bukan hanya pendakwah, tetapi editor konten, pengelola akun dakwah, kreator media sosial dan logika platform digital. Ceramah yang ditampilkan di TikTok bukan rekaman secara utuh melainkan hasil seleksi dan penyuntingan. Penyeleksian informasi berhubungan dengan *framing*. Sebab *framing* tidak hanya berkaitan dengan cara pesan disampaikan, tetapi pada aspek mana yang dipilih, ditekankan, disederhanakan atau dihilangkan. Proses pemotongan ceramah dapat menonjolkan tema, pesan atau sudut pandang tertentu sehingga potongan ceramah pendek cenderung menampilkan tentang pahala, ancaman, motivasi spiritual atau ajakan praktis sebab proses tersebut bisa dibaca sebagai bentuk *framing* pesan dalam dakwah.³² Proses seleksi melibatkan berbagai aktor dimulai dari pendakwah, editor,

³⁰ Ridwan Ridwan, Hamzah Harun, dan Muhaimin Muhaimin, "Urban Sufisme di Era Digital dan Urban Salafi di Era Kontemporer: Urban Sufism in the Digital Era and Urban Salafism in the Contemporary Era", *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab*, vol. 3, no. 4, hlm.477, <https://doi.org/10.36701/qiblah.v3i4.1544>.

³¹ Aulia Fathimah Noor dkk., "Fenomena FYP Video Cuplikan Ceramah Digital Pada Media TikTok", *Seminar Pendidikan Agama Islam*, vol. 2, no. 1, hlm.51, <https://conference.um.ac.id/index.php/SNPAI/article/view/8322>.

³² Nurul Izzah dan Isnaeni, "Seleksi Informasi Dalam Video Ceramah Pendek Sebagai Strategi Dakwah Digital", *SPEKTRA KOMUNIKA*, vol. 5, no. 2, hlm.128, <https://doi.org/10.33752/spektra.v5i2.11565>.

konten kreator, pengelola akun hingga algoritma platform digital yang tidak secara langsung menentukan distribusi dan visibilitas pesan. Mekanismenya bisa dilihat dari pemotongan bagian ceramah, pemilihan kutipan inti, penonjolan emosi tertentu, penyederhanaan pesan, serta menghilangkan konteks yang dianggap dengan format video pendek. Sehingga pesan dakwah jadi lebih praktis, singkat dan mudah diterima audiens.³³ Konten yang ditampilkan dapat membentuk pemahaman kepada audiens tentang dakwah salafi. Pentingnya analisis *framing* dalam penelitian ini, sebab *framing* tidak sekedar menyajikan data, melainkan membentuk persepsi dan pola pikir audiens terhadap suatu isu melalui pemilihan kata, simbol, dan penonjolan aspek tertentu dari pesan dakwah.³⁴

Penelitian yang mengkaji salafi di media sosial banyak yang membahas mengenai penyebaran ideologi, identitas dan strategi dakwah salafi menggunakan media sosial. *Pertama*, tulisan Simon Sorgenfrei³⁵, Sakinah dan Syahidil³⁶ dan M. Agung pramana³⁷ yang meneliti bahwa media sosial menjadi tempat penyebaran ideologi salafi. *Kedua*, penelitian dari Ilham Ali Hasan³⁸ bahwa media sosial dijadikan sebagai wadah pembentukan identitas salafi. *ketiga*, tulisan Ummi Kulsum dan Deden Darajat³⁹, Ummu Azka Amalia yang mengkaji strategi dakwah salafi di media sosial. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini mengkaji pada akun-akun TikTok yang memposting ceramah dari ustadz yang dikenal dengan salafi. Penelitian ini melihat bagaimana akun-akun tersebut membingkai pesan keagamaan melalui konten yang diposting dengan mengaplikasikan pendekatan

³³ Izzah dan Isnaeni, hlm.129.

³⁴ Adhi Kusuma, Mad Nasir, dan Siti Nuraeni, "Analisis *Framing* Terhadap Konten Dakwah Digital Di Media Sosial Seperti Instagram @memeIslam.Id", *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, vol. 5, no. 2, hlm.582, <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i2.1201>.

³⁵ Simon Sorgenfrei, "Branding Salafism: Salafi Missionaries as Social Media Influencers", September 2021, <https://doi.org/10.1163/15700682-12341515>.

³⁶ Ekatul Hilwatis Sakinah dan Syahidil Mubarik Mh, "The Spread of Salafi Ideology in Digital Media: Exploring Al-Qur'an Interpretation in rumaysho. com", *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, vol. 8, no. 2, 178–208, <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/nalar/article/view/9114>.

³⁷ Pramana, "Salafi Online."

³⁸ Ilham Ali Hasan, "Representasi Ideologi Salafi Dalam Tafsir Digital: Analisis Wacana Kritis Atas Struktur dan Sitasi Penafsiran Al-Qur'an Dalam www.muslim.or.id", masters UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56613/>.

³⁹ Umi Kulsum dan Deden Mauli Darajat, "Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram", *Al-Mubin: Islamic Scientific Journal*, vol. 4, no. 1, 9–27, <https://doi.org/10.51192/almubin.v4i1.91>.

analisis *framing* model William A. Gamson. Dalam kajian ini berusaha melihat sejauh mana identitas salafi muncul atau tidak muncul dalam pembingkai konten. Dengan demikian, penelitian ini bisa memberikan gambaran tentang cara dakwah yang berkaitan dengan salafi dan disajikan dalam media sosial terutama TikTok.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk pesan dakwah salafi dalam ceramah di TikTok?
2. Bagaimana perangkat pembingkai yang digunakan dalam ceramah salafi di TikTok?
3. Bagaimana perangkat penalaran dalam ceramah salafi di TikTok?

C. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Memetakan bentuk pesan dakwah salafi dalam ceramah di TikTok
2. Menganalisis perangkat pembingkai yang digunakan dalam ceramah salafi di TikTok
3. Menganalisis perangkat penalaran dalam ceramah salafi di TikTok

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis.

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian keilmuan di bidang ilmu Al-Qur'an dan tafsir, khususnya dalam memahami salafi di media sosial
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman lebih mendalam kepada masyarakat terkait konten ideologi salafi di media sosial

D. Kajian Pustaka

Studi mengenai “Analisis *Framing* Gamson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat al-Qur'an di TikTok” memerlukan penjabaran mendalam terhadap beberapa kata kunci sebagai dasar untuk memahami kerangka teori yang digunakan kajian ini.

1. Dakwah di media sosial

Dakwah didefinisikan sebagai upaya penyampaian ajaran Islam secara persuasif agar lebih mudah dipahami dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.⁴⁰ Pendakwah menyampaikan pesan keagamaan mulai berpindah dari media konvensional ke media digital.⁴¹ Penelitian dakwah di media sosial telah banyak dipublikasikan oleh para peneliti terdahulu. *Pertama*, tulisan Ilham Maulana, dkk tentang “*Dakwah di Media Sosial pada Channel Youtube Akhyar TV*” yang membahas tentang kajian yang menyoroti peran admin sebagai da’i pada kanal youtube Akhyar TV, dengan menekankan pada metode dakwah serta penyampaian pesan keagamaan yang berorientasi pada penguatan akidah dan perbaikan akhlak.⁴²

Kedua, tulisan dari Alfatih Yusry, dkk mengenai “*Analisis Pesan Dakwah Syafiq Riza Basalamah di Media Sosial Instagram*”. Kajian ini berfokus pada 15 konten video dari tanggal 1-26 September 2022. Pesan dakwah yang ditampilkan dalam akun Instagram @syafiqrizabasalamah yaitu dakwah mengenai akidah, akhlak dan dakwah Syariah. Berdakwah melalui media Instagram cukup efektif terutama bagi seseorang yang berhalangan hadir secara langsung dalam majelis ilmu secara fisik.⁴³

Ketiga, tulisan dari Imam Hidayat, dkk tentang “*TikTok sebagai Media Dakwah di Era Revolusi Society 5.0: Transformasi Digital dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam*”. TikTok yang semula diidentifikasi sebagai platform hiburan

⁴⁰ Irta Sulastri, “Penggunaan media social dalam berdakwah: study terhadap da’I di Kota Padang”, *Al-Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 11, no. 2, hlm.157, <https://scholar.uinib.ac.id/id/eprint/830/>.

⁴¹ Rengga Mahendra, “Dakwah Islam Melalui Media Digital dan Konvensional”, *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*, vol. 1, no. 1, hlm.280, <https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/ficosis/article/view/88>.

⁴² Ilham Maulana, Ilham Maulana, Tata Sutayat, dan Chatib Saefullah, “Dakwah Di Media Sosial Pada Channel Youtube Akhyar TV”, *ResearchGate*, Juni 2026, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675>.

⁴³ Alfatih Yusry S., Nursapia Harahap, dan Syahrul Abidil, “Analisis Pesan Dakwah Syafiq Riza Basalamah di Media Sosial Instagram”, *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, vol. 2, no. 4, 1327–36, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i4.795>.

telah berkembang menjadi sarana dakwah yang efektif. Platform ini memfasilitasi penyampaian pesan keagamaan secara kreatif dan interaktif melalui penggunaan humor, simulasi kehidupan sehari-hari dan kemasan visual yang estetik sehingga materi agama menjadi lebih komunikatif. Transformasi dakwah di media sosial dapat memperluas jangkauan penyebaran dakwah sekaligus meningkatkan relevansinya terhadap kebutuhan masyarakat kontemporer. TikTok juga menawarkan peluang baru dalam berdakwah yang lebih kreatif serta kontekstual pada era revolusi society 5.0.⁴⁴

keempat, tulisan dari Syintia Nurfitri dan Arzam tentang “*Urgensi Media Sosial sebagai Sarana Dakwah melalui Media di Era Modern*”. Berdakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam dalam menyebarkan agama Islam melalui ajakan dan seruan. Penggunaan media sosial untuk berdakwah dianggap paling efektif untuk menyebarkan dakwah Islam. Memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, harus diimbangi dengan memperhatikan etika dan norma-norma yang sesuai dengan fondasi utama ajaran Islam yang berlandaskan pada Al-Qur’an dan hadits.⁴⁵

Kelima, tulisan dari Silviia Riskha Fabriar, dkk membahas tentang “*Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital*”. Podcast hadir sebagai salah satu media komunikasi dakwah pada era digital. Keunggulan formatnya yang efisien, fleksibel dan bisa diakses kapan saja menjadikan media ini diminati oleh berbagai kalangan dan bisa berkolaborasi dengan berbagai macam platform media online.⁴⁶

2. *Framing* Gamson pada konten dakwah di media sosial

⁴⁴ Junda Fais Bachtiar dkk., “TikTok Sebagai Media Dakwah di Era Revolusi Society 5.0: Transformasi Digital dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam”, *Merdeka Indonesia Jurnal International*, vol. 4, no. 2, 421–30, <https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.226>.

⁴⁵ Syintia Nurfitri dan Arzam Arzam, “Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media”, *An-Nida*, vol. 46, no. 1, 85–105, <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>.

⁴⁶ Silvia Riskha Fabriar, Alifa Nur Fitri, dan Ahmad Fathoni, “Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital”, *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 14, no. 1, 1–6, <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>.

Secara umum, *framing* dimaknai sebagai pendekatan untuk mengamati cara media mengemas dan menyampaikan suatu peristiwa. Media menyajikan pemberitaan dengan menarasikan ulang fenomena atau kejadian yang telah terjadi. Menurut Gamson, *framing* sering dimanfaatkan dalam dinamika wacana publik, di mana *framing* dirancang oleh pihak tertentu demi menanamkan ideologi dan gagasan kelompok lain.⁴⁷ Penelitian mengenai *framing* dakwah pada media telah dilakukan oleh beberapa peneliti. *Pertama*, tulisan oleh Aghis Ramadhan Syarif tentang “*Framing Hadis Larangan Menggambar Makhluk Hidup: Analisis Media Muslim.or.id dan SuaraMuhammadiyah*”. Media muslim.or.id membingkai hadits larangan menggambar makhluk hidup secara mutlak, yang mencerminkan kecenderungan tekstualis khas tradisi salafi. Sebaliknya, SuaraMuhammadiyah.id merepresentasikannya secara kontekstual dan argumentatif, selaras dengan kerangka berpikir manhaj tarjih Muhammadiyah. Kehadiran teks-teks hadits di media online tidak hanya mencerminkan kecenderungan teologis, melainkan bagian dari strategi diksursif dalam kontestasi Islam kontemporer.⁴⁸

Kedua, tulisan yang berjudul “*The Tabligh Language of The Millenial Generation in Sosial Media: Analysis of Popular Islamic Account Framing*” oleh Ridwan Rustandi. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji bahasa tabligh dari perspektif moderasi beragama yang terepresentasi pada tiga platform digital yaitu Facebook, YouTube dan Instagram. Akun-akun tersebut menerapkan logika ekspresif yang menyeimbangkan aspek normative dan faktual ajaran Islam. Logika konvensional dihadirkan lewat argument normative-aktual, pandangan tokoh Islam dan tren masyarakat. Sementara logika retorik

⁴⁷ Rayhan Bima Sakti dan Kukuh Sinduwiatmo, “Analisis *Framing* Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan di Media Pemberitaan Online (Studi Analisis *Framing* William A. Gamson)”, *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, vol. 8, no. 1, hlm. 106, <https://doi.org/10.20527/mc.v8i1.15766>.

⁴⁸ Aghis Ramadhan Syarif, “*Framing Hadis Larangan Menggambar Makhluk Hidup: Analisis Komparatif Media Muslim.or.Id Dan SuaraMuhammadiyah.Id*”, *Journal of Hadith Studies*, vol. 5, no. 2, 98–118, <https://doi.org/10.32506/johs.v5i2-03>.

dimainkan melalui gaya bahas, efektivitas pesan dan visualisasi yang memadukan simbol, teks serta gambar.⁴⁹

Ketiga, tesis dari Imam Muhajir Dwi Putra tentang “*Konstruksi Pemaknaan Tekstualitas-Ideologis di Media Sosial: Analisis Framing atas Narasi Pemurnian Islam pada Channel Youtube Salafi*”. Tulisan ini berfokus pada kanal YouTube Rodja TV mengonstruksi pembingkai narasi dakwahnya menggunakan pendekatan interpretasi Al-Qur’an yang bersifat tekstual dan ideologis. Wacana pemurnian Islam yang bertujuan mendekonstruksi tradisi keagamaan masyarakat muslim Indonesia dibangun melalui strategi dakwah ideologis, dengan memanfaatkan seleksi ayat-ayat al-Qur’an secara spesifik.⁵⁰

Keempat, tulisan dari Moch. Fakhruroji, dkk tentang “*Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial Islam Populer*”. Tulisan ini mengkaji bahasa agama di media sosial yang dikonstruksi akun Islam Populer yaitu Youtube, *Fanpage* Facebook dan Instagram. Pengemasan bahasa pada akun “Islam Populer” yang merujuk pada Al-Qur’an dan hadits. Di media sosial, bahasa agama dikemas menggunakan simbol verbal dan visual guna membentuk persepsi tertentu. Melalui rekayasa konten berbasis teks dan visual, realitas subjektif berhasil dibangun sehingga bahasa agama bertransformasi menjadi imalogi keagamaan yang beroperasi pada ranah sakral sekaligus profan.⁵¹

Kelima, tulisan Maysarah dan Wisri tentang “*Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube “Sayangi Orang Tuamu” (Analisis Framing Gamson dan Modigliani)*”. Setiap anak berkewajiban untuk berbakti dan berbuat baik kepada orang tua. Oleh karena itu, sikap berbakti kepada orang tua

⁴⁹ Ridwan Rustandi, “The Tabligh Language of the Millennial Generation in Social Media: Analysis of Popular Islamic Account *Framing*”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 42, no. 1, 1–21, <https://doi.org/10.21580/jid.v42.1.10731>.

⁵⁰ Imam Muhajir Dwi Putra, “Konstruksi Pemaknaan Tekstualitas-Ideologis di Media Sosial: Analisis *Framing* Atas Narasi Pemurnian Islam Pada Channel Youtube Salafi”, masters UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2023, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63629/>.

⁵¹ Moch Fakhruroji, Ridwan Rustandi, dan Busro Busro, “Bahasa Agama Di Media Sosial: Analisis *Framing* Pada Media Sosial Islam Populer”, *Jurnal Bimas Islam*, vol. 13, no. 2, 203–34, <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>.

mendatangkan pintu rahmat, keberkahan dan kelapangan rezeki dari Allah. Sebaliknya, perilaku durhaka akan merenggut keberkahan dan ridha-Nya, sehingga menyebabkan kehidupan seseorang mengalami kesempitan dan kesulitan.⁵²

3. Penelitian tentang salafi di media sosial

Salafi merupakan gerakan keIslaman yang menyeru kaum muslimin untuk kembali kepada ajaran nabi Muhammad saw dan para *al-salaf as-sālih*. Gerakan salafi bertujuan untuk menciptakan pemurnian agama Islam.⁵³ Pertama, kajian tentang paham salafi di media Instagram. Media sosial terutama Instagram tidak hanya mendukung sektor pendidikan, ekonomi, sosial, politik dan kesehatan, tetapi juga menjadi wadah penyebaran paham keagamaan seperti paham salafi.⁵⁴ Sebagaimana yang telah dilakukan oleh beberapa sarjana seperti Simon Sorgenfrei⁵⁵, menyebutkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh kelompok salafi di Swedia bertujuan untuk mendiseminasi dan mengomunikasikan ideologi keagamaannya, sehingga gagasan tersebut diinternalisasi oleh para pengikut sebagai bagian dari identitas budaya. Selanjutnya tulisan M. Agung Pramana⁵⁶ menyebutkan bahwa penyebaran paham salafi di akun Instagram @dakwah_tauhid dimanfaatkan secara massif untuk memperkuat eksistensinya sebagai gerakan Islam puritan sekaligus meraih respon positif dan penerimaan yang baik dari audiesnya. Ummi Kulsum dan Deden Darajat.⁵⁷ mengkaji mengenai strategi konten dakwah salafi di Instagram milik @khalidbasalamahofficial. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa akun tersebut mengusung tema-tema yang ringan, relevan dan terbebas dari isu kontroversial. Strategi ini membuat dakwah salafi

⁵² Maysarah Maysarah dan Wisri Wisri, “Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube “Sayangi Orang Tuamu” (Analisis *Framing* Gamson dan Modigliani)”, *Maddah: Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam*, vol. 5, no. 2, 115–25, <https://doi.org/10.35316/maddah.v5i2.3470>.

⁵³ Pramana, “Salafi Online,” h.66.

⁵⁴ Pramana, h. 64.

⁵⁵ Sorgenfrei, “Branding Salafism.”

⁵⁶ Pramana, “Salafi Online.”

⁵⁷ Kulsum dan Darajat, “Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram.”

disampaikan oleh Khalid Basalamah lebih gampang diakses serta diterima oleh audiens yang sedang mendalami ajaran Islam.

Kedua, kajian tentang paham salafi di website. Penyebaran ideologi salafi dengan memanfaatkan website sebagai sarana dakwah sebagaimana ditulis oleh Sakinah dan Syahidil⁵⁸ mengkaji website rumasyho.com, mencoba mengenalkan pemahaman agama Islam berdasarkan penafsiran secara tekstual yang ketat sesuai dengan tujuan salafi yaitu memurnikan agama Islam dan mengarahkan pemahaman umat Islam mengenai praktik-praktik yang dianggap sahih serta menyajikan tulisan-tulisan yang merujuk kepada ulama-ulama salafi. Kemudian tesis yang ditulis oleh Ilham Ali Hasan⁵⁹ mengkaji penafsiran teks Al-Qur'an dalam situs www.muslim.or.id yang mempresentasikan gagasan dengan topik-topik pemurnian ajaran Islam, tauhid *uluhiyyah*, *rububiyyah* dan *al-asma' waṣ-ṣifat* serta sentiment anti bid'ah dan syirik. Selain itu, secara konsisten website ini menjelaskan ideologi salafi dengan metode penafsiran *bi al-ma'sūr* dan berfokus pada ajaran tekstual. Selanjutnya, Rizal Faturohman Purnama⁶⁰ mengkaji ayat-ayat jihad dalam website rumasyho.com. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa menyebutkan bahwa penafsiran ayat-ayat jihad di website rumasyho.com cenderung kepada penafsiran tekstualis. Website ini menerapkan metode penafsiran tekstual dengan memadukan antar ayat, hadits, dan pendapat ulama. Pendekatannya cenderung mengutip riwayat dan pendapat ulama dilakukan tanpa mempertimbangkan latar belakang sosio-historis maupun konteks penurunan ayat, hasil penafsiran yang disajikan cenderung kaku.

Ketiga, kajian salafi di TikTok. Tulisan dari Dafina Ainani Zahra, dkk tentang *"The Digitalization of Shame (Al-Haya'): Discourse Analysis and Reception of The "Velocity" Meme in Islamic Preaching on TikTok"*. Tulisan

⁵⁸ Sakinah dan Mh, "The Spread of Salafi Ideology in Digital Media."

⁵⁹ Hasan, "Representasi Ideologi Salafi Dalam Tafsir Digital."

⁶⁰ Rizal Faturohman Purnama, "Pemahaman Ayat-Ayat Jihad Dalam Website Rumaysho.Com", masters UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2021, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/48814/>.

ini menyebutkan bahwa rasa malu dalam Islam sebagai nilai moral mendasar pada keimanan dan mencegah seseorang terlibat pada tindakan-tindakan yang dilarang. Kemudian, nilai tersebut direkonstruksi oleh “Meme velocity” sebagai bentuk dakwah media digital yang mengkritik mengenai trend yang dianggap tidak sejalan dengan norma-norma Islam. Meme ini didominasi oleh akun-akun yang berafiliasi dengan ideologi salafi yang menggunakan pilihan kata tertentu seperti kata “velocity” dan “rasa malu” dengan huruf kapital untuk mempertegas pesan moral yang ingin disampaikan.⁶¹ Tulisan dari Marcel Klapp tentang “*that’s Where I Get Reach!*” *Marketing Strategies of a Salafi Influencer on YouTube and TikTok*” Tulisan ini menganalisis Abdurrashid yang menggunakan media sosial (Youtube dan TikTok) dalam mempromosikan ideologi salafi. Para tokoh salafi menggunakan media sosial untuk menyebarkan pemahaman mereka tentang Islam yang “sejati” dengan menggunakan metode pemasaran yang sama seperti influencer profesional. Tujuan utama para *influencer* salafi untuk menampilkan diri sebagai ahli dalam Islam sejati, panutan yang paling dekat dengan salaf dan dengan demikian mengklaim otoritas yang sah.⁶²

Dari penelitian-penelitian yang telah disebutkan, persamaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu penggunaan teori *framing* William a Gamson dan Andre Modigliani untuk membedah konstruksi pesan dakwah di media sosial terutama pada platform TikTok. Penelitian yang terdahulu melihat dakwah di media sosial sebagai sarana dalam penyebaran doktrin atau pembentukan identitas kelompok secara eksplisit. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada akun-akun TikTok yang mengunggah ceramah ustadz salafi.

⁶¹ Dafina Ainani Zahra dkk., “The Digitalization of Shame (Al-Hayā’): Discourse Analysis and Reception of the “Velocity” Meme in Islamic Preaching on TikTok”, *Madinah: Jurnal Studi Islam*, vol. 13, no. 1(Mei 2026), 148–59, <https://doi.org/10.58518/madinah.v13i1.4440>.

⁶² Marcel Klapp, ““That’s Where I Get Reach!” Marketing Strategies of a Salafi Influencer on YouTube and TikTok”, *Journal of Muslims in Europe*, vol. 13, no. 1(September 2023), 3–25, <https://doi.org/10.1163/22117954-bja10089>.

E. Kerangka Teori

Kajian ini mengaplikasikan metode analisis *framing* yang digagas oleh William A Gamson dan Andre Modigliani. Gagasan utamanya Gamson terletak pada penyelarasan wacana media dengan persepsi umum masyarakat. Bagi Gamson, wacana media merupakan aspek penting untuk memetakan serta menginterpretasikan opini publik yang berkembang terkait sebuah peristiwa. Pandangan umum tidak cukup berdasarkan survei, melainkan dibutuhkan integrasi dan perbandingan terhadap bentuk pengemasan isu oleh media, mengingat opini publik dan wacana media beroperasi secara paralel. Wacana media berfungsi sebagai sarana seseorang membingksi makna, sedangkan opini publik sebagai bagian dari proses jurnalis dalam merancang realitas berita.⁶³

Framing merupakan metode untuk mengidentifikasi perpektif atau sudut pandang yang diterapkan oleh jurnalis dalam memilah isu dan menyusun teks berita. Sudut pandang ini menentukan fakta mana yang diambil, diperjelas atau pengabaian informasi serta orientasi pembentukan narasi berita. Bagi Gamson dan Modigliani, cara pandang ini merupakan kemasan (*package*), yaitu seperangkat gagasan yang menentukan fokus isu dan peristiwa yang relevan. Konsep *package* merujuk pada kerangka pemahaman yang digunakan individu dalam membangun makna pesan secara komunikatif baik saat memproduksi maupun mentranskripsikan makna pesan yang diterima.⁶⁴ Pada kemasan (*package*) ini memiliki dua bagian yaitu *core frame* (gagasan sentral) dan *condensing symbol* (simbol yang dimanfaatkan). Pertama, *core frame* (gagasan sentral) adalah pusat organisasi elemen-elemen ide yang membantu komunikator dalam menunjukkan substansi persoalan yang sedang didiskusikan. Kedua, *condensing symbol* (simbol yang dimanfaatkan) mengandung dua struktur yaitu *framing device* (perangkat device) dan *reasoning device* (perangkat penalaran).⁶⁵

⁶³ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS, 2002), hlm. 253–254.

⁶⁴ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS, 2002), hlm. 261–262.

⁶⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 176–177.

Frame Central	
Framing Devices (perangkat pembedaan)	Reasoning Devices (perangkat Penalaran)
Metaphors (perumpamaan atau pengandaian)	Roots (analisis kausal atau sebab akibat)
Catchphrases (fase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana, umumnya berupa jargon atau slogan)	Appeals to principle (premis dasar atau klaim-moral)
Exemplars (mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian atau teori atau perbandingan yang memperjelas bingkai)	Consequences (efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai)
Depictions (penggambaran atau lukisan suatu isu yang bersifat kiasan, biasanya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu)	
Visual images (gambar, grafik, karikatur atau citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun atau grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan)	

Tabel 1 Perangkat Framing Gamson

Pada perangkat di atas memiliki arti sebagai berikut:⁶⁶

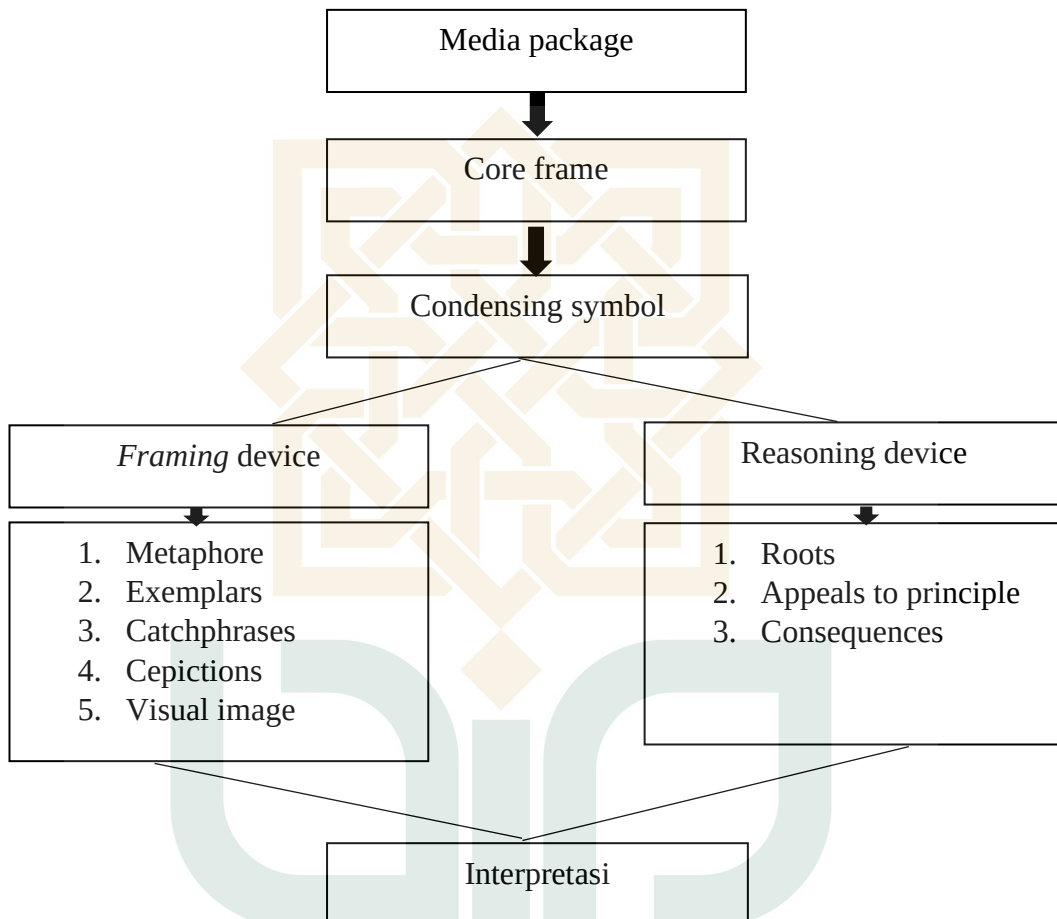
- a. *Metaphors* berupa perumpamaan atau pengandaian yang mengalihkan makna dengan membandingkan dua entitas melalui analogi. Secara harfiah, penggunaan ini kerap ditandai oleh kata hubung perbandingan seperti ibarat, bak, umpama atau laksana.
- b. *Catchphrases* berupa ungkapan khas seperti istilah, kata, atau frasa yang mencerminkan realitas serta mewakili ideologi atau semangat tertentu. Bentuk ini umumnya diwujudkan dalam penggunaan jargon, semboyan atau slogan.

⁶⁶ usmi Laila, "Analisis *Framing* Pemberitaan Covid-19 di Media Online Bengkuluexpress.Com", diploma (IAIN BENGKULU, 2021), hlm. 43–44, <http://repository.iaibengkulu.ac.id/5706/>, accessed 2 Feb 2026.

- c. *Exemplar* merupakan penyajian fakta secara mendalam untuk memberikan nilai tambah sebagai rujukan atau pembelajaran. Dalam struktur berita, elemen ini berfungsi melengkapi kerangka utama berita untuk memvalidasi suatu perspektif.
- d. *Depiction* memanfaatkan kata-kata konotatif untuk mengiring opini publik menuju citra tertentu. Penggunaan diksi khusus ini diasumsikan dapat memicu prasangka, memengaruhi tindakan serta efektif sebagai alat politik melalui kata-kata seperti gairah, harapan, posisi dan perubahan.
- e. *Visual image* merujuk pada pemanfaatan elemen visual seperti foto, diagram, grafik, tabel hingga kartun untuk menyampaikan kesan tertentu, baik berupa dukungan maupun penolakan. Elemen ini juga mencakup rekayasa tipografi (ukuran, cetak tebal/miring, garis bawah) serta varian warna. Selain itu, tata letak halaman seperti lebar kolom, posisi penempatan, dan panjang berita turut menjadi bagian penting dari dimensi visual wacana.
- f. *Roots* merupakan analisis kausal yang membenarkan suatu isu dengan mengaitkan satu atau beberapa objek sebagai penyebab munculnya peristiwa lain. Pendekatan ini bertujuan memvalidasi penyimpulan fakta berdasarkan gambaran hubungan sebab-akibat yang dibangun.
- g. *Appeals to principles* memanfaatkan premis dasar atau klaim moral seperti pepatah, mitos, doktrin atau ajaran sebagai basis argumentasi untuk membenarkan suatu berita karakteristiknya yang cenderung apriori, dogmatis, simplistik dan tidak logis bertujuan mengunci nalar audiens agar tidak dapat menyanggah narasi yang dibangun sekaligus menutup ruang bagi bentuk penalaran alternatif.
- h. *Consequences* merujuk konsekuensi dari *framing* yang dibuat oleh media. Efek ini memengaruhi bagaimana suatu isu dikonstruksikan sekaligus membentuk citra tertentu yang ingin ditampilkan dalam berita.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *framing* William A. Gamson yang bertujuan untuk melihat akun-akun TikTok dalam mengemas dan memotong video ceramah salafi. Dengan dua perangkat *framing* yaitu *framing device* dan *reasoning device*, teori ini akan membantu mengungkapkan pesan yang ingin disampaikan

oleh pemilik akun dengan menyusun ulang ceramah-ceramah tersebut supaya pesan yang disampaikan sesuai dengan kehendak pemilik akun.



Tabel 2 Skema Konsep Framing Gamson

F. Metode Penelitian

Penulisan adalah upaya manusia dalam menyalurkan rasa ingin tahu sehingga membutuhkan pijakan yang tepat demi menghasilkan karya yang akurat, jelas dan terstruktur. Penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui analisis konten dengan mengaplikasikan kerangka analisis *framing* model William A. Gamson. Penelitian ini berfokus pada akun-akun TikTok yang mengunggah ceramah dari

ustadz yang merepresentasikan salafi yang berfokus pada mekanisme pembingkaihan (*framing device* dan *reasoning device*) ini diperkuat dengan referensi kepustakaan yang relevan seperti buku, artikel jurnal, tesis dan dokumen pendukung lainnya.

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data primer bersumber dari akun TikTok yang memiliki basis pengikutnya minimal sepuluh ribu pengikut yang konsisten memposting ceramah dan memuat potongan ayat Al-Qur'an atau hadits di dalam video, memiliki lebih dari seribu *like* dan membatasi waktu dari bulan Agustus-September 2025. Data sekunder berasal dari buku, artikel, tesis dan sumber data lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian ini yang dapat digunakan dalam menganalisis tema penelitian.

No	Akun	Pengikut	Suka	Total
1	ittiba.tv/@ittiba.tv	21,2 ribu	390,8 ribu	4 video
2	amirulhabibi23/ @amirulhabibi23	27,4 ribu	1,2 juta	2 video
3	FTU/ @fortheukhuwah	19,2 ribu	1,2 juta	2 video
4	Pengingat diri/ @pengingat.diri.1	22,4 ribu	1,4 juta	1 video
5	Muhammad Iqbal.official/ @iqbaljee	49,2 ribu	2,5 juta	1 video
6	Kembali Sunnah/ @kembalisunnah	14,2 ribu	234 ribu	4 video
7	Galeri Sunnah/ @galersunnahid	39,8 ribu	806,2 rib	1 video
8	Mochammad Lee/ @mochammad.lee	13,9 ribu	361,8 ribu	4 video
9	kajiansunnah.co.id/@kajiansunnah.co.id	39 ribu	547,5 ribu	5 video
10	ikhwan_sidrap/ @ikhwan_sidarap	58,1 ribu	1,9 juta	3 video
11	Tentang Nasehat/ @tentangnasehat	40,3 ribu	691,4 ribu	3 viideo
	Total:			30 video

Tabel 3 Sumber Data Primer

3. Teknik pengumpulan data

Proses pengumpulan data pada penelitian ini menerapkan teknik observasi yang dipadukan dengan studi dokumentasi. *Pertama*, observasi dengan melihat langsung video ceramah dari para ustadz Salafi di beberapa akun TikTok. *Kedua*, dokumentasi data primer maupun sekunder yang relevan

dengan topik penelitian. Seluruh data yang terkumpul kemudian diseleksi dan disaring agar selaras dengan fokus kajian.

4. Teknik analisis data

Dalam menganalisis data, penelitian ini mengaplikasikan teknik analisis data kualitatif model interaktif. Tahapan analisis tersebut terbagi menjadi empat tahapan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data (*display data*) dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. *Pertama*, pengumpulan data yang sudah dijelaskan sebelumnya. *Kedua*, reduksi data merupakan langkah penyederhanaan data dengan menyeleksi data yang relevan atau tidak. Reduksi data digunakan untuk merangkum, memilah hal-hal pokok serta memfokuskan sesuatu terkait pembahasan dalam penelitian ini. Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih detail dan rinci. *Ketiga*, *display data* merupakan langkah penyusunan dan penyajian data secara sistematis dan mudah dipahami agar mempermudah langkah dalam menarik sebuah kesimpulan. *Keempat*, kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah hasil akhir dari teknik analisis data kualitatif yang dimaksudkan untuk melihat hasil kajian dan kesesuaian kesimpulan awal dengan data yang ditemukan. Teknik verifikasi adalah langkah objektivitas kajian, demi menghasilkan kesimpulan data seakurat mungkin yaitu kesesuaian data dengan maksud dibalik konsep dasar analisi.

G. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan, mendeskripsikan mengenai pembahasan dalam penelitian ini agar lebih terarah dan sistematis. Sistematika penulisan ini terbagi menjadi lima bab yang dirinci sebagai berikut.

Bab I, pendahuluan berfungsi sebagai pengantar umum yang dibuka dengan latar belakang yang mengulas gambaran fakta sosial, signifikansi dan fakta literature dari Analisis Framing Gamson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat al-Qur'an di TikTok. Selanjutnya mendeskripsikan rumusan masalah, tujuan dan

manfaat penelitian yang hendak dicapai melalui pengaplikasian teori yang relevan kemudian dilengkapi dengan gambaran metodologi serta sistematika penulisan.

Bab II, membahas mengenai wacana ideologis dalam penafsiran. Pada bagian awal akan memaparkan wacana identitas dalam penafsiran dilanjutkan dengan tafsir yang menyimpang. Kemudian, bagian selanjutnya menjelaskan wacana ideologis penafsiran di platform media sosial. Pada bagian akhir, memaparkan TikTok secara umum dan produksi wacana keagamaan.

Bab III, pembahasan tentang representasi salafi dalam wacana keagamaan di platform TikTok. Pada bagian awal membahas ideologi salafi dari sejarah dan karakteristik tafsir salafi. Kemudian membahas tentang kecenderungan salafi dalam klaim ideologi. Pada bagian akhir memaparkan wacana salafi dalam TikTok dengan menyajikan data-data penelitian.

Bab IV, pembahasan mengenai dekonstruksi bingkai dan aplikasi pesan dakwah salafi dalam potongan video TikTok. Pada bagian awal membahas mengenai definisi *framing device* secara umum, kemudian menyajikan data-data penelitian yang termasuk *metaphors*, *catchphrases*, *exemplar*, *depiction* dan *visual image*. Pada bagian akhir membahas tentang definisi reasoning device secara umum, kemudian menyajikan data-data penelitian yang termasuk *roots*, *appeals to principle*, dan *consequences*.

Bab V, bab penutup ini merangkum poin-poin kesimpulan yang ditarik dari seluruh hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang meliputi hasil penelitian tentang “Analisis Framing Gimson pada Ceramah Salafi berbasis Ayat-ayat al-Qur’an di TikTok”. Kemudian, bab ini menyajikan berupa saran dan rekomendasi yang ditujukan bagi para peneliti berikutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai analisis pada ceramah salafi di TikTok dengan menggunakan teori *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Bentuk pesan keagamaan dilihat dari tema-tema keagamaan yang diangkat dalam ceramah bersifat umum seperti tauhid, ibadah dan moral yang tidak menunjukkan identitas salafi secara khusus. Mayoritas konten yang dipublikasikan oleh akun-akun tersebut tidak menampilkan secara langsung identitas salafi.
2. Dalam perangkat pembingkai, akun-akun TikTok yang konsisten meminimalkan penggunaan perangkat pembingkai terutama slogan khas salafi seperti manhaj salaf, permurnian akidah dan penolakan bid'ah dan slogan khas lainnya. Identitas salafi hanya dipertahankan pada penampakan figur penceramah secara spesifik yang sebagai penanda otoritas. Sedangkan dari segi visual dikemas dengan estetika, modern, penggunaan typogrady yang menarik.
3. Perangkat penalaran dalam konten yang diteliti sangat minim karakter khas teologis salafi. Sehingga elemen dalam perangkat penalaran seperti akar masalah (*roots*), nilai moral (*appeals to principle*) tidak membingkai kerangka purifikasi agama yang kaku seperti masalah bid'ah atau permurnian akidah menjadi wacana yang universal mengenai perbaikan akhlak, kecemasan, petunjuk praktis kehidupan sehari-hari dan masalah umum lainnya.

Dengan demikian, akun-akun TikTok yang memotong dan mengunggah ceramah salafi tidak sedang melakukan penyebaran ideologi salafi secara dogmatis. Melainkan, mereka (pemilik akun) menerapkan strategi kompromi budaya. Figur penceramah salafi yang ada dalam video dimanfaatkan sebagai komoditas pop-spiritual sedangkan substansi pesannya disaring agar dapat diterima

oleh masyarakat luas bahkan lintas kelompok dan menghindari dari pengabaian algoritma maupun resistensi publik di ruang digital

B. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menyarankan bagi penelitian yang akan mendatang untuk memperluas cakupan analisis dengan mengkaji akun-akun yang mengunggah ceramah salafi di berbagai platform media sosial dengan fokus analisis yang lebih luas. Selain itu, penelitian mendatang bisa menerapkan metode studi komparatif untuk membandingkan strategi *framing* dakwah ustadz salafi antara TikTok dan platform media sosial lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abror, Robby Habiba, dan Munawwar Ahmad. *Agama dan Komunitas Virtual Transformasi Otoritas, Identitas, Dan Praktik Keagamaan di Era Digital*. Yogyakarta: Jogja Ilmu Media. 2026.
- Chirzin, Muhammad. *Permata Al-Qur'an*. Yogyakarta: Qirtas. 2003.
- Dzahabi, Muhammad Husain al-. *al-Ittijah al-Munharifah fi Tafsir al-Qur'an al-Karim*. Maktabah Wahbah. 1986.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS. 2002.

B. Artikel jurnal

- Akbar, Wahyu, Muhammad Irham, dan Rahmi Damis. *Menelusuri Metodologi Tafsir Bi Al-Ma'tsur: Sumber, Prinsip, Dan Validitas Riwayat*. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*. vol. 5, no. 3, 5926–35. <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i3.14488>.
- A'la, Abd, dan Abu Bakar. *Social Implications and Sectarian Divisions: Analyzing Bid'ah and Tawhid Within Salafi Teachings*. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*. vol. 14, no. 1, 153–71. <https://doi.org/10.36781/kaca.v14i1.670>.
- Alfianti, Amellia, Tri Widayanti, dan Mulhima Assidqiah. *Klasifikasi Dan Analisis Konten Dakwah Di Aplikasi Tiktok: Tema Dan Bentuk Penyampaian*. *Mamba'ul 'Ulum.*, Oktober 2025, 208–22. <https://doi.org/10.54090/mu.933>.
- Amalia, Syfa Putri, dan Reza Rizkina Taufik. *Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira Tv*. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*. vol. 11, no. 1, 107–18. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6085>.
- Anam, Haikal Fadhil. *Penafsiran AlQur'an Di Youtube: Telaah Atas Penafsiran Ustadz Abdul Qadir Jawas Terhadap Ayat Kursi Bercorak Ideologis*. *QiST: Journal of Qur'an and Tafseer Studies*. vol. 1, no. 1, 78–91. <https://doi.org/10.23917/qist.v1i1.526>.
- Ananda, Rifki Abror, Muh Khamdan, dan Ahmad Khoirul Fata. *Salafisme Di Indonesia: Identitas Dan Kontestasi Ideologi Di Indonesia*. *Al-Ittihad: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*. vol. 10, no. 2, 16–33. <https://doi.org/10.61817/ittihad.v10i2.210>.
- Anas, Khoirul, dan Ahmad Sahidah. *Algoritma, Viralitas, Dan Otoritas Tafsir: Transformasi Penyebaran Penafsiran Al-Qur'an Di Media Sosial*. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*. vol. 3, no. 7, 5424–35. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/7891>.

- Azhar, Saipul, dan Fatimah Azzahra. *Strategi Unggahan Konten Dakwah Salafi Di Instagram Surau Televisi Official*. *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*. vol. 5, no. 2, 40–52. <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i1.1075>.
- Bachtiar, Junda Fais, Imam Hidayat, Salma Zain, dan Wanda Agilah. *Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Revolusi Society 5.0: Transformasi Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam*. *Merdeka Indonesia Jurnal International*. vol. 4, no. 2, 421–30. <https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.226>.
- Bahar, Muchlis. *Dakwah Salafiyah: Dialektika Masyarakat Beragama Dengan Perkembangan Sosial Di Indonesia*. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*. vol. 5, no. 2, 18–28. <https://doi.org/10.54783/japp.v5i2.597>.
- Budiarti, Ayu Lestari, Erlin Nisa Alviyah, Ira Triana, Noviana Ayu Lestari, Rahma Jamilah, Salma Adriyani Putri Saptaji, dan Pandu Hyangsewu. *Analisis Dakwah TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus Pada Pengguna Aktif TikTok Di Kalangan Mahasiswa UPI*. *FENOMENA*. vol. 15, no. 2, 136–51. <https://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>.
- Buhari, Daudy, Zainal Efendi Hasibuan, dan Bestari Endayana. *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Dakwah*. *Jurnal Literasiologi*. vol. 12, no. 4. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v12i4.833>.
- Civila, Sabina, Mónica Bonilla-del-Rio, dan Ignacio Aguaded. *Social Media and Otherness: The Case of #Islamterrorism on TikTok*. *Politics and Governance*. vol. 11, no. 2, 114–26. <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/6299>.
- Darwis, Muhajir, Nurfatin Hakiki, Nurul Wahida, Muhammad Ridho, Fani Rahma Diani, Dafri Firnando, Rahmat Hidayat, dan Tri Norwahyudi. *Islam dan Moral*. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*. vol. 8, no. 6. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikm/article/view/3316>.
- Dewi, Eldrida, Rina Jala Putri, dan Roni Hidayat. *Generasi Z Dan Identitas Religius: Pengaruh Tiktok Pada Praktik Iman Muda | Jurnal Global Ilmiah*, Juni 2026. <https://jgi.internationaljournallabs.com/index.php/ji/article/view/383>.
- Duwila, M. Marjuki, Nurul Khikmah, dan Yuniar Fathiyatur Rosyida. *Metode Dan Corak Penafsiran Al-Qur'an: Telaah Komprehensif Terhadap Pendekatan Klasik Dan Kontemporer*. *Arsy*. vol. 8, no. 2, 80–92. <https://doi.org/10.32492/arsy.v8i2.8201>.
- Effendy, Moh. Hafid, Agik Nur Efendi, dan Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto. *Media Sosial sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan*, 2019. <https://conference.iainmadura.ac.id/index.php/iconis/article/view/21/18>.
- Fabriar, Silvia Riskha, Alifa Nur Fitri, dan Ahmad Fathoni. *Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital*. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*. vol. 14, no. 1, 1–6. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>.
- Fahamsyah, Fadlan. *Dinamika dan Sejarah Pemikiran Salafi*. *Jurnal Al-Fawa'id : Jurnal Agama dan Bahasa*. vol. 10, no. 2, 26–41. <https://doi.org/10.54214/alfawaid.Vol10.Iss2.143>.
- Fahrezi, Irgi Ahmad, Muh Syahrul Ramadhan, Sitti Alfiyana Bahar, Tri Dhevi Afiani Nggego, dan Suryani Musi. *Pemanfaatan Platform Instagram*

- Sebagai Media Dakwah Di Era Globalisasi. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial.* vol. 4, no. 3, 111–20. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i3.4400>.
- Fahrudy, Dhaefan, Evril Rizkya Haryani, Nazwa Nur Aulia Rahman, dan Muhamad Parhan. *Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk Generasi-Z. Ad-DA'WAH.* vol. 24, no. 1, 15–30. <https://doi.org/10.59109/addawah.v24i1.148>.
- Fajri, Ahmad Sabroni Al, Dafina Ainani Zahra, dan Jilan Ratu Nur Hamidah Sidiki. *Sejarah Dan Metode Salafi: Antara Dalil Akal Dengan Dalil Qur'an Dan Hadis. Journal of Islamic Thought and Philosophy.* vol. 2, no. 1, 83–101. <https://doi.org/10.15642/jitp.2023.2.1.83-101>.
- Fajri, Amelia, dan Dwi Noviani. *Ulama Vs Influencer: Kompetisi Otoritas Keagamaan Di Ruang Digital. Jurnal Pendidikan Berkelanjutan.* vol. 6, no. 4. <https://ejournals.com/ojs/index.php/jpb/article/view/4164>.
- Fakhruroji, Moch, Ridwan Rustandi, dan Busro Busro. *Bahasa Agama Di Media Sosial: Analisis Framing Pada Media Sosial Islam Populer. Jurnal Bimas Islam.* vol. 13, no. 2, 203–34. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>.
- Fauziyah Muliya Ningsih, 20211543. *Tafsir al-Qur'an Di Media Sosial (Analisis Metodologi & Ideologi Tafsir Pada Akun Instagram @me_ngaji)*, 2023. <https://repository.iq.ac.id/handle/123456789/3907>.
- Febrizani, Nissya, dan Siti Aisyah. *Dari Mimbar Ke Layar, Dari Sanad Ke Cerita: Representasi Dakwah Ustaz Adi Hidayat Dan Felix SiauW Dalam Budaya Media Baru. Journal of Innovative and Creativity.* vol. 5, no. 3, 33586–95. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.5154>.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, dan Hetty Krisnani. *PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. Share: Social Work Journal.* vol. 10, no. 2, 199–208. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Gamson, William A., dan Kathryn Eilene Lasch. *The Political Culture of Social Welfare Policy*, Agustus 1981. <https://hdl.handle.net/2027.42/51014>.
- Ghozali, Mahbub, Achmad Yafik Mursyid, dan Nita Fitriana. *Al-Qur'an (Re) Presentation in the Short Video App Tiktok: Reading, Teaching, and Interpretive. Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities.* vol. 30, no. 3.
- Hafid, Wahyudin. *Menyoal Gerakan Salafi di Indonesia (Pro-Kontra Metode Dakwah Salafi). Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law.* vol. 2, no. 1, 29–48. <https://doi.org/10.33096/altafaqquh.v2i1.87>.
- Hairul, Moh Azwar. *Tafsir Al-Qur'an Di Youtube: Al-Fanar: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir.* vol. 2, no. 2, 197–213. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n2.197-213>.
- Hasan, Ilham Ali. *Representasi Ideologi Salafi Dalam Tafsir Digital: Analisis Wacana Kritis Atas Struktur dan Sitasi Penafsiran Al-Qur'an Dalam www.muslim.or.id. Masters. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.* 2022. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56613/>.
- Hasibuan, Umami Kalsum, Risqo Faridatul Ulya, dan Jendri. *Tipologi Kajian Tafsir: Metode, Pendekatan dan Corak dalam Mitra Penafsiran al-Qur'an | Ishlah:*

- Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*. Diakses 12 Februari 2026.
<https://jurnalfuad.org/index.php/ishlah/article/view/9>.
- Hidayat, Muhammad Nur, dan Hasan Sajili. *Orientasi Tafsir: Pentingnya Mengetahui Hadaf Tafsir Dan Tsaqofah Al-Mufasssirin*. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*. vol. 5, no. 6, 1351–63.
<https://doi.org/10.36418/syntaximperatif.v5i6.570>.
- Hikma, Nur, dan Andi Syahri Juwita Aksa. *Ideologi Agama Dan Metodologi Dakwah Para Dai Salafi Di Kabupaten Bone*. *AL-WAJID: JURNAL ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR*. vol. 5, no. 1.
<https://doi.org/10.30863/alwajid.v5i1.5735>.
- Hm, Moh Yusuf, dan Muhammad Satra. *Kajian Tafsir Al-Qur'an Di Era Digital: Literasi Dan Pengaruh Teknologi*. *Jurnal Literasiologi*. vol. 12, no. 5.
<https://doi.org/10.47783/literasiologi.v12i5.863>.
- Husna, Maruti Asmaul, Subagio Subagio, dan Budi Irwanto. *Beyond Prosumption: Praktik Prosumsi Penulis Konten Dalam Platform News Aggregator Uc News*. *Masyarakat Indonesia*. vol. 44, no. 1, 89–104.
<https://doi.org/10.14203/jmi.v44i1.796>.
- Ibrahim, Sulaiman. *Indikasi Penyimpangan Dalam Penafsiran Al-Qur'an*. *Jurnal Ilmiah AL-Jauhari: Jurnal Studi Islam Dan Interdisipliner*. vol. 7, no. 1, 123–42. <https://doi.org/10.30603/jiaj.v7i1.3481>.
- Idahram. *Sejarah Berdarah Sekte Salafi Wahabi*. Disunting oleh Irwansyah. Yogyakarta: LKis Printing Cemerlang. 2012.
- Iqbal, Asep Muhamad. *Internet Dan Gerakan Salafi Di Indonesia : Sebuah Kajian Awal*. Diandra Creative. 2019. <https://digilib.uinsgd.ac.id/66728/>.
- Iryani, Juniarti, dan Nurwahid Syam. *Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial*. *PUSAKA*. vol. 11, no. 2, 359–72.
<https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>.
- Izzah, Nurul, dan Isnaeni. *Seleksi Informasi Dalam Video Ceramah Pendek Sebagai Strategi Dakwah Digital*. *SPEKTRA KOMUNIKA*. vol. 5, no. 2, 124–38.
<https://doi.org/10.33752/spektra.v5i2.11565>.
- Jinan, Mutohharun. *New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia*. *Jurnal Lektur Keagamaan*. vol. 10, no. 1, 181–208.
<https://doi.org/10.31291/jlk.v10i1.178>.
- Juansa Putra, Deden. *Pergeseran Tafsir Salafi di Indonesia (Studi Tafsir Al-Taysir Fi Al-Tafsir Karya Firanda Andirja)*. Masters. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA. 2024. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67762/>.
- Kahfi, Al Kahfi Al. *Transformasi Metode Dakwah: Mengintegrasikan Virtual Reality Journey Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*. *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*. vol. 22, no. 13, Januari, 57–78.
<https://doi.org/10.71287/elhikmah.v22i13>.
- Kahpi, Ashabul, dan Emi Puspita Dewi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah*. *Social Science and Contemporary Issues Journal*. vol. 2, no. 2, 305–9. <https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.412>.
- Kholiq, Abdul, Fitroh Ni'matul Kafiyah, dan Ibrahim Abdul Jabbar. *Corak Tafsir Periode Pertengahan*. *Alashriyyah*. vol. 9, no. 1, 33–44.
<https://doi.org/10.53038/alashriyyah.v9i1.162>.

- Kholis, Nur, Elis Puspitasari, dan Hariyadi. *Dinamika Gerakan Dakwah Salafi Pada Masyarakat Multikultur Di Indonesia*. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*. vol. 4, no. 2, 52–65. <https://doi.org/10.55623/au.v4i2.233>.
- Klapp, Marcel. “*That’s Where I Get Reach!*” *Marketing Strategies of a Salafi Influencer on YouTube and TikTok*. *Journal of Muslims in Europe*. vol. 13, no. 1, 3–25. <https://doi.org/10.1163/22117954-bja10089>.
- Krismono. *Salafisme Di Indonesia: Ideologi, Politik Negara, Dan Fragmentasi*. *Millah: Journal of Religious Studies*., Agustus 2017, 173–202. <https://doi.org/10.20885/millah.vol16.iss2.art2>.
- Kulsum, Umi, dan Deden Mauli Darajat. *Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram*. *Al-Mubin: Islamic Scientific Journal*. vol. 4, no. 1, 9–27. <https://doi.org/10.51192/almubin.v4i1.91>.
- Kulsum, Umi, Arief Subhan, dan Deden Mauli Darajat. *Praktik Dakwah Online Di Media Sosial (studi Kasus Pada Akun Instagram @khalidbasalamahofficial)*. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*. vol. 1, no. 1, 40–65. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.21749>.
- Kusroni, Kusroni. *Mengenal Ragam Pendekatan, Metode, Dan Corak Dalam Penafsiran Al-Qur’an*. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*. vol. 9, no. 1, 89–109. <https://doi.org/10.36781/kaca.v9i1.2988>.
- Kusuma, Adhi, Mad Nasir, dan Siti Nuraeni. *Analisis Framing Terhadap Konten Dakwah Digital Di Media Sosial Seperti Instagram @memeislam.Id*. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*. vol. 5, no. 2, 580–85. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i2.1201>.
- Laila, Usmi. *Analisis Framing Pemberitaan Covid-19 Di Media Online Bengkuluexpress.Com*. Diploma. IAIN BENGKULU. 2021. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5706/>.
- Lestari, Desti Artika, Aini Lutfiyah, Shohibul Huda, dan Meity Suryandari. *Peran Algoritma Tiktok Dalam Pembentukan Preferensi Dakwah Generasi Z: Analisis Konten Akun @kadamsidik00*. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. vol. 11, no. 02, 168–81. <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.47346>.
- Lufaei. *Penyimpangan-Penyimpangan dalam Penafsiran Al-Qur’an dan Efek Negatifnya Pada Aqidah Umat*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*. vol. 17, no. 2, 126–36. <https://doi.org/10.18592/jiu.v17i2.2291>.
- Lukitoyo, Pristi Suhendro, Dwita Pratiwi, Meliana Pandiangan, Anisa Rahmadani Siregar, dan Evi Syahrina Br Nababan. *Persepsi Mahasiswa Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Medan Tentang Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Sejarah*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. vol. 4, no. 3, 5665–76. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10730>.
- Maharani, Puan, Said Lestalu, dan Ronald Alfredo. *Transformasi Radio Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*. vol. 1, no. 2, 214–31. <https://doi.org/10.30598/JIKPvol1iss2pp214-231>.

- Mahardhika, Sunggiale Vina, Iqlima Nurjannah, Isnaini Ila Ma'una, dan Zahrotun Islamiyah. *Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. SOSEARCH : Social Science Educational Research*. vol. 2, no. 1, 40–53. <https://doi.org/10.26740/sosearch.v2n1.p40-53>.
- Mahendra, Rengga. *Dakwah Islam Melalui Media Digital Dan Konvensional. Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*. vol. 1, no. 1, 279–84. <https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/ficosis/article/view/88>.
- Maimanah, Maimanah, Nor'ainah Nor'ainah, Husnul Khatimah, dan Basrian Basrian. *Analisis Sikap Salafi dalam Praktek Keagamaan: Studi Komparatif di Media Sosial. Journal of Education Research*. vol. 5, no. 3, 2734–45. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1240>.
- Malaka, Andi. *Berbagai Metode dan Corak Penafsiran Al-Qur'an. Bayani*. vol. 1, no. 2, 143–57. <https://doi.org/10.52496/bayaniV.1I.2pp143-157>.
- Ma'rifat, Aulia Karimatul. *Fenomena Influencer Muslim dan Otoritas Penafsiran Al-Qur'an di Era Digital: Kajian atas Pergeseran Otoritas Keagamaan di Media Sosial. JURNAL PUSAKA: Media Kajian dan Pemikiran Islam*. vol. 15, no. 1, 52–61. <https://doi.org/10.35897/ps.v15i1.1965>.
- Maulana, Ilham, Tata Sutayat, dan Chatib Saefullah. *Dakwah Di Media Sosial Pada Channel Youtube Akhyar TV. ResearchGate.*, Juni 2026. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675>.
- Maysarah, Maysarah, dan Wisri Wisri. *Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube "Sayangi Orang Tuamu" (Analisis Framing Gamson Dan Modigliani). Maddah : Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam*. vol. 5, no. 2, 115–25. <https://doi.org/10.35316/maddah.v5i2.3470>.
- Moebin, Amrullah Ali, Agus Widodo, dan Muchamad Rudi Cahyono. *Homeless Media Islam Dan Kontestasi Narasi Keagamaan Di Ruang Siber. Kartika: Jurnal Studi Keislaman*. vol. 6, no. 1, 1033–46. <https://doi.org/10.59240/kjsk.v6i1.680>.
- Mohammad, Komarudin, Kafiy Ahmad, Salman Alfaruq, dan Atfhan Khoir. *Ketika Tafsir Menjadi Alat Kekuasaan: Studi Atas Ayat- Ayat Politik. Fakta: Forum Aktual Ahwal Al-Syakhsyah*. vol. 3, no. 1, 17–23. <https://doi.org/10.28926/fakta.v3i1.2114>.
- Morla, Aída Velasco. *How Is TikTok #Interreligious? : An Inductive Thematic Analysis. Poligrafi*. vol. 29, no. 113/114, 77–107. <https://doi.org/10.35469/poligrafi.2024.465>.
- Mukhroman, Iman, Dody S. Truna, dan Ahmad Gibson. *Media Sosial TikTok sebagai Ruang Baru untuk Ekspresi Keagamaan. JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*. vol. 15, no. 2. <https://doi.org/10.31506/jrk.v15i1.29297>.
- Mula, Izzatul, Auliya Ristiani, dan Ningrum Puji Lestari. *Viralisasi Bermakna: Etika Dan Efektivitas Strategi FYP Dalam Merekonstruksi Konsumen Gen-Z. Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*. vol. 2, no. 4, 72–78. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i4.1253>.

- Muliono, Slamet, Andi Suwarko, dan Zaky Ismail Ismail. *Gerakan Salafi Dan Deradikalisasi Islam Di Indonesia*. *Religió Jurnal Studi Agama-Agama*. vol. 9, no. 2, 244–66. <https://doi.org/10.15642/religio.v9i2.1207>.
- Musriana, Mahdar. *Transformasi Media Cetak Ke Media Digital (Studi Pada Harian Rakyat Sultra)*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*. vol. 3, no. 2, 01–06. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/418>.
- Muttaqin, Zaenal, dan Arifatul Khiyaroh. *Tafsir Kebangsaan Bertajuk Toleransi Di Media Sosial: Analisis Wacana Kritis Van Dijk Pada TafsiralQur'an*. *Academic Journal of Islamic Principles and Philosophy*. vol. 4, no. 2, 227–52. <https://doi.org/10.22515/ajipp.v4i2.7167>.
- Muzayana. *TikTok, Digital Da'wa and Religious Authorities*. *Journal of Islamic Communication and Counseling*. vol. 2, no. 1, 46–55. <https://doi.org/10.18196/jicc.v2i1.24>.
- Nafiza, Azka Zahro, dan Zaenal Muttaqin. *Tafsir Al-Qur'an Di Media Sosial (Penafsiran Surah Al-Humazah Dalam Youtube "Habib Dan Cing")*. *Mashdar: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hadis*. vol. 4, no. 2, 231–42. <https://doi.org/10.15548/mashdar.v4i2.4188>.
- Noor, Aulia Fathimah, Agustina Afifaturrohman, Muhammad Nafi' Aufa, dan Mochammad Rizal Ramadhan. *Fenomena Fyp Video Cuplikan Ceramah Digital Pada Media Tiktok*. *SEMINAR PENDIDIKAN AGAMA ISLAM*. vol. 2, no. 1, 40–58. <https://conference.um.ac.id/index.php/SNPAI/article/view/8322>.
- Nurdin, Rahmat. *TAFSIR AL-QUR'AN DI MEDIA SOSIAL (Karakteristik Penafsiran Pada Akun Media Sosial @Qur'anreview)*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*. vol. 22, no. 2, 143–56. <https://doi.org/10.18592/jiiu.v22i2.11008>.
- Nurfitriya, Syintia, dan Arzam Arzam. *Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. An-Nida'*. vol. 46, no. 1, 85–105. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>.
- Nurmaya, Siti, dan Juni Wati Sri Rizki. *Utilization of TikTok as Da'wah Media among Islamic Communication and Broadcasting Students: Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*. vol. 2, no. 1, 86–96. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i1.8143>.
- Nurrohman, Aliffiani Ayu, dan Ahmad Nurcholis. *Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @pemudahijrah)*. *Syiar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*. vol. 4, no. 1, 49–62. <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.
- Pamungkas, Jati, Azis Prastica, dan Imam Sholikhuddin. *Ruang Keagamaan Digital: Persepsi Pengguna TikTok Dan Youtube Terhadap Konten Gus Baha*. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*. vol. 4, no. 2, 105–25. <https://doi.org/10.62383/risoma.v4i2.1577>.
- Panditya, Chasadya Baraputra, Jessica Elizabeth Mukti, dan Bianca Jillian Kimberly Tendean. *Fenomena Influencer Keagamaan Dalam Perubahan Gaya Baragama Anak Muda di Indonesia*. *Lentera Jurnal Manajemen*. vol.

- 3, no. 1.
<https://lenterajurnalmanajemen.com/index.php/home/article/view/121>.
- Pardianti, Melly Septia, dan Velantin Valiant S. *Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. vol. 27, no. 2, 187–210. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>.
- Pramana, M. Agung. *Salafi Online: Dakwah Salafi Pada Akun Instagram @dakwah_tauhid. Idarotuna*. vol. 5, no. 1, 63–76. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i1.22792>.
- Pratama, Yolan Hardika. *Fenomena tafsir tekstual dalam media sosial. Maliki Interdisciplinary Journal*. vol. 1, no. 6, 217–31. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/4499>.
- Purnama, Rizal Faturohman. *Pemahaman Ayat-Ayat Jihad Dalam Website Rumaysho.Com*. Masters. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA. 2021. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/48814/>.
- Putra, Deden Juansa. *Pergeseran Tafsir Salafi di Indonesia (Studi Tafsir Al-Taysir Fi Al-Tafsir Karya Firanda Andirja)*. Masters. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA. 2024. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67762/>.
- Putra, Imam Muhajir Dwi. *Konstruksi Pemaknaan Tekstual-Ideologis Di Media Sosial: Analisis Framing Atas Narasi Pemurnian Islam Pada Channel Youtube Salafi*. Masters. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA. 2023. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63629/>.
- Putra, Robby Aditya, Exsan Adde, dan Maulida Fitri. *Media Dakwah Tiktok Untuk Generasi Z. Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. vol. 7, no. 1, 58–71. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i1.6410>.
- Putra, Soni Rianto Dwi, Arifah Zahra, Shabillah Ajrina Inarah, Andriyani Andriyani, Irna Hasanah, dan Wahdi Sayuti. *Konsep Ibadah Dalam Islam: Landasan, Tujuan, Dan Implementasi Kehidupan Modern. Tashdiq: Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*. vol. 18, no. 1, 821–30. <https://cibinstitute.id/index.php/tashdiq/article/view/6327>.
- Putri, Ni Luh Made Meilinda Dhyana, dan Ni Wayan Yuli Anggreni. *Pembentukan Identitas Generasi Z Melalui Platform Tiktok. Edutik : Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. vol. 5, no. 6, 2544–52. <https://calamus.id/index.php/edutik/article/view/246>.
- Qudsy, Saifuddin Zuhri. *Pesantren Online: Pergeseran Otoritas Keagamaan di Dunia Maya. Living Islam*. vol. 2, no. 2, 169–87. <https://doi.org/10.14421/lijid.v2i2.2010>.
- Rachman, Arief, Theguh Saumantri, dan Taufik Hidayatulloh. *Transformation of Religious Authority in the Digital Era: A Post-Normal Times Analysis by Ziauddin Sardar on the Phenomenon of Social Media Da'wah. Jurnal Ilmu Dakwah*. vol. 45, no. 1, 107–22. <https://doi.org/10.21580/jid.v45.1.25644>.
- Rahayu, Tia, dan Alwizar Alwizar. *Relevansi Sumber Tafsir Al-Qur'an: Perspektif Tafsir Bi Al-Ma'tsur, Bi Ar-Ra'yi, Dan Bi Al-Isyari. Hamalatul Qur'an : Jurnal Ilmu Ilmu AlQur'an*. vol. 5, no. 2, 568–80. <https://doi.org/10.37985/hq.v5i2.337>.
- Rahma, Nur, Mahmudah Mahmudah, Sultan Sultan, Johar Amir, dan Muhammad Saleh. *Ideologi dalam Konten Tiktok Gen Z (@Rianfahardhi): Tinjauan*

- Analisis Wacana Kritis Ruth Wodak. Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru.* vol. 10, no. 1, 825–29. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v10i1.1693>.
- Rahman, Opin, dan M. Gazali Rahman. *Tafsir Ideologi: Bias Idiologi Dalam Tafsir Teologi Sunni, Muktazilah, Dan Syiah.* AS-SYAMS. vol. 1, no. 2, 154–96. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/AS-SYAMS/article/view/191>.
- Rahmatulloh, M. Sultan Latf, dan Durotul Ngazizah. *Tafsir Salafi Online Di Indonesia; al-Walā' Wa al-Barā' Sebagai Landasan Pergerakan Salafi Jihadis.* *Journal of Islamic Civilization.* vol. 3, no. 2, 160–73. <https://doi.org/10.33086/jic.v3i2.2650>.
- Rana, Haya Anita, dan Moh Yasir Alimi. *Strategi Dakwah Digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok: Analisis Self-Presentation dan Respons Generasi Milenial.* *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan.* vol. 8, no. 1, 87–106. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v8i1.18517>.
- Randani, Yulia Nafa Fitri, Jalimah Zulfah Latuconsina, dan Mukhsin Achmad. *Kontestasi Otoritas Agama (Studi Kasus: Fenomena War Di Facebook Dan Instagram Dan Implikasinya Terhadap Internal Umat Islam).* *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam.* vol. 4, no. 1, 1008–23. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art13>.
- Redjosari, Slamet Muliono. *Salafi, Lembaga Pendidikan dan Perlawanan Dakwah.* *Jurnal Al-Fawa'id : Jurnal Agama dan Bahasa.* vol. 11, no. 1, 12–27. <https://doi.org/10.54214/alfawaid.Vol11.Iss1.153>.
- Ridwan, Ridwan, Hamzah Harun, dan Muhaimin Muhaimin. *Urban Sufisme Di Era Digital Dan Urban Salafi Di Era Kontemporer: Urban Sufism in the Digital Era and Urban Salafism in the Contemporary Era.* *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab.* vol. 3, no. 4, 468–80. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v3i4.1544>.
- Rifai, Ahmad. *Kesalahan dan Penyimpangan Dalam Tafsir.* *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam.* vol. 2, no. 02, 130–48.
- Rifqi, M. Alfaynanur. *Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Anza Channel K.H Anwar Zahid).* *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam.* vol. 5, no. 2, 69–79. <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.
- Rosa, Elis Mila, Mega Puspita, Rizal Samsul Mutaqin, dan Zezen Zainul Ali. *Kontestasi Keberagamaan Di Media Sosial: Kontra Interpretasi Radikalisme Di Platform Youtube.* *Jurnal Penelitian Agama.* vol. 23, no. 2, 175–96. <https://doi.org/10.24090/jpa.v23i2.2022.pp175-196>.
- Roy, Olivier. *Globalized Islam: the Search for a New Ummah.* Columbia: Columbia University Press. 2004.
- Rustandi, Ridwan. *The Tabligh Language of the Millenial Generation in Social Media: Analysis of Popular Islamic Account Framing.* *Jurnal Ilmu Dakwah.* vol. 42, no. 1, 1–21. <https://doi.org/10.21580/jid.v42.1.10731>.
- Sakinah, Ekatul Hilwatis, dan Syahidil Mubarik Mh. *The Spread of Salafi Ideology in Digital Media: Exploring Al-Qur'an Interpretation in rumaysho. com.*

- NALAR: *Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*. vol. 8, no. 2, 178–208. <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/nalar/article/view/9114>.
- Sakti, Rayhan Bima, dan Kukuh Sinduwiatmo. *Analisis Framing Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan Di Media Pemberitaan Online (Studi Analisis Framing William a. Gamson)*. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*. vol. 8, no. 1, 104–24. <https://doi.org/10.20527/mc.v8i1.15766>.
- Sari, Anggita Falestyana, dan Lutfhi Ulfa Ni'amah. *Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)*. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*. vol. 2, no. 1, 31–43. <https://doi.org/10.53888/alidaroh.v2i1.504>.
- Setiadi, Ozi. *Faktor-Faktor Penyebab Penyimpangan Dalam Tafsir*. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*. vol. 3, no. 01. <https://doi.org/10.30868/at.v3i01.258>.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006.
- Sorgenfrei, Simon. *Branding Salafism: Salafi Missionaries as Social Media Influencers*, September 2021. <https://doi.org/10.1163/15700682-12341515>.
- Sulaiman, Anton, dan Liana Dwi Suseno. *Transformasi Media Dakwah Dari Konvensional Ke Digital*. *Misykah : Jurnal Pemikiran Dan Studi Islam*. vol. 10, no. 2, 16–23. <https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/misykah/article/view/4186>.
- Sulastri, Irta. *Penggunaan media social dalam berdakwah: study terhadap da'i di Kota Padang*. *AL-MUNIR JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM*. vol. 11, no. 2. <https://scholar.uinib.ac.id/id/eprint/830/>.
- Syaefudin, Ahmad, Retna Dwi Estuningtyas, Kristopo, dan Rambang Basari. *Peran Mikroinfluencer Muslim Dalam Dakwah Islam Di Tiktok: Analisis Konten Dan Strategi Komunikasi Digital*. *Muqaddimah*. vol. 16, no. 2, 92–103. <https://doi.org/10.71247/1bkkjg55>.
- Syafi'i, Imam. *Salafi Di Majelis Ta'lim Surabaya*. *JOIES (Journal of Islamic Education Studies)*. vol. 6, no. 1, 21–47. <https://doi.org/10.15642/joies.2021.6.1.21-47>.
- Syarif, Aghis Ramadhan. *Framing Hadis Larangan Menggambar Makhluk Hidup: Analisis Komparatif Media Muslim.or.Id Dan SuaraMuhammadiyah.Id*. *Journal of Hadith Studies*. vol. 5, no. 2, 98–118. <https://doi.org/10.32506/johs.v5i2-03>.
- Syauqani, Syamsu. *SEJARAH DAN DOKTRIN SALAFI: Dirosah Naqdiyah Dari Perspektif Pemikiran Islam*. *eJurnal Al Musthafa*. vol. 2, no. 2, 54–65. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=14004327645275292853&hl=en&oi=scholar>.
- Turmuzi, Ahmad, dan Sahdin Hasibuan. *Teknologi Sebagai Alat Dakwah: Transformasi Institusi Agama Di Era Media Sosial*. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*. vol. 6, no. 3, 631–36. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.vi.54836>.

- Wijaya, Pandu, Halimatussa'diyah, dan Rahmat Hidayat. *Types, Characteristics and Patterns In Tafsir of the Qur'an*. Tilawah: Journal of Al-Qur'an Studies. vol. 1, no. 4, 428–36. <https://doi.org/10.61166/tilawah.v1i4.40>.
- Yuliani, Ni Made. *Relasi Agama Dan Media Digital Transformasi Otoritas Keagamaan Di Era Komunikasi Virtual*. Jurnal Penelitian Agama Hindu. vol. 10, no. 1, 104–16. <https://doi.org/10.37329/jpah.v10i1.4942>.
- Yumila, Yumila, Muhammad Bramana, Zikri Marpendra, Alya Affifah, Rahma Alya, Indra Nasution, dan Sri Wahyuni. *Tauhid Sebagai Fondasi Kehidupan: Kajian Tafsir Tauhidi Terhadap Ayat-Ayat Ketuhanan*. At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama Islam. vol. 3, no. 2, 372–81. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/at/article/view/903>.
- Yunita, Herma, dan Ayu Wijayanti. *Analisis Tentang Dampak Aplikasi Tik Tok Pada Siswa Sdn 65 Desa Suka Rami Kecamatan Kedurang Ilir Kabupaten Bengkulu Selatan*. IDEA. vol. 3, no. 2, 74–85. <https://doi.org/10.36085/idea.v3i2.7948>.
- Yusry S., Alfatih, Nursapia Harahap, dan Syahrul Abidil. *Analisis Pesan Dakwah Syaifiq Riza Basalamah Di Media Sosial Instagram*. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan. vol. 2, no. 4, 1327–36. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i4.795>.
- Zahra, Dafina Ainani, Dzatan Nitoqoin, Khoirun Niam, dan Iksan Kamil Sahri. *The Digitalization of Shame (Al-Hayā'): Discourse Analysis and Reception of the "Velocity" Meme in Islamic Preaching on Tiktok*. Madinah: Jurnal Studi Islam. vol. 13, no. 1, 148–59. <https://doi.org/10.58518/madinah.v13i1.4440>.

C. Akun TikTok

- @amirulhabibi23. Tidak Ada Sial Dalam Islam. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFG8UP/>.
- . #ustadzsyafiqrizabasalamah. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFbD1F/>.
- @fortheukhuwah. Donwload secara gratis jurnal 30 hari menjadi lebih baik. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFtd5/>.
- . #fortheukhuwah. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFXM8y/>.
- @galerisunnahid. Ketika seseorang meninggal dunia. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYdCcc/>.
- @ikhwan_sidrap. Apakah orang yang akan meninggal melihat malaikat? TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYfbQQ/>.
- . Bantahan dakwah tauhid dituduh keras. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYrp5r/>.
- . Jangan takut dengan jin dan setan. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYNPS1/>.
- @iqbaljee. Postingan 72| #khalidbasalamah. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFVggP/>.

- @ittiba.tv_. 3 Resep Mempertahankan Cinta Agar Tidak Memudar Diantara Suami Istri. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFXmfu/>.
- . Ada Apa Dengan Dirimu? Kenapa Masih Meninggalkan Shalat? TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBF763q/>.
- . Bukan Kita Yang Hebat, Tapi Allah Yang Mudahkan Urusan Kita. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFCjMe/>.
- . Inilah 2 Hikmah, Kenapa Ada Yang Miskin Dan Ada Yang Kaya. TikTok, Agustus 2026. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFHLaj/>.
- @kajiansunnah.co.id. Diantara Penyebab Seseorang Mudah Hadad. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYyDNV/>.
- . JADI PEKERJA YANG PRODUKTIF DENGAN BANYAK BERDZIKIR. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYJoVR/>.
- . Jadikanlah Rumah Kita Rumah Berkah Untuk Meraih Surga. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYNVUt/>.
- . MAMPUKAH KITA UNTUK SERIUS DALAM BERIBADAH MELEBIHI SERIUS KITA DALAM Mencari Dunia? TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYhcS9/>.
- . SEGERA BERAMAL SHALIH KARENA HIDUP DI DUNIA INI SANGAT SINGKAT. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYhcS9/>.
- @kembalisunnah. Hakikat Taqdir Allah. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFptKs/>.
- . Keikhlasan dalam Beribadah. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYRsfG/>.
- . #ustadzsubhanbawazier. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYUrQs/>.
- . #ustadzsubhanbawazier #kembalisunnah. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBfn2FC/>.
- @mochammad.lee. BENTUK IBADAH SAAT MENDAPATKAN NIKMAT. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYyeEe/>.
- . DUNIA & AKHIRAT. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYh7sp/>.
- . NASEHAT URWAH BIN ZUBAIR. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBY8pLn/>.
- . YANG DIKHAWATIRKAN RASULULLAH. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBY2o8h/>.
- @peringat.diri.1. Ust. Firanda Andirja. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBFpYHQ/>.
- @tentangnasehat. Berbaik Sangkalah Kepada Allah. TikTok, September 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYQh8r/>.
- . Orang-Orang Yang Berjiwa Hanif. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBYeS9M/>.
- . Perintah Terberat Di Dalam Al-Qur'an. TikTok, Agustus 2025. <https://vt.TikTok.com/ZSQBY8Cxe/>.