

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini teknologi komunikasi dan informasi semakin canggih dan berkembang, salah satu contohnya adalah media sosial yang merupakan media virtual yang terhubung dengan internet. Berbagai macam interaksi sosial berupa gambar, tulisan maupun audio visual berupa video yang dapat digunakan kapan saja dengan mudah dan praktis dengan menggunakan smartphone, sehingga memberi kemudahan bagi siapa saja yang ingin mengaksesnya.

Teknologi komunikasi memberikan kemudahan dalam menyebarkan pesan kepada khalayak secara menyeluruh, serta mampu berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat membentuk suatu kelompok sosial dengan virtual.<sup>1</sup> Hal ini ditandai dengan adanya media sosial yang berupa, Whatsapp, Youtube, Instagram, Facebook, Twiter, TikTok dsb. Pada saat ini TikTok sedang populer dimasyarakat, TikTok merupakan video pendek yang awal mulanya diluncurkan pada September 2016 yang dinamakan Douyin yang berasal dari perusahaan China, pengguna Douyin dalam 1 tahun dapat mencapai jutaan pengguna dan mencapai miliaran tayangan video dalam setiap harinya. Karena kepopulerannya, Douyin berkembang lebih luas ke negara lain tidak terkecuali negara Indonesia, kemudian Douyin diberi nama baru yang lebih menarik yang saat ini disebut dengan TikTok.<sup>2</sup>

TikTok merupakan platform audio visual berbentuk video singkat yang di dalamnya terdapat beraneka ragam fitur-fitur menarik berupa musik, efek

---

<sup>1</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung : PT Remaja Rorsdakarya,2017), 11.

<sup>2</sup><https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/3>  
28 Februari 20.00 WIB.

dsb. TikTok memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berkreasi dan berinovasi dengan penuh kreatifitas dan memberikan kemudahan pada penggunanya untuk membagikan momen apapun yang ingin ia bagikan. Akan tetapi TikTok pernah diblokir sementara di Indonesia pada bulan Juni 2018 oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) karena adanya laporan terkait penyalahgunaan aplikasi tersebut, berupa konten-konten negative. Namun hanya berselang tujuh hari, kemudian TikTok dapat beroperasi kembali.<sup>3</sup> Dengan regulasi baru yang sesuai dengan peraturan yang ada di Indonesia yaitu diadakan penyaringan internal berupa konten negative, sehingga TikTok tidak disalahgunakan oleh pengguna lain dalam membuat konten yang tidak mendidik. Dan pada akhir tahun 2019 TikTok kembali populer hingga saat ini.<sup>4</sup>

TikTok digunakan oleh berbagai macam kalangan dan paling banyak diakses oleh generasi millennial, berbagai macam konten menarik dalam media sosial TikTok, berupa konten edukasi, informasi, tutorial, konten masak, *fashion and beauty*, *diy-lifehack*, *story telling*, humor-receh, konten “racun” tidak terkecuali konten dakwah.<sup>5</sup> Dengan adanya media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses serta mampu membantu dalam menyebarkan dakwah secara menyeluruh dengan cepat. Dakwah yakni mengajak seseorang dalam berbuat kebaikan serta mencegah kemungkaran, sedangkan pesan

---

<sup>3</sup>[https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya- sementara/0/sorotan\\_media#:~:text=Setelah%20mendapat%20banyak%20laporan%20negatif,yang %20terkait%20dengan%20Tik%20Tok.](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya- sementara/0/sorotan_media#:~:text=Setelah%20mendapat%20banyak%20laporan%20negatif,yang %20terkait%20dengan%20Tik%20Tok.) Diakses 17 Februri 2022, 10:19 WIB.

<sup>4</sup>[https://www.kominfo.go.id/content/detail/13716/banyak-alasan-di-balik-buka-tutup-blokir-tik-tok/0/sorotan\\_media.](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13716/banyak-alasan-di-balik-buka-tutup-blokir-tik-tok/0/sorotan_media.) 17 Februari 2022, 10:30 WIB.

<sup>5</sup> <https://www.berkarirmedia.com/2021/05/8-ide-konten-tiktok-menarik-2021-auto.html>. Diakses 06 Maret 2022, 09:20. WIB.

adalah seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu.

Pesan dakwah merupakan proses mengkomunikasikan pesan islami yang disampaikan oleh *Da'i* kepada *Mad'u* berupa ajakan, melaksanakan, memberikan manfaat kepada orang lain, serta membimbing seseorang agar melaksanakan kebaikan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist serta ijtihad para ulama.<sup>6</sup>

Seperti yang ada dalam Al-Qur'an surat Ali Imron :

*“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencegah kemungkaran dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”* (Qs.Al-Imron:104).<sup>7</sup>

Dalam menyebarkan ajaran agama Islam, media sosial merupakan alat atau sarana yang paling mudah digunakan oleh para *Dā'i* untuk menyampaikan pesan dakwah, salah satunya yakni menggunakan media sosial TikTok, karena saat ini TikTok populer di masyarakat, sehingga TikTok dianggap media sosial yang efektif digunakan oleh para *Dā'i* untuk menyampaikan pesan dakwahnya, karena dapat dengan mudah tersebar ke berbagai lapisan masyarakat dan dengan mudah mencapai sasaran dakwahnya. TikTok merupakan video dengan durasi pendek namun isi dari video tersebut dapat menjelaskan secara menyeluruh dengan singkat, padat, dan jelas, serta diiringi beragam fitur-fitur yang mendukung sehingga tidak monoton dan mampu menarik perhatian masyarakat.

---

<sup>6</sup> Kamaluddin, “Pesan Dakwah”, *Fitrah Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol. 02 No. 2, (Desember, 2021), 39.

<sup>7</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadist)*, (Bandung: Qordoba, 2018), 63.

Hal ini tidak sedikit masyarakat yang mengakses media sosial TikTok setiap harinya sebagai hiburan ataupun mencari informasi, sebab dengan adanya media sosial dinilai lebih praktis, efisien, murah, karena hanya bermodalkan kuota internet dan bisa di akses kapanpun dan dimanapun berada. Hal ini menjadi sebuah tantangan dan peluang bagi seorang *Dāi* untuk mengikuti perkembangan zaman, yakni dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah, sehingga para *Dāi* dituntut mengikuti arus perkembangan zaman, yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berdakwah.<sup>8</sup> Beberapa telah kita jumpai seorang *Dāi* berdakwah dengan menggunakan media sosial, salahsatunya yakni Habib Husein Ja'far al-Hadar yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berakwah.

Husein Ja'far al-Hadar biasa disebut Habib Husein Ja'far. Habib Husein Ja'far lahir di Bondowoso pada tanggal 21 Juni 1988. Beliau berusia 34 tahun, ia merupakan lulusan pondok pesantren di Bangil, Pasuruan, Jawa Timur. Setelah lulus dari pondok pesantren ia menempuh pendidikan S1 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dan mengambil jurusan Akidah dan Filsafat, kemudian melanjutkan S2 Tafsir Al-Qur'an pada Universitas yang sama.<sup>9</sup> Beliau merupakan seorang *Dāi* serta penulis buku, salah satu karya bukunya yakni "Tuhan Ada Di Hatimu". Pada tahun 2011 ia mendapatkan penghargaan dari Royal Islamic Institute Yordania karena ia merupakan salah satu dari 500 tokoh muslim yang memberikan pengaruh di dunia karena menyuarakan toleransi, baik di Indonesia maupun di penjuru dunia.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Eko Sumadi, "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi", Jurnal: Stain Kudus, Vol. 4. No. 1 (Juni 2016), 185.

<sup>9</sup><https://www.suara.com/entertainment/2021/04/21/185241/profil-habib-husein-jafar-al-hadar-yang-terkenal-lewat-pemuda-tersesat>. Diakses 05 Maret 2022. Pukul 09:00 WIB.

<sup>10</sup> A'yun Masfufah, "Dakwah Digital Habib Husein Jafar Al-Hadar", Jurnal Dakwah, Vol.20. No. 2, (2019), 253-254.

Dalam video akun TikTok @Huseinjafar terdapat pesan-pesan yang mengandung nilai-nilai keislaman kemudian dikemas dengan menarik, dan variatif sehingga tidak monoton karena menyesuaikan sasaran dakwahnya, sehingga menjadi daya tarik tersendiri pada khalayak. Husein Ja'far merupakan *Dā'i* muda yang aktif berdakwah melalui media sosial, seperti Facebook, Youtube, Twitter, Instagram dan tidak terkecuali TikTok. Ia memutuskan dakwah menggunakan media sosial untuk memberi pilihan baru kepada masyarakat, ditengah maraknya konten-konten negative, dengan tujuan untuk menyasar anak muda yang dekat dengan dunia digital. Sehingga Habib Husein Ja'far memutuskan dakwah menggunakan media sosial.<sup>11</sup>

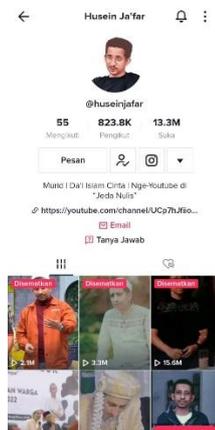
Pada tahun 2020 ia bergabung menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana dalam dakwahnya, beliau bergabung dengan TikTok yakni untuk memberantas konten-konten negative yang ada pada TikTok, seperti yang kita ketahui bahwa masih sebagian orang menganggap bahwa TikTok terdapat banyak konten-konten negative sehingga menimbulkan dampak buruk bagi penggunanya, padahal jika seseorang menggunakan TikTok dengan baik dan bijak maka dalam media sosial TikTok juga terdapat banyak konten-konten yang mengedukasi dalam hal-hal positif, seperti yang ada pada akun TikTok @Huseinjafar yang memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan pesan-pesan positif dan mengandung nilai-nilai keislaman yang membahas fenomena-fenomena keseharian masyarakat saat ini, dalam video pada akun TikTok @Huseinjafar, dakwah dikemas dengan menggunakan bahasa gaul, sederhana,

---

<sup>11</sup> Ibid, 253.

ringan, mudah dipahami dan tidak monoton.<sup>12</sup> Berikut gambar akun TikTok @Huseinjafar.

**Gambar 1.1 Akun TikTok @Huseinjafar**



(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSdKCLBL/>)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa akun Tiktok @Huseinjafar memiliki 823.8 ribu followers, 13.3 milyar like serta terdapat 265 konten pada tanggal 18 Agustus 2022, video yang diunggah mendapatkan banyak komentar positif dari pemirsa. Pada akun TikTok @Huseinjafar dalam video unggahannya, banyak berisi ajakan dalam berbuat kebaikan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran agama Islam.<sup>13</sup> Seperti dalam unggahan video pada akun TikTok @Huseinjafar yang mengandung pesan akidah dengan tema “bersyukur” dalam video ini menjelaskan bersyukur atas nikmat yang telah Allah beri, bentuk syukur tersebut berupa selalu mengingat Allah dan taat kepada Allah. tema “Selamat Hari Raya Idhul Adha, Maaf” dalam video tersebut mengajak pemirsa untuk selalu taat serta baik sangka kepada Allah.

<sup>12</sup> <https://vt.tiktok.com/ZSd6VHs7a/>. Diakses 15 Juni 2022, 10:00 WIB.

<sup>13</sup> Ibid.

Tema “Ya Allah! Aku kapan Lulus? Kapan nikah? Kapan punya anak?”. Pada video ini menjelaskan untuk mempersiapkan diri sebaik mungkin, sehingga ketika Allah sudah menentukan waktu yang tepat pada kita, maka kita sudah siap untuk menjalaninya.<sup>14</sup> Dan video dengan tema ”Takdir” yang mana mengandung pesan dakwah bahwa seseorang dapat mengubah takdirnya yakni dengan berikhtiar dengan sungguh-sungguh kemudian bertawakal dengan memasrahkan sepenuhnya kepada Allah yang maha menentukan atas segala sesuatu. Kemudian unggahan video yang mengandung pesan syari’ah tema “Yuk ngaji!” pada video tersebut menjelaskan bahwa membaca Al-Qur’an merupakan kewajiban bagi umat muslim, karena Al-Qur’an merupakan kalamullah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad melalui Malaikat Jibril sebagai pedoman hidup manusia.

Dan unggahan video yang mengandung pesan akhlak tema “mengapa Nabi menyukai pakaian berwarna putih?” dalam video tersebut menjelaskan bahwa pakaian putih merupakan simbol kebaikan, kesucian dan kebersihan, dan yang mengenakan pakaian putih dapat terlihat sederhana. Tema “Ghibah” dalam video tersebut menjelaskan pentingnya menjaga lisan agar tidak (ghibah) membicarakan kejelekan orang lain, karena hal tersebut layaknya memakan daging saudaranya sendiri dan dapat menyebabkan permusuhan, Kemudian tema “Orang Tuamu” dalam video tersebut menjelaskan bahwa seorang anak wajib berbakti kepada kedua orangtua, dan mendoakannya hingga orang tua sudah meninggal.

---

<sup>14</sup> <https://vt.tiktok.com/ZSdKQvX4b/?k=1>. Diakses Rabu 29 Juni 2022, 21:20 WIB.

Alasan peneliti memilih media sosial TikTok adalah dengan melihat fenomena media sosial TikTok yang saat ini sedang populer di gunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Serta seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa masih sebagian masyarakat beranggapan bahwa TikTok merupakan media sosial yang dapat menimbulkan dampak negative, namun jika kita gunakan dengan baik dan benar maka dalam TikTok sangat banyak konten-konten mengandung hal-hal yang positif. Dalam TikTok, video dikemas dengan singkat, padat, jelas dan variatif sehingga tidak monoton dan tidak membosankan.<sup>15</sup> Dari banyaknya pemilik akun TikTok yang menyebarkan ajaran agama Islam (*Dai*), peneliti tertarik menggunakan objek penelitian video yang ada akun TikTok @Husinjafar. Pada penelitian ini peneliti memaparkan pesan dakwah yang ada pada akun @Huseinjafar dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mencari dari segi makna denotasi, konotasi dan mitos.

Dari pembahasan di atas pesan dakwah dapat menggunakan gambar, visual dan sebagainya, dapat kita lihat dari video pada akun TikTok @Huseinjafar terdapat pesan yang mengandung nilai-nilai keislaman, serta video yang disampaikan kepada *viewers* nya yakni membahas fenomena keseharian masyarakat saat ini, yang dikemas dengan menarik dan variatif, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dalam video yang telah diunggah pada akun TikTok @Huseinjafar dengan judul “Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @Huseinjafar”.

---

<sup>15</sup> Yulia Nafa Fitri Randani, Safrani, Dkk, “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial”, Jurnal Mahasiwa FIAI-UII at-Thullab, Vol.3, Nomor 1, (16 Agustus 2021), 581-582.

## **B. Rumusan Masalah**

Pada latar belakang masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos pada akun TikTok @Huseinjafar?
2. Bagaimana pesan dakwah pada akun TikTok @Huseinjafar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Pada rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos pada akun TikTok @Huseinjafar.
2. Mengetahui pesan dakwah yang terdapat pada akun TikTok @Huseinjafar.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman terkait dakwah Islam terutama bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta memahami agar dapat memanfaatkan teknologi komunikasi yang semakin berkembang pesat, salah satunya yakni dengan memanfaatkan media sosial TikTok sebaik mungkin.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengambil sisi positif dari perkembangan media sosial yang ada, salahsatunya yakni TikTok, untuk memanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah Islam serta penelitian ini diharapkan dapat

menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin mengambil judul skripsi serupa terlebih mahasiswa studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan menjadi pelengkap penelitian serupa yang sudah ada sebelumnya.

#### **E. Telaah Pustaka**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan acuan penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai rujukan dalam penulisan serta analisis data untuk menghindari keserupaan, berikut judul yang digunakan untuk kajian pustaka, yakni:

1. Jurnal penelitian yang berjudul “*Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Film “Di Bawah Lindungan Ka’bah” Perspektif Roland Barthes*”, yang disusun oleh Ahmad Zaini pada tahun 2019. Tujuan dari penelitian Ahmad Zaini yakni untuk mengetahui lambang-lambang pesan dakwah yang dimunculkan dalam film di bawah lindungan ka’bah, dan mengetahui pesan dakwah pada film di bawah lindungan ka’bah.

Persamaan penelitian Ahmad Zaini dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yakni sama-sama mengkaji pesan dakwah akidah, syari’ah dan akhlak, serta sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang digunakan, pada penelitian Ahmad Zaini menggunakan media film sedangkan pada peneliti ini menggunakan media sosial TikTok.

Hasil penelitian Ahmad Zaini terdapat pesan akidah, syari’ah dan akhlak. Pesan akidah tercermin pada keimanan Hamid dan ibunya kepada Allah, yang tertanam pada dirinya sejak kecil, dan pesan syari’ah tampak ilustrasi Zainab membaca Al-Qur’an, Hamid, Zainab dan ibunya,

melaksanakan shalat dan haji yang diilustrasikan Hamid sedang melaksanakan manasik haji, dan pesan akhlak tentang Hamid dan ibunya mengucapkan salam saat berkunjung ke rumah Engku Ja'far dan Hamid menolong ibunya pada saat jatuh.<sup>16</sup>

2. Skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far al-Hadar “Bercermin Dulu, Berdakwah Kemudian” (Dalam Video Youtube Jeda Nulis)” yang di susun oleh Istiana Dewi pada tahun 2020, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan Habib Husein Ja'far dalam video “Bercermin dulu, berdakwah kemudian” di youtube Jeda Nulis dengan menggunakan analisis wacana model Van Dijk.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Istiana Dewi, yakni sama-sama mengkaji pesan dakwah Habib Husein, Perbedaan penelitian ini terletak pada media yang digunakan, penelitian Istiana Dewi menggunakan youtube sedangkan penelitian ini TikTok @Huseinjafar. Serta penelitian Istiana Dewi, menggunakan pendekatan kualitatif non kancas atau non lapangan, dan jenis penelitian yang digunakan yakni analisis teks media dengan menggunakan teori analisis wacan Van Dijk sedangkan peneliti ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan serta menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pesan dakwah akidah, bahwa manusia tidak ada yang sempurna, maka yang paling penting dan utama

---

<sup>16</sup> Ahmad Zaini, “Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dlm Film “Di Bawah Lindungan Ka'bah” Perspektif Roland Barthes”, At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 6 No. 2, (2019).

yaitu menjaga diri sendiri dengan terus memperbaiki diri sendiri serta dengan terus memperbaiki diri sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh Allah dan Rasulullah, serta mengandung pesan akhlak berupa intropeksi diri atau memperbaiki diri. Dalam ajaran agama Islam Allah memerintahkan untuk introprksi diri berubah menjadi muslim yang lebih baik dalam keimanannya sehingga mampu mengendalikan ego serta melawan hawa nafsu dalam diri sendiri.<sup>17</sup>

3. Jurnal penelitian dengan judul “Pesan dakwah dalam akun @Basyasman00”, di di susun oleh Isman Faturohmi, Chairiawaty pada tahun 2022. Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis pesan dakwah dalam akun @Basyasman00. Persamaan pada penelitian ini yakni sama-sama menggunakan media sosial TikTok dan sama-sama mengkaji pesan dakwah berupa pesan akidah, syari’ah dan akhlak.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Isman Faturohmi, Chairiawaty, terletak pada metode yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan, sedangkan penelitian Isman Faturohmi, Chairiawaty, menggunakan kualitatif deskriptif dan penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan penelitian Isman Faturohmi, Chairiawaty, menggunakan analisis isi. Hasil dari penelitian Isman Faturohmi, Chairiawaty, yakni

---

<sup>17</sup> Istiana Dewi, Skripsi: *Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far al-Hadar''Bercermin Dulu, Berdakwah Kemudian'' (Dalam Video Youtube Jeda Nulis)*, (Surabaya: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020)

terdapat pesan syari'ah 9 video dari 18 video, 5 pesan akidah dan pesan akhlak 6 dari 18 video.<sup>18</sup>

4. Skripsi Muhamad Yunus Firmansyah dengan judul “Semiotika Makna Toleransi Beragama dalam Video Kenapa & Bagaimana Kita Bersama Meski Tak Sama di Kanal *Youtube* Jeda Nulis”, di susun pada tahun 2022, mahasiswa Program Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui makna yang ada dalam “video Kenapa & Bagaimana Kita Bersama Meski Tak Sama di Kanal *Youtube* Jeda Nulis”.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhamad Yunus Firmansyah yaitu sama-sama menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Perbedaan penelitian ini terdapat pada media yang digunakan, penelitian Muhamad Yunus Firmansyah menggunakan media *Youtube* sedangkan peneliti menggunakan *TikTok*, serta metode penelitian yang digunakan, pada penelitian Muhamad Yunus Firmansyah menggunakan metode kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kepustakaan. Serta pada penelitian Muhamad Yunus Firmansyah mengkaji tentang makna toleransi beragama, sedangkan pada penelitian ini mengkaji pesan dakwah akidah, syari'ah dan akhlak.

Hasil dari penelitian ini yakni terdapat enam scene makna toleransi beragama pada video “Kenapa & Bagaimana Kita Bersama Meski Tak Sama di Kanal *Youtube* Jeda Nulis” kemudian diuraikan kedalam makna denotasi, konotasi, dan mitos pada masing-masing scene. Makna dari

---

<sup>18</sup> Isman Faturahmi, Chairiawaty, “Pesan Dakwah dalam Akun @Basyasman00”, *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, Vol. 2, No.1, (Juli 2022).

toleransi beragama pada enam scene pada video tersebut yakni pada scene 2, scene 4 dan 5 saling mengerti, pada scene 3 dan 6 menghormati keyakinan orang lain dan pada scene 1 dan scene 3. berbuat adil kepada siapapun.<sup>19</sup>

## F. Kajian Teoritis

### 1. Pesan Dakwah

#### a. Pengertian Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang dikomunikasikan oleh pengirim kepada penerima.<sup>20</sup> Pesan juga dapat dipahami sebagai seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk mengungkapkan perasaan, nilai, ide, atau tujuan tertentu.<sup>21</sup> Dalam kamus bahasa Indonesia, pesan dapat diartikan sebagai amanat yang disampaikan melalui orang lain, baik berupa perintah maupun nasihat melalui perantara.<sup>22</sup>

Pesan dengan sengaja disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam menyampaikan informasi serta menyampaikan tujuan tertentu sehingga mendapatkan efek tertentu. Pesan dapat disampaikan melalui percakapan secara langsung, maupun tidak langsung yakni dapat disampaikan dengan menggunakan media massa, berupa telepon, media cetak, internet dan elektronik lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Muhamad Yunus Firmansyah, Skripsi: *Kenapa & Bagaimana Kita Bersama Meski Tak Sama di Kanal Youtube Jeda Nulis*, (Jakarta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

<sup>20</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2013), 79.

<sup>21</sup> Dewi Nur Hidayah, "Representasi Makna Pesan Sosial Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika", *Jurnal Online Kinesik*, Vol. 04, No.1 (April 2017), 141.

<sup>22</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Kencana, Penadamedia Group, 2015), 79.

<sup>23</sup> Andrik Purwasito, "Analisis Pesan", (*The Massanger*, Vol.9, No.1 Januari, 2017), 105.

Dalam proses komunikasi pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat berupa pembicaraan, gerakan, sikap serta perilaku. Pesan dapat berupa pikiran, ide, perasaan yang berasal dari komunikator kepada komunikan dalam bentuk simbol yang berupa bahasa, baik lisan maupun tulisan, suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya. Dalam pesan yang terpenting yakni isi dari pesan, serta perlakuan komunikator terhadap penjelasan maupun penataan isi pesan tersebut. Pesan dibagi menjadi dua yakni pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal yakni pesan yang disampaikan baik menggunakan bahasa lisan maupun tulisan, sedangkan pesan nonverbal yakni pesan yang disampaikan dengan menggunakan gambar, gerak gerik, warna dan lain sebagainya.<sup>24</sup>

Dalam hal ini pesan dapat disimpulkan bahwa komunikator menyampaikan suatu informasi kepada komunikan berupa ide atau gagasan baik verbal maupun nonverbal, baik disampaikan secara langsung maupun dengan menggunakan media yang ada, sehingga dapat mencapai tujuan tertentu.

b. Dakwah

Dakwah yakni suatu kewajiban bagi seluruh orang muslim, Max Muller Arnold menyampaikan bahwa Islam merupakan agama dakwah yang beriringan dengan agama Budha dan Kristen, menurutnya Islam dikategorikan sebagai agama dakwah karena dalam Islam dianjurkan untuk menyebarluaskan kebenaran dalam pikiran,

---

<sup>24</sup> Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta, Zahri Publishing, 2020), 10-11.

kata serta perbuatan. Arnold juga berpendapat bahwa semangat memperjuangkan kebenaran ini, sehingga seorang muslim melaksanakan dakwah dengan terus menerus kepada seluruh umat manusia agar dapat tersebar luas ke penjuru dunia.<sup>25</sup>

Sehingga dakwah dapat difahami seorang *Da'i* mengajak orang lain ke dalam ajaran Islam, baik individu maupun kelompok untuk berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran, sehingga seseorang memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Baik dengan menggunakan metode maupun media tertentu untuk mencapai sasaran dakwahnya.<sup>26</sup> Pendapat para ulama mengenai pengertian dakwah antara lain:

- 1) Menurut Syech Ali Mahfudh dalam kitab karyanya “Hidayatul Mursyidin” bahwa dakwah merupakan: Mengajak manusia agar selalu melakukan kebaikan serta mengikuti petunjuk agama, mengajak pada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan tercela sehingga mereka dapat memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
- 2) Menurut Syekh Muhammad Khidr Husain dalam buku karyanya *al-Dakwah ila al Ishlah* dakwah merupakan upaya untuk memotivasi seseorang agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunjuk, dalam melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* yang bertujuan sehingga mendapatkan kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

---

<sup>25</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah, Studi Komprehensif Dakwah dari Teori Kepraktik*, (Malang: Madani, 2016), 1.

<sup>26</sup> Agus Nurasikin, “Hadist Tujuan Dakwah”, 2020, 2.

3) Menurut Toha Yahya Oemar dakwah Islam merupakan menyeru manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan apa yang diperintah Allah sehingga dapat mencapai kebaikan, kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>27</sup>

c. Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, dengan kata lain dapat dikatakan dengan simbol, dalam bahasa Arab disebut dengan (موضوع الدعوة) pesan dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan kata, gambar, tulisan dan lainnya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman serta sikap dan perilaku sasaran dakwah, jika melalui tindakan dapat merubah perilaku seseorang menjadi lebih baik maka hal tersebut juga dapat disebut dengan pesan dakwah, sehingga segala hal yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist disebut dengan pesan dakwah, dalam artian pesan dakwah merupakan proses menyampaikan ajaran agama Islam, berupa *amar ma'ruf nahi munkar* guna membentuk masyarakat yang taat serta dapat mengamalkan ajaran agama Islam.<sup>28</sup> Dakwah dapat dilakukan baik dengan lisan, tulisan ataupun berbagai macam media yang ada. Dalam menyampaikan pesan dakwah terdapat unsur-unsur dakwah merupakan elemen yang selalu ada pada saat menyampaikan pesan dakwah agar tercipta pesan dakwah yang efektif. Unsur-unsur tersebut yakni:

1) *Da'i*

---

<sup>27</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 4-6.

<sup>28</sup> Ibid, 10.

*Dāi* adalah seseorang yang menyampaikan pesan dakwah baik secara lisan maupun tulisan yang dapat disampaikan oleh individu maupun kelompok.<sup>29</sup> *Dāi* juga dapat disebut dengan muballig yaitu orang yang menyampaikan ajaran agama Islam.

2) *Mad'u>>>*

Penerima pesan dakwah dapat berupa seorang individu maupun kelompok. Secara menyeluruh, pada umumnya pesan dakwah disampaikan kepada orang-orang yang beragama Islam dan non-Muslim.<sup>30</sup>

3) *Maddah* (Materi Dakwah)

*Maddah* merupakan materi yang disampaikan dalam berdakwah yang berupa isi pesan atau materi yang disampaikan atau dikomunikasikan oleh *Da>i* kepada *Mad'u>>>*. yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist serta yang berkaitan dengan *amar ma'r>uf nahy munkar*, dalam berdakwah seorang *Dāi* harus memperhatikan materi yang akan disampaikan kepada *Mad'u>>>*, memperhatikan bahasa yang biasa digunakan masyarakat, sehingga difahami oleh penerima, menyesuaikan dengan perkembangan zaman, tidak ada unsur hujatan serta ujaran kebencian, menyentuh hati serta memiliki argumentasi yang kuat.<sup>31</sup> Pesan dakwah meliputi:

a) Pesan Akidah, yang di dalamnya berisi materi keimanan kepada Allah SWT, iman kepada Malaikat Allah, Iman kepada

---

<sup>29</sup> Ibid, 75.

<sup>30</sup> Wahyu Ilahi, "Komunikasi Dakwah", Op.cit, 19-20.

<sup>31</sup> Fahrurrozi, Faizah, Kadri, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), 114.

kitab Allah, iman kepada Rasul Allah, iman pada hari Akhir, serta iman kepada *qada>'* dan *qadar*.

- b) Pesan Syari'ah, yang di dalamnya terdapat materi *t{aha>rah*, sholat, zakat, puasa dan haji, serta *mu'a>malah* yang didalamnya terdiri dari materi hukum perdata, hukum pernikahan, hukum waris, hukum pidana dan lain sebagainya.
  - c) Pesan Akhlak, yang di dalamnya terdiri dari akhlak kepada Allah serta akhlak terhadap makhluk Allah, berupa: akhlak terhadap manusia, tetangga, serta masyarakat lainnya.<sup>32</sup>
- 4) *Wasi>lah* (Media Dakwah) Wasilah merupakan sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *Mad'u>>>*. *Wasi>lah* terdiri dari lima macam, yakni:
- a) Lisan, merupakan dakwah yang paling mudah, yang berupa pidato, ceramah dsb.
  - b) Tulisan, berupa majalah, spanduk, surat dsb.
  - c) Lukisan, berupa gambar, karikatur, kaligrafi mural dsb.
  - d) Audio visual, berupa radio, televisi, film, media sosial dsb.
  - e) Akhlak, berupa perbuatan yang mempresentasikan ajaran Islam dan dapat diamati, serta dimengerti *Mad'u>>>*.<sup>33</sup>

Pada saat menyampaikan pesan dakwah diperlukan adanya metode atau disebut dengan cara, yang mana metode merupakan cara-cara yang digunakan oleh *Dāi* dalam menyampaikan pesan dakwah

---

<sup>32</sup> Ibid, 92-93.

<sup>33</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: PT Salsabila, 2013), 76-77.

agar tercapai tujuan serta keberhasilan dakwahnya.<sup>34</sup> Sebab jika metode yang digunakan *Dāi* kurang tepat maka dapat memberikan pengaruh terhadap *Mad'u* yang berupa penolakan dan sebagainya.

Metode yang digunakan *Dāi* dalam menyampaikan pesan dakwah :

a) *Bi< al Hikmah*

*Bi< al Hikmah*, yakni saat menyampaikan pesan dakwah diharapkan *Dāi* dapat melihat situasi dan kondisi sasaran dakwah, dengan melihat kemampuan *Mad'u*, sehingga pada saat melaksanakan ajaran Islam tidak karena terpaksa dan keberatan.

b) *Mau'iz{ah al H{asanah*

*Mau'iz{ah al H{asanah*, yakni dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang *Dāi* diharapkan dapat menyampaikan nasihat dengan kasih sayang sehingga nasihat yang disampaikan dapat diterima dengan baik serta menyentuh hati para *Mad'u*.

c) *Bi< al Mujadalah bi-al-lti< Hiy<a ah{san*

*Bi< al Muja<dalah bi-al-lati< Hiy<a ah{san*, yakni dakwah dengan saling bertukar pikiran atau saling bertukar pendapat tanpa adanya permusuhan.<sup>35</sup>

Dalam hal ini metode dakwah yang digunakan oleh Habib Husein Ja'far al-Hadar dalam video akun TikTok @Huseinjafar yakni, dengan melihat fenomena yang terjadi saat ini, bahwa banyak masyarakat terlebih anak muda yang tidak bisa terlepas dengan media

---

<sup>34</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Op.cit, 21.

<sup>35</sup> Ibid, 22.

sosial, sehingga Habib Husein Ja'far menggunakan media sosial sebagai metode dakwahnya, serta dakwah dikemas dengan kreatif, variatif dan menggunakan bahasa yang ringan, sehingga memudahkan masyarakat untuk menerima materi dakwah yang disampaikan dalam video akun TikTok @Huseinjafar.

5) *Atsar* (Efek)

*Atsar* (efek) biasa disebut dengan *feedback* (umpan balik) saat menyampaikan pesan dakwah.<sup>36</sup> Efek merupakan suatu proses perubahan perilaku atas penerimaan dakwah.

## 2. Konten TikTok

a. Pengertian TikTok

TikTok merupakan media sosial yang menghadirkan musik serta special effect yang unik dan menarik yang memungkinkan para penggunanya untuk membuat berbagai macam video, TikTok memberikan kemudahan pada penggunanya dalam berinteraksi dengan menggunakan kolom komentar serta chat pribadi. Tiktok banyak digemari oleh masyarakat mulai dari pejabat, artis, tidak terkecuali *Dāi*, mulai dari anak-anak hingga orangtua, terlebih anak muda atau biasa disebut dengan generasi milenial.

b. Sejarah TikTok

Seperti yang telah dijelaskan pada latarbelakang di atas, TikTok diluncurkan pada September 2016 yang dinamakan Douyin yang merupakan video pendek yang berasal dari perusahaan China,

---

<sup>36</sup>Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Op.cit 138.

karena popularitas aplikasi Douyin sehingga, dalam 1 tahun dapat mencapai 100 juta pengguna dan mencapai 1 miliar tayangan video dalam setiap harinya. Douyin berkembang pesat ke berbagai macam negara sehingga Douyin diberi nama baru yang lebih menarik yang saat ini disebut dengan aplikasi TikTok.<sup>37</sup> Tiktok diprediksi semakin populer pada tingkat global, dalam ramalan perusahaan riset Intellegence, TikTok akan menjadi media sosial ke tiga didunia pada tahun 2022.<sup>38</sup> Sampai saat ini TikTok sudah diunduh 500 lebih pada aplikasi google playstore. TikTok menjadi aplikasi yang populer, diantaranya:

1) Media sosial yang mudah untuk digunakan

Tiktok merupakan video dengan durasi pendek yang dibuat oleh penggunanya dengan inovatif, yang berdekatan dengan keseharian masyarakat, dan dibungkus dengan konten hiburan, edukasi, *fashion*, *tips* and *trik*, memasak dan konten menarik lainnya, sehingga dengan mudah untuk menarik perhatian khalayak. Dalam hal ini seorang TikTokers atau pembuat konten hanya memerlukan modal kreatif untuk dapat membuat video pendek yang bagus, lucu dan menarik dalam TikTok.

2) TikTok banyak mengandung konten menarik dan terupdate

Hingga saat ini TikTok semakin banyak digemari oleh masyarakat, sehingga semakin banyak jumlah pengguna media

---

<sup>37</sup><https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/3>. Diakses 26 Februari 2022. Pukul 09.00 WIB.

<sup>38</sup><https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>. Diakses 3 Januari 2022 Pukul 07.00 WIB.

sosial TikTok, sehingga konten yang ada pada TikTok juga semakin bervariasi serta semakin menarik. Bahkan konten yang sedang trending atau viral dalam Tiktok menjadi tren pada media sosial lainnya dan lebih banyak orang yang mengetahui TikTok dari konten-konten yang sedang viral tersebut.

3) TikTok merupakan media sosial yang populer di masyarakat

TikTok sosial TikTok menjadi populer dimasyarakat karena TikTok merupakan media sosial yang sedang banyak digunakan oleh berbagai macam kalangan, baik pejabat, artis, Youtuber, tokoh masyarakat dan sebagainya yang menggunakannya.

4) TikTok memiliki berbagai fitur yang menarik

TikTok merupakan media sosial dalam pembuatan video yang inovatif, TikTok mempunyai serangkaian fitur yang lengkap, sehingga memudahkan bagi yang ingin menggunakannya. Pengguna TikTok dapat menggunakan berbagai fitur edit yang sudah dilengkapi dengan filter-filter yang menarik, serta pemilihan musik yang sedang *tren*, sehingga memudahkan bagi siapa saja yang ingin menggunakannya.<sup>39</sup>

5) Konten yang membahas tren saat ini

TikTok banyak digunakan oleh kaum milenial yang mengikuti trend yang ada, yang berupa trend *dance*, interpretasi emosional, kebugaran, kecantikan serta berita ter-*update* dsb.

---

<sup>39</sup> Anisa, 7 Alasan Mengapa TikTok Menjadi Aplikasi Populer, dipublish pada 13 Desember 2020, <https://www.virenia.com/teknovr-211/7-alasan-mengapa-tiktok-menjadi-aplikasi-populer>. Diakses pada 29 Juni 2022. 22:56 WIB.

6) TikTok merupakan media pemasaran yang menarik

Dalam memasarkan aplikasi TikTok yakni dengan cara yang menarik, dengan biaya yang lebih murah, serta menampilkan konten yang menarik serta dapat memutar video dengan cepat.<sup>40</sup>

Dalam media sosial TikTok terdapat fitur-fitur yang menarik, sehingga dapat memudahkan serta menambah kreatifitas khalayak dalam berekspresi pada aplikasi tersebut.

c. Fitur-Fitur TikTok

1) Fitur Musik

Fitur musik menyajikan lagu-lagu atau instrument yang bervariasi, sehingga dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah untuk membuat video TikTok dengan menyesuaikan konten yang dibuat.

2) Fitur Stiker.

Fitur ini dapat digunakan untuk menambahkan gambar berupa stiker pada video yang akan dibuat.

3) *Voice Effect*.

Fitur ini digunakan untuk mengubah suara.

4) *Voice Changer*

Fitur ini digunakan untuk mengubah suara dalam konten video yang telah dibuat oleh pengguna untuk dibagikan kepada pengguna lain yang mengikuti akun TikTok tersebut.

---

<sup>40</sup> Togi Prima Hasiholan dkk, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Gerakan Kampanye Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19", Jurnal, *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.5 No.02, (2020), 75.

5) Fitur *Beautify*

Fitur ini digunakan untuk merubah wajah agar terlihat lebih cantik atau tampan, sehingga membuat pengguna lebih percaya diri.

6) Fitur *Auto Captions*

Fitur ini digunakan untuk memudahkan *content creator* atau pembuat video untuk menyertakan *subtitle* otomatis, sehingga memudahkan semua orang dalam mengakses serta menikmati video yang telah dibuat terutama pada yang memiliki kesulitan dalam mendengar.

7) Fitur *Live*

Fitur ini digunakan oleh penggunanya untuk siaran video langsung, namun hanya bisa digunakan pada pengguna yang sudah memiliki 1000 followers pada akun TikTok pribadinya.<sup>41</sup> TikTok juga berisikan berbagai macam konten menarik. seperti, edukasi, video *challenge*, *make up* tutorial, lathi *challenge*, dan *challenge-challenge* lainnya serta dakwah dan sebagainya.<sup>42</sup>

8) Fitur Belanja

TikTok saat ini juga menyediakan fitur belanja, guna memudahkan kaum milenial untuk belanja, serta memudahkan brand atau bisnis kecil dalam mempromosikan bisnisnya.

---

<sup>41</sup><https://uptodatnews.com/610/fitur-tiktok-terbaru-2021-wajib-tahu-untuk-para-tiktokers.html>. Diakses 18 Maret 2022. Pukul 19.00 WIB.

<sup>42</sup> Amiril Hamzah dan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Dakwah di Masa Pandemi*, (Sukabumi: Cv Jejak, Anggota IKAPI, 2021), 4.

#### d. Konten TikTok

##### 1) Konten Hiburan

TikTok merupakan aplikasi untuk mencari hiburan yang unik dan menarik, beragam konten yang ada pada aplikasi TikTok untuk menghibur diri sendiri maupun menghibur oranglain.

##### 2) Bisnis

Aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai promosi bisnis atau brand, konten TikTok dapat digunakan untuk membentuk brand image yang bagus jika dimanfaatkan dengan baik.

##### 3) Konten edukasi

Konten edukasi berupa, DIY, tips and trik, memasak, belajar bahasa, *life hack*, *mix and match* dan sebagainya.

##### 4) Informasi

Informasi berupa berita terupdate yang sedang populer dimasyarakat.

##### 5) Konten Dakwah

Saat ini dakwah para *Dāi* banyak menggunakan aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya, hal ini karena aplikasi TikTok banyak digemari masyarakat, dakwah menggunakan aplikasi TikTok merupakan hal yang efektif serta memiliki sasaran yang tepat yakni anak muda.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>Sholihatul Atik Hikmawari, Luluk Farida, "Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang", Jurnal: AL-Ittishol, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 2 No.1, (2021), 5.

### 3. Tiktok Sebagai Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin, yakni "*medius*", bentuk jamak dari *median*, yang berarti perantara atau saluran (*channel*). Dalam ilmu komunikasi, media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang berasal dari komunikator (*Dāi*) kemudian disampaikan kepada komunikan (*Mad'u*) atau khalayak.<sup>44</sup> Media dakwah sebagai sarana komunikasi dan informasi dengan memberikan pengaruh penting dalam menyebarkan ajaran agama Islam ke seluruh penjuru dunia.

Dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk representasi serta visualisasi ajaran agama Islam di era digital, media sosial mampu memudahkan seorang *Dāi* dalam menyampaikan pesan dakwah Islam.<sup>45</sup> Media Dakwah digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah pada mitra dakwah, sehingga harus melihat kondisi masyarakat terkait pemilihan media yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini, agar memudahkan dalam menyampaikan pesan dakwah.<sup>46</sup>

Pada zaman dahulu pesan dakwah dilakukan dengan media yang terbatas oleh waktu serta hanya beberapa orang yang dapat menyampaikannya, namun semakin berkembangnya teknologi dan komunikasi semakin berkembang pula media dakwah saat ini salah satunya yakni media sosial TikTok. Diera yang serba canggih saat ini

---

<sup>44</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018), 146.

<sup>45</sup> Ridwah Rustandi, "Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam", *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, Vol. 3, No. 2, (2019), 88-89.

<sup>46</sup> *Ibid*, 147.

memberikan peluang serta tantangan bagi para *Dāi* untuk mengikuti arus perkembangan zaman yang ada dalam menyampaikan pesan dakwahnya, yakni menggunakan media berbasis online, sehingga dakwah yang disampaikan memberikan kesan efektif, hemat biaya waktu, tempat mudah tersebar keseluruh penjuru dunia dengan mudah, hal ini memberikan kemudahan kepada *Mad'u*> untuk mempelajari agama Islam, *Mad'u*> dapat dengan mudah dalam mengakses dakwah kapanpun dan dimanapun, serta dapat dengan mudah memilih materi yang diinginkan.<sup>47</sup>

Saat ini generasi millennial atau anak muda tidak dapat terlepas dengan media sosial, salah satunya yakni media sosial TikTok yang merupakan media sosial yang sedang tren diseluruh penjuru dunia. Hal ini menjadikan TikTok sebagai media yang tepat dalam menyebarkan ilmu, edukasi, serta menyampaikan pesan Islami atau pesan dakwah. Sehingga TikTok merupakan media sosial yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah terutama bagi generasi millennial, karena TikTok merupakan video pendek yang memiliki berbagai efek serta musik yang menarik, sehingga tidak membosankan bagi viewersnya.

TikTok menjadi daya tarik tersendiri bagi millennial dan dapat dilihat berulang-ulang, adanya *tranding* pada TikTok membuktikan bahwa TikTok merupakan media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat dalam mempromosikan ide, opini serta menyebarluaskan dakwah. Hal ini digunakan oleh seorang *Dāi* untuk mencapai sasaran dakwahnya, yakni anak muda, media sosial TikTok merupakan media yang dengan cepat

---

<sup>47</sup> Eko Sumadi, "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi", Jurnal: Stain Kudus, Vol. 4. No. 1 Juni (2016), 185.

tersebar serta dapat menjangkau *Mad'u* dengan sangat luas. *Dāi* dan *Mad'u* juga dapat berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar yang telah tersedia didalam akun media sosial tersebut dengan mengirim pesan singkat. Hal ini menandakan bahwa TikTok memberi ruang untuk berinteraksi bagi penggunanya, sehingga TikTok merupakan salah satu media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.<sup>48</sup>

#### 4. Teori Semiotika

##### a. Semiotika

Dalam bahasa Yunani semiotika berasal dari *semion* yakni “tanda” atau *seme* yaitu “penafsir tanda”. Semiotika merupakan ilmu yang membahas atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda (*sings*) merupakan basis dari seluruh komunikasi.<sup>49</sup> Secara terminologis, semiotika dapat dipahami sebagai ilmu yang mempelajari objek-objek secara luas, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.<sup>50</sup> Charles Saunders Peirce pada abad ke-19 dianggap sebagai penggagas semiotika modern. Ia memaknai semiotika sebagai suatu hubungan antara tanda (simbol), objek dan makna.<sup>51</sup>

Pendapat Preminger bahwa semiotika merupakan ilmu yang berhubungan tanda-tanda dan fenomena sosial yang ada dalam masyarakat atau budaya yang terdapat pada masyarakat merupakan

---

<sup>48</sup> Yulia Nafa Fitri Randani, Safrani, Dkk, “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial”, Op.cit, 578-580.

<sup>49</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 16.

<sup>50</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana Analisis Semiotika dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015),95.

<sup>51</sup> Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 33.

tanda-tanda. Semiotika mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki makna.<sup>52</sup> Jhon Fiske mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang membahas tentang tanda dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, dan bagaimana makna tanda dibangun ke dalam “teks” komunikasi atau studi tentang bagaimana tanda dari setiap jenis karya apapun dari masyarakat yang menyampaikan makna.<sup>53</sup>

b. Semiotika Roland Barthes

Pendapat Roland Barthes, semiotika yaitu bagaimana manusia (*humanity*) memaknai suatu hal (*things*). Memaknai dalam hal ini, makna tidak dapat disamakan dengan komunikasi, yang tidak hanya memberikan makna pada objek, tetapi juga menafsirkan kerangka objek yang terstruktur dari tanda. Dengan demikian Barthes melihat signifikasi atau makna sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi tidak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain diluar bahasa. Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai sebuah signifikasi. Dengan kata lain, segala hal tentang bentuk kehidupan sosial merupakan suatu sistem tanda itu tersendiri.<sup>54</sup>

Teori semiotika Roalnd Barthes didasarkan pada semiotika De Saussure. Menurut Roland Barthes bahasa dapat dipahami sebagai sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi masyarakat tertentu pada waktu tertentu. Fokus semiotika menurut Roland Barthes

---

<sup>52</sup>Ibid, 96.

<sup>53</sup>Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Bogo: Ghalia Indonesia, 2014), 2.

<sup>54</sup>Ibid, 26.

yakni pada gagasan signifikasi dua tahap (*two order of signification*) seperti dibawah ini:

**Tabel 1.1: Semiotika Roland Barthes**

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

(Sumber: Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*, PT Rosdakarya, 2006, 69.)

Peta di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4).<sup>55</sup> Denotasi merupakan sistem *signifikasi* tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan *signifikasi* tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan makna objektif, jelas, terusterang atau disebut dengan eksplisit, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif atau disebut dengan implisit.

Dalam kerangka Barthes, konotasi serupa dengan gagasan atau ide atau disebut dengan ‘mitos’, mitos berfungsi untuk mengungkapkan serta membenarkan nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Mitos merupakan suatu sistem pemaknaan tingkat kedua. Di dalam mitos terdapat sebuah pertanda dapat juga memiliki beberapa penanda. Pendapat Barthes mitos yakni bahasa, maka mitos merupakan sebuah sistem komunikasi dan mitos merupakan sebuah pesan. Barthes berpendapat bahwa mitos dalam pengertian ini yakni perkembangan dari konotasi. Konotasi yang sudah terbentuk lama di

<sup>55</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Op.cit, 69.

masyarakat itulah disebut mitos. Menurut Barthes mitos merupakan sebuah semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang ditafsirkan oleh masyarakat.<sup>56</sup>

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*liberary research*). Penelitian kepustakaan merupakan suatu penelitian pustaka yang secara bersamaan memanfaatkan sumber perpustakaan untuk mendapatkan data. Artinya, penelitian ini membatasi kegiatannya hanya melalui sumber-sumber data perpustakaan tanpa harus melakukan riset lapangan.

Penelitian kepustakaan tidak hanya sekedar urusan membaca dan menulis buku maupun literature yang seringkali dipahami banyak orang. Melainkan sekumpulan kegiatan yang mencakup metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat serta mengolah bahan penelitian.<sup>57</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada akun TikTok @Huseinjafar, dimana dalam pengerjaannya dilakukan secara riset kepustakaan tanpa harus melakukan riset lapangan.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kepustakaan. Karena sumber data dan hasil penelitian ini

---

<sup>56</sup> Akifah Puti Wilandra, Lucy Pujasari Supratman, "Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Potret Perjuangan Mahasiswa Pada Film "Di Balik 98", Jurnal e-Proceeding of Management: Vol.4, No.2, Agustus (2017), 8-9.

<sup>57</sup> Mestika Zed, Metode Penelitian Kepustakaan, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), h.3.

yaitu berupa deskripsi atau kata-kata, serta keabsahan data pada penelitian ini bersifat sementara (penelitian akan berkembang sesuai dengan keadaan yang ada dilapangan).<sup>58</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggali makna dari berbagai sumber yang ada pada akun TikTok @Huseinjafar, buku, jurnal, internet dan literatur yang relevan.

## **2. Data dan Sumber Data**

Sumber data yakni subjek data yang diperoleh dalam melakukan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan perpustakaan (*Library research*). Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber asli, pada penelitian ini, peneliti memperoleh data secara langsung dalam konten video pada akun TikTok @Huseinjafar.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang telah ada dan sudah terkumpul, berasal dari buku, internet, jurnal penelitian terdahulu yang relevan, serta informasi tentang media sosial TikTok yang berkaitan pada penelitian ini.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan mengamati konten video yang ada pada akun TikTok @Huseinjafar, kemudian pada penelitian ini peneliti melakukan observasi dan dokumentasi.

### **a. Observasi**

---

<sup>58</sup> Lexy J Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakrya, 2009), h-13.

Observasi pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan dengan menonton konten video pada akun TikTok @Huseinjafar secara langsung, serta mengamati dialog yang ada pada konten video pada akun TikTok @Huseinjafar, kemudian mencatat, memilih konten yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, kemudian menganalisis pesan dakwah yang ada pada akun TikTok @Huseinjafar.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mendapatkan informasi dengan menggunakan beberapa sumber resmi, berupa, buku, internet, jurnal dsb. Pada penelitian ini peneliti mencari sumber data yang berkaitan dengan akun TikTok @Huseinjafar, berupa dokumen, gambar hidup, foto dan lain-lain.<sup>59</sup>

#### **4. Analisis Data**

Teknik analisis data yakni mengumpulkan, kemudian mengelompokkan data yang sudah terkumpul, dan menelaah data yang ada, sehingga data yang telah diterkumpul dapat membentuk makna dengan menggunakan teori-teori, sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. pada penelitian ini, peneliti menyesuaikan data yang terkumpul kemudian menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis semiotika dengan teori Roland Barthes. Kemudian menguraikan beberapa konten video pada akun TikTok @Huseinjafar yang sesuai dengan rumusan masalah. Yakni dengan mencari makna

---

<sup>59</sup> Limas Dodi, “*Metode Penelitian*”,(Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 227.

denotasi, konotasi serta mitos pada konten video TikTok @Huseinjafar diantaranya:

- a. Denotasi, merupakan signifikasi pada tingkat pertama yang terdiri dari penanda dan pertanda, denotasi merupakan makna yang bersifat langsung, pasti, nyata dan sebenar-benarnya.
- b. Konotasi, yakni signifikasi tahap kedua, penandanya memiliki keterbukaan makna, tidak langsung dengan kata lain dapat berubah-ubah. Mitos, merupakan perkembangan dari konotasi yaitu, sebuah pesan yang mengandung suatu nilai yang terbentuk lama pada masyarakat dalam kurun waktu tertentu.<sup>60</sup>

## **5. Pengecekan Keabsahan Data**

Validitas atau keabsahan data yakni bertujuan untuk memperoleh kebenaran pada data penelitian, dalam penelitian, data merupakan hal yang penting dan harus ada, sehingga data yang dikumpulkan harus valid, benar dan sesuai antara konsep peneliti dengan hasil penelitian, agar penelitian tidak diragukan ke validannya, Sehingga diperlukan melakukan uji kredibilitas data. Uji kredibilitas yakni untuk mengukur kebenaran data dan menyesuaikan antara konsep peneliti dan hasil penelitian. Adapun strategi untuk menguji kredibilitas data:

- a. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dalam penelitian yakni untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan. Dalam peneliti ini, peneliti melakukan pengamatan atau observasi ulang pada konten

---

<sup>60</sup> Nawiroh Vera, *Semitika Dalam riset Komunikasi*, Op.cit, 28.

video pada akun TikTok @Huseinjafar, serta sumber-sumber yang baru, sehingga peneliti memperoleh data secara mendalam, lebih luas, sehingga data yang peneliti peroleh memiliki kepastian.

b. Meningkatkan Ketekukan

Peneliti melakukan pengamatan pada konten video pada akun TikTok @Huseinjafar, serta pengamatan pada sumber-sumber yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini, sehingga peneliti mendapatkan data yang valid dan memahami pesan dakwah yang terkandung dalam konten video pada akun TikTok @Huseinjafar.

c. Menggunakan Bahan Referensi

Peneliti mempelajari dengan detail data yang telah peneliti kumpulkan yang terdapat pada konten video akun TikTok @Huseinjafar, kemudian mengumpulkan hasil dari data dokumentasi yang berkaitan pada akun TikTok @Huseinjafar, serta referensi dari data sekunder yang berkaitan penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, maupun sumber lainnya serta kemudian yang berkaitan dengan pesan dakwah yang terdapat pada akun TikTok @Huseinjafar.<sup>61</sup>

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah kerangka dari penelitian yang memberikan petunjuk tentang apa yang akan dibahas dalam penelitian. sistematika pembahasan ini terdiri dari tiga bagian, yang meliputi bagian awal, bagian isi, dan kesimpulan.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Limas Dodi, *Motodologi Penelitian*, Op.cit, 264-269.

<sup>62</sup> Pedoman Penyusunan Karya Tulis Ilmiah, IAIN Kediri (2021), 56.

Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman moto, halaman pernyataan keaslian tulisan, halaman abstrak, halaman pedoman transliterasi, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar.

Bab pertama yakni, pendahuluan, berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan skripsi.

Bab kedua yakni berisi landasan teori. Dalam bab ini membahas gambaran umum profil Habib Husein Jafar, gambaran umum akun tiktok @Huseinjafar, gambaran umum konten pada video akun TikTok @Huseinjafar.

Pada bab ketiga yakni membahas analisis semiotika Roland Barthes, yang terdiri dari makna denotasi, konotasi dan mitos

Pada bab empat yakni pembahasan dari hasil penelitian dari video akun TikTok @Huseinjafar

Bab kelima merupakan penutup, pada bab ini, berisi kesimpulan, saran dan kata penutup. Setelah bab penutup terdapat pada bagian akhir yang meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

