

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

A. Saat ini konten-konten pembuat video telah banyak disebarluaskan di media sosial di berbagai negara termasuk Indonesia. Hal ini didukung oleh kemajuan kecepatan internet, sehingga konten video mudah untuk di unggah ke Internet. Salahsatunya pada media sosial Tiktok. Rahmawati (2018:1-3) Tiktok adalah aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi yang meramaikan industri digital di Indonesia.

Tiktok resmi diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membebaskan orang untuk membuat video musik sesuai keinginannya. Hal itu membuat media sosial Tiktok banyak disukai oleh masyarakat di Indonesia terutama di kalangan *millennials*, generasi Z dan anak-anak jaman sekarang. Aplikasi ini memberikan kesan unik dan menarik kepada penggunanya, selain memiliki dukungan musik yang banyak aplikasi Tiktok juga memberdayakan pikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten yaitu menjadikan media sosial sebagai tolak ukur baru bagi pembuatan konten *online* di seluruh dunia, khususnya di Indonesia.

Pada tanggal 3 Juli 2018, Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) memblokir aplikasi Tiktok di Indonesia. Komenkominfo selama sebulan mengamati penuh terhadap media sosial ini dan mendapati masuka negatif yang mengeluh tentang aplikasi ini. Terhitung sejak itu, masukan yang masuk mencapai 2853 masukan.

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara, banyak sekali video yang tidak mendidik khususnya untuk anak-anak. Dengan berbagai pertimbangan dan regulasi pada bulan Agustus 2018 aplikasi *Tiktok* bisa diunduh kembali. Salah satu regulasi yang disematkan adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.

Tahun 2020, *Tik Tok* kembali populer, dengan sebagian besar konten video mengandung nilai-nilai positif. Kebanyakan didalamnya mengandung nilai dakwah. Dakwah berarti menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Ini dapat dikomunikasikan secara pribadi atau kepada beberapa orang untuk melakukan perbuatan baik dan mencegah segala sesuatu yang tidak menyenangkan Allah dan Rasul-Nya. (Syamsudin, 2016:9)

Dimasa pandemi covid-19 saat ini sangat ramai diperbincangkan dan di pakai oleh banyak kalangan, tak luput dari penggunaan sang artis besar seperti, Inul daratista dan masih banyak lagi. Aplikasi ini yang dulunya sempat diblokir oleh kominfo karena sempat heboh pada tahun 2018 dan dinilai kurang baik oleh masyarakat. Dikutip dari *Pikiran-Rakyat.com* dari *Japan Today*, *Tiktok* menjadi pusat perhatian karena orang-orang memiliki banyak waktu luang di rumah untuk menghindari penyebaran COVID-19.

Ada berbagai macam permainan didalamnya termasuk video challenge, makeup tutorial, lathi challenge dan masih banyak lagi. Mereka berlomba- lomba membuat video serupa demi kepuasan dan kesenangan mereka. Dari semua yang menggunakan *tiktok* untuk bergoyang-goyang dan memperlihatkan aurat disini ternyata ada pengguna *tiktok* yang

memasukkan dakwah islam didalamnya. Tiktok menjadi aplikasi yang digemari oleh banyak orang. Kebanyakan orang beranggapan bahwa pengguna tiktok adalah kumpulan orang-orang lebay, alay, berjoget-joget ria atau bahkan wanita yang memamerkan kemolekan tubuhnya dengan iringan musik.

Namun beberapa bulan ini ada “fenomena baru“ di dunia pertiktokan. seorang gadis milenial bernama Indah Ramadani asal Riau berhasil menjadikan Tiktok yang selama ini memiliki kesan negatif menjadi positif karena lahan dakwahnya yang sangat subur. Dengan banyaknya minat pengguna Tiktok, ia mendapatkan banyak respon yang baik. Disini Indah memperlihatkan bahwa penggunaan tiktok bukan hanya sekedar goyang atau hal lainnya namun bisa kita gunakan dengan berbagi ilmu pengetahuan terutama dalam islam, sharing tentang pengalaman buruk, isi hati yang kotor serta pikiran yang selalu insecure tidak mau bersyukur.

Indah Ramadani berhasil memiliki 1,2 juta pengikut di Tiktok. Ia menjadikan akun tiktoknya @indahrama_ alat penyebaran dakwah keislaman. Video-videonya seringkali berhasil menembus beranda utama Tiktok (FYP).

Isi dakwah merupakan hal penting yang terdapat pada rukun dakwah. khatib tidak dengan dakwahnya bagaikan kapal tak bernakhoda. Tidak ada kepekaan yang justru terletak pada pesan yang menyampaikan titik temu rasa. Pesan ajakan harus menjadi salah satu komponen terpentingnya, dan tujuan utamanya adalah ketika pembicara

mendengarkan ceramah kahatib.

Pesan dakwah menurut Moh. Ali Aziz yakni simbol-simbol pesan. Dalam Arabik literatur, petuah dakwah diistilahkan sebagai maudlu al da'wah. isi dakwah rangkaian kata, gambar, dan sebagainya diharapkan dapat merubah sikap perilaku pendengar dakwah (Aziz, 2004:318).

Tabligh merupakan strategi dalam berdakwah. Makna tabligh dimuat pada Arabic literature yakni balagha, yubalighu yakni menyampaikan. Arti dari menyampaikan tersebut yaitu memberikan pesan dakwah tentang ajaran islam yang berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist.

Khitabah merupakan strategi berdakwah yang populer. Khitabah berasal dari kata Khathaba, yakhtubu, khutaban berarti berpidato, berkhitabah, bercakap-cakap, meminang atau melamar. Menurut W.J.S. Poewardarmita menjelaskan khithabah adalah pidato yang berisikan tentang ajaran islam melalui sebuah nasihat ataupun pengajaran (Tata Sukayat, 2009: 92).

Maka dalam konteks ini pesan khithabah yang digambarkan berupa materi yang berisi dapat dibuktikan melalui video-video Tiktok yang di unggah pada akun Tiktok Indah Ramadani. Tentang apa saja pesan Khitabah yang terkandung dalam isi yang diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mad'unya, yaitu: followersnya. Fokus penelitian ini yakni pesan khithabah yang disampaikan Indah Ramadani melalui video- video tiktoknya karena Indah berperan sebagai salah seorang pengguna

media sekaligus da'i. Video Tiktok sebagai media dakwah dan konten sebagai isi pesan dakwahnya. Oleh karena itu, dalam menyesuaikan teori, para peneliti memeriksa video Tiktok menjadi media dakwah dengan metode deskriptif pesan khithabah pada akun Tiktok Indah Ramadani.

Berdasarkan uraian dan pembahasan asli di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan pembahasan yang semakin mendalam yang akan dijadikan sebagai pembahasan skripsi dengan judul **“PESAN KHITHABAH MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN @indahrama_.”**

Fokus Penelitian

B. Fokus masalah penelitian ini adalah: “Kajian fokus pada fenomena khithabah dan pesan khithabah melalui media sosial Tiktok pada akun Indah Ramadani”. Dalam penelitian ini, pertanyaan penelitian diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana merencanakan khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama_?
2. Bagaimana melaksanakan khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama_?
3. Bagaimana evaluasi khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama_?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang akan dikaji, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana merencanakan khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama_.
2. Untuk mengetahui bagaimana melaksanakan khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama_.
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi khithabah melalui media Tiktok pada akun @indahrama?

D. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Kegunaan Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan keilmuan dibidang khithabah dan teknologi komunikasi, dan memperkaya pengetahuan mengenai penyebaran pesan khithabah melalui media sosial. Serta dapat mengetahui makna pesan khithabah melalui media sosial Tiktok yang positif.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai khithabah melalui media sosial, juga diharap menjadi referensi untuk pengetahuan pesan khithabah selanjutnya.

E. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

Teori Harold Lasswell, diasumsikan bahwa dalam proses komunikasi

ada komunikator yang mengirimkan pesan kepada komunikan yang menimbulkan respon balik yang menghasilkan komunikasi yang efisien. Model Lasswell sering diterapkan dalam bidang komunikasi banyak arah. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi dapat menyebarkan informasi di beberapa saluran. Unsur yang memberikan rangsangan bagi penyebaran dan pengendalian pesan oleh komunikator (siapa), dan unsur yang menunjukkan pesan atau isi yang akan ditransmisikan selanjutnya (what to say) (di saluran mana) adalah saluran atau media untuk menyebarkan pesan Komunikasi (kepada siapa) tentu saja kepada khalayak atau komunikator (efek apa) pesan yang disampaikan akan menimbulkan efek apa (Mulyana, 2008: 148). Oleh karena itu, hubungan teori Harold Lasswell menjabarkan kriteria khithabah tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi. Jalannya khithabah memiliki proses yang sama dengan komunikasi. Artinya, khithabah juga memiliki pesan atau materi yang disebut (mukhatab) juga maudu. Media atau saluran disebut dengan uslub, penerima pesan yaitu komunikator (mad'u), dan terakhir pengaruh atau efek.

b. Kerangka Konseptual

Pesan adalah salah satu elemen utama dari aktivitas dakwah. Tanpa pesan, dakwah tidak ada artinya. Sebuah pesan dapat mempengaruhi perasaan seseorang, bahkan dapat membuat seseorang menjadi radikal (Basit, 2013: 139). Menurut Abdul Basit (2013: 140), istilah pesan dakwah memiliki tiga aspek yang saling terkait. *Pertama*, pesan dakwah menjelaskan beberapa kata dan imajinasi tentang dakwah yang diungkapkan dalam perkataan. Kedua,

pesan dakwah berkaitan pada apa yang di rasakan penerima. Ketiga, penerimaan pesan dakwah dilakukan oleh mad'u.

Tablig adalah sebagian bentuk komunikasi dakwah lewat media massa ataupun media mimbar dengan objek dakwah orang banyak (Sukayat, 2015: 33). Tablig terdiri atas tiga jalur, yaitu khitobah yang secara sederhana dapat diartikan pidato, kitabah yaitu menyampaikan nilai-nilai Islam melalui tulisan, dan I'lam yaitu proses dakwah menggunakan media. Berdasarkan pendekatan ilmu dakwah, dimensi tablig terbagi ke dalam 5 (lima) unsur utama di dalam proses pelaksanaannya, yaitu pelaku tablig (muballigh), objek tablig (muballagh), materi tablig, media tablig, dan metode tablig.

Mubalig adalah subjek tablig atau seseorang yang menyampaikan kalam Islam. Mubalig memiliki peranan penting dalam keberhasilan kegiatan tabligh. Dilihat dari jenisnya, mubaligh terbagi ke dalam empat jenis, yaitu sebagai leader, mujahid, objek, dan pembawa misi. Adapun karakteristik yang mesti dimiliki mubaligh adalah pemahaman yang mendalam, keimanan yang teguh, dan hubungan erat dengan Allah SWT. Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada komunikan. Jenisnya berdasarkan gaya komunikasi, komunikator terbagi atas *the controlling style*, *the qualitarian style*, *the structuring style*, *the dynamic style*, *the relinquishing style*, dan *the withdrawal style*. Karakteristik seorang komunikator agar mencapai komunikasi yang mengena harus memiliki kepercayaan, daya tarik, dan kekuatan.

Sarana komunikasi yang banyak digunakan saat ini yaitu melalui

media sosial, bahkan masyarakat di pelosok pun dapat merasakan manfaat dari media sosial semacam ini. Media sosial memfasilitasi Pengguna dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial berbasis internet semacam ini merupakan pendorong globalisasi informasi dan dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat. Dalam perkembangannya, media sosial telah muncul dalam berbagai aplikasi yang mudah diakses dan digunakan, seperti *Facebook, Twitter, Line, Instagram, Messenger, Telegram, Tiktok*, dll. Seiring dengan munculnya sejumlah aplikasi baru, pengguna sering meninggalkan aplikasi lama.

Tik Tok merupakan aplikasi yang bisa memberikan dampak positif ataupun negatif bagi penggunanya. Melalui *fiture* musik dan video, Tik Tok mendukung penggunanya untuk menampilkan berbagai performa seperti tarian, gaya bebas, atau pun kreatifitas lainnya.

memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creatore.

c. Hasil Penelitian yang Relevan

Untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini, peneliti

menyajikan beberapa penelitian serupa terkait dengan penelitian, antara lain :

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<i>Model Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram : Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Desain Grafis Akun Official @kartun.muslimah.</i>	Hasil penelitian diketahui akun instagram @kartun.muslimah memposting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Adapun penyajian pesan dakwahnya diketahui berdasar dengan objek dan teksnya dan adapula yang berdasar dari teksnya saja, diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi dilihat dengan dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode dakwah khitabah melau media sosial ▪ Jenis Penelitian deskriptif pendekatan kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media sosial yang digunakan penelitian terdahulu media sosial Instagram dan Tiktok ▪ Penyampai an khitabah melalui konsep desain grafis tidak dengan audio visual

		(Balance) dan kesatuan (Unity). Selain itu peneliti juga menganalisis makna materi dakwah.		
2	<i>Pengaruh Kegiatan Muhadharah Terhadap Kemampuan Khitabah Santri (Penelitian di Pesantren Tahfizh Al-Qur'an Bina Insan Mulia Al-Mawahib Desa Ciluncat, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung).</i>	dalam penelitian ini bahwa kegiatan muhadharah mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kemampuan khitabah santri diukur dari hasil perhitungan koefisien korelasi antar dua variabel tersebut berada di angka 0,0645. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan kemampuan khitabah santri Pesantren Tahfizh Al-Qur'an Bina Insan Mulia Al-Mawahib. Maka dari itu, kegiatan muhadharah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode dakwah yang digunakan yakni metode khitabah ▪ Metode yang digunakan metode peneitian deskriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyampai an khitabah tidak melalui media sosial ▪ Penyampai an khitabah dilakukan dalam kegiatan muhadharah

		menjadi salah satu metode pembelajaran yang efektif untuk meningkatkan kemampuan santri dalam berdakwah dengan cara bil-khitabah.		
3	Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran	Penelitian ini mendiskripsikan bahwa perkembangan media sosial YouTube memberikan pola baru komunikasi para pendakwah dan guru. YouTube adalah media paling strategis, yang memuat konten video untuk menyebarkan informasi sebagai seni berkomunikasi dengan melibatkan para pengguna. Kebiasaan masyarakat di era revolusi industri	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyebaran dakwah melalui media sosial ▪ Media sosial sebagai media pembelajaran ▪ Penyampaian khitabah melalui konsep video, audio visual 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media sosial yang digunakan YouTube sedangkan yang peneliti pakai media sosial Tiktok

		4.0 mengubah pola komunikasi untuk mendapatkan informasi daring (dalam jaringan). Melalui kata kunci tertentu pengguna YouTube bisa memperoleh informasi yang diinginkan.		
4	DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi	Artikel ini membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Secara mendasar, dakwah meliputi isi (esensi) dan cara (metode). Isi (materi) memang harus disampaikan sesuai dengan sumber normativitas agama, namun juga dituntut adanya kontekstualisasi. Media sosial dinilai efektif sebagai	▪ Penyebaran dakwah melalui media sosial	▪ Metode penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kepustakaan bukan metode deskriptif kualitatif

		<p>sarana berdakwah. Namun, berdakwah melalui media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan</p>		
5	<p>Tabligh Melalui Media Sosial LINE (Studi Deskriptif pada akun Official “Dunia Jilbab”)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses tabligh di media sosial LINE dibagi menjadi empat komponen dasar yaitu mengetahui sumber komunikator/mubaligh, mengetahui sumber pesan, mengetahui channel atau saluran yang digunakan dan receiver/muballagh .</p> <p>Komponen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode yang digunakan yakni metode deksriptif kualitatif ▪ Penyebaran khatabah dilakukan melalui media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media sosial yang digunakan Line bukan Tiktok ▪ Pesan tabligh disampaikan melalui gambar dan quotes bukan melalui audio visua, video

		<p>tersebut dilalui secara bertahap dan menghasilkan sebuah respon berupa Likes dan Comment.</p> <p>Kelebihan dan kekurangan tabligh di media sosial LINE adalah segala sesuatu yang menunjang atau menghambat tabligh melalui media sosial LINE.</p> <p>Strategi pemanfaatan media sosial LINE sebagai media tabligh yaitu dengan menggabungkan dua metode dakwah online dan dakwah tatap muka. Hal ini agar lebih efektif.</p>		
6	Dakwah melalui Instagram	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konstruksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metaode penelit mengguna 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Sosial yang digunakan

	<p>(Studi Deskriptif Pesan Dakwah Kitabah dalam Quote Instagram @tausiyahku_ Periode Bulan Oktober 2017).</p>	<p>pesan dakwah pada akun @tausiyahku_. Pesan dakwah yang disiapkan berasal dari pengelola akun, dan disebarakan secara merata di media sosial dan buku. Kategori pesan dakwah aqidah berjumlah 13 quote, membahas mengenai keimanan kepada Allah, dan iman kepada qodo dan qodar Allah. Pesan dakwah syariah dengan jumlah 9 quote, membahas mengenai hubungan antara manusia dengan Tuhan dalam hal beribadah kepada Allah. Pesan dakwah akhlaq dengan jumlah 28 quote, membahas</p>	<p>kan metode deskriptif kualitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyampaian khitabah melalui konsep audio visual dan video ▪ Materi yang diberikan bersumber dari Al Quran, Hadist, dan Pendapat para ulama 	<p>Instagram bukan Tiktok</p>
--	---	--	--	-------------------------------

		<p>mengenai akhlaq yang baik kepada sesama manusia. Interaksi antara pengelola akun @tausiyahku_ dan followers, terjadi dengan adanya like dan comment yang jumlahnya beragam. Followers memberikan tanggapan terhadap pesan dakwah yang diunggah, kebanyakan memberikan komentar berupa kalimat setuju akan pesan dakwah yang diunggah akun @tausiyahku_.</p> <p>Seperti kata InshaAllah, Subhanallah, MasyaAllah, Aamiin dan Alhamdulillah.</p>		
--	--	---	--	--

F. Langkah-langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini tidak dilaksanakan khusus di tempat-tempat tertentu, dikarenakan bukan penelitian yang bersifat lapangan, peneliti menggunakan platform konten Tiktok pada akun Tiktok @indahrama_.

b. Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu pesan khithabah dapat diterapkan melalui konten-konten Tiktok yang di dalamnya mendeskripsikan setiap konten unggahan tentang khithabah pada akun Tiktok @indahrama_.

Adapun paradigma yang akan digunakan yaitu paradigma Konstruktivisme yang memandang bahwa kebenaran adalah suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu sosial bersifat relatif.

c. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan oleh penulis, yakni metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan suatu kondisi yang terjadi pada saat sekarang (Sujana dan Ibrahim, 1989:65). Karena dalam penelitian deskriptif, peneliti tidak melakukan manipulasi data yang sudah jelas tertera saat kejadian yang terjadi. Tujuan metode deskriptif yakni menggambarkan secara runtun kejadian atau karakteristik secara faktual.

d. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan yakni kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis ataupun lisan dari orang dan perilaku yang diamati (Bodgan dan Taylor:2009). maka dari itu poin pertanyaan yang diberikan agar tidak terhindar dari data yang tidak benar. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber utama dari penelitian kualitatif (Melong J Lexy,2002:112). Jenis data pada penelitian ini yaitu penyampaian khithabah dalam media Tiktok. Jenis data yang digunakan telah tertuju dengan rumusan masalah peneliti yang mengacu kepada objek penelitian dan jika berdasarkan sifat jenis data yang telah tersedia.

2) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konten-konten yang di unggah di media Tiktok pada akun @indahrama_. Adapun beberapa da'i Tiktok yang viral lainnya diantaranya Ustad Syam, Zahra Hashimee, Husain Basyaiban, Indah Rahmadani, @hafiddddd, @thenameisbil, @dinda_ibrahim, @asyu.asy, @ghoniyyun, @angger_sy, dan masih banyak lagi.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diajukan sebagai salah satu rujukan berupa referensi yang relevan dengan topik penelitian diantaranya

seperti Aplikasi Tiktok, website, blog, Jurnal, buku dan lain-lain. Data ini sangat penting untuk memperkuat data primer. Referensinya berada pada konten-konten yang di unggah pada akun Tiktok @indahrama_”. Buku Hafied Cangara “Pengantar Ilmu Komunikasi.” Buku Tata Sukayat “ Ilmu Dakwah”. Buku Deddy Mulyana “Ilmu Komunikasi”. Buku Moh Ali Aziz “Ilmu Dakwah”. Buku Wahyu Illahi “Komunikasi Dakwah”. Jurnal “Ilmu Dakwah” Komunikasi dan Penyiaran UIN Bandung.

e. Penentuan Informasi

1. Informasi dan Unit Analisis

Dalam penelitian ini informasi yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menonton video yang di unggah pada akun Tiktok @indahrama_ dengan meneliti isi video khithabah di akun Tiktok @indahrama_.

2. Teknik Penentuan Informasi

Dengan mengumpulkan data dokumentasi dan observasi yang memusatkan pada satu objek penelitian yang melibatkan seluruh alat indera.

f. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan guna mendapatkan data yang relevan diantaranya:

1. Membaca

Membaca mengandung beberapa pengertian yakni

Melihat dan memahami isi tulisan, ejaan atau pengucapan isi tulisan, pengucapan, mengetahui, menebak, menghitung, memahami. (Kelompok Penyusunan Kamus, Kamus Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Jakarta: Balai Pustaka, 1994:72). Kajian ini bermaksud memahami semua referensi, melihat dan memaknai cara menyampaikan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok @indahrama_.

2. Mencatat

Mencatat berarti menulis sesuatu di buku untuk dikenang. Tuliskan apa yang orang lain tulis atau katakan; salin dan catat dalam daftar, raih atau raih hasil kemenangan. Penyisipan suara, pidato dalam *recorder* (Ibid hal 174). Mencatat dalam penelitian ini yakni mencatat data-datapenting yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian.

3. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang menjadi fokus penelitian (Saidah, 2015:87). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi terhadap kalimat atau kata-kata yang ada dalam konten Tiktok @indahrama_ untuk memperoleh data.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen berupa buku catatan, arsip surat-surat jurnal, laporan..penelitian dan lain-lain (Ibid hal 91). Teknik dokumentasi dalam

Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dua data yang mengenai hal yang berupa dengan catatan transkrip, surat kabar dan selanjutnya mencari juga mengumpulkan teori yang ada kaitannya dengan penelitian.

5. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti, seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan seorang yang di asumsikan mempunyai informasi langsung dari narasumbernya. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara online melalui whatsapp.

g. Teknik Pengumpulan Keabsahan Data

Dalam melakukan suatu keabsahan data dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data yang dapat meliputi sumber berupa data dalam konten-konten khithabah yang di unggah pada akun Tiktok @indahrama_.

Triangulasi merupakan Gunakan hal-hal lain untuk memeriksa keabsahan data. Selain data digunakan dalam pemeriksaan data tersebut. Teknologi tersebut digunakan dalam menghadapi perbedaan konstruksi realitas dalam konteks penelitian selama pengumpulan data, sehingga data yang terkumpul dapat mengkoordinasikan makna dari sudut pandang yang berbeda. (Moleong, 2011:330).

h. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara

sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2015:244).

Reduksi data pada penelitian kualitatif memiliki makna pengolahan data yang diawali dengan editing, koding hingga tabulasi data (Bungin, 2012:70).

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni yang utama melakukan pengelompokan data yaitu memeriksa semua data yang terkumpul kemudian mengkategorisasikan data sesuai dengan jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Selanjutnya reduksi data merupakan rangkuman pemaparan yang diambil dari data-data pokok. Kemudian langkah terakhir adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan pada penelitian kualitatif bisa saja tidak sesuai dengan hasil hipotesis pertama karena penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan kemungkinan akan berkembang untuk menghasilkan jawaban dari rumusan masalah yang ada (Sugiyono, 2015:252).

