

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi pada jaman sekarang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia karena perkembangnya teknologi saat ini disebabkan oleh dorongan dari manusia yang ingin berinteraksi dan mencari informasi dengan cepat dan mudah seiring dengan kebutuhan manusia, salah satunya jejaring sosial media. Segala bentuk informasi dapat dengan mudahnya diakses karena internet telah memberikan fasilitas yang lengkap dan praktis untuk memudahkan penggunaannya.

Adanya media *internet*, manusia dengan mudahnya mendapatkan informasi, menjelajah dunia, bahkan berkomunikasi dengan siapapun, dimanapun meski jaraknya jauh. Dengan *internet* kehidupan manusia bisa menjadi mudah. Di dalam *internet* terdapat berbagai macam informasi mulai dari teks, gambar, video, suara, musik dan lain-lain. Di dalam internet juga, seseorang bisa melakukan pencarian (*searching*), berkomunikasi (*chatting*), atau mengirim sesuatu bisa tulisan, gambar foto dan sebagainya (*posting*). Dengan adanya *internet*, manusia lebih sering berkomunikasi menggunakan *internet* sehingga terbentuklah media sosial.

Media sosial adalah media yang menjadi tempat untuk berbagi atau kerja sama antara penggunanya sehingga menghasilkan sebuah isi atau konten (Nasrullah, 2015: 11). Munculnya media sosial ini untuk menghubungkan orang-orang yang berasal dari seluruh belahan benua. Menurut majalah BCC (edisi Januari 2016), Media sosial populer pertama di Indonesia adalah *friendster*.

Media sosial *friendster* muncul pada tahun 2002 dan digunakan oleh anak muda saat itu untuk berkenalan atau mencari jodoh. Setahun kemudian muncul beberapa media sosial lain seperti *Youtube*, *Myspace* dan *Flickr*. Namun tetap *friendster* menjadi media favorit pada saat itu.

Masih menurut sumber yang sama, tahun 2006 *friendster* mulai tergeser oleh media sosial *Facebook* dengan tampilan yang menarik, mudah dan modern yang memungkinkan penggunaannya berbagi status atau pesan, gambar dan juga berkenalan dengan orang yang lebih luas. Memasuki tahun 2009, media sosial *twitter* muncul mengikuti *Facebook*. *Twitter* muncul dengan memiliki kelebihan unik dari media sosial lainnya yaitu menggunakan sistem *follow-unfollow* (mengikuti-tidak mengikuti). Dengan sistem ini komunikasi dengan orang yang tidak dikenal lebih dibatasi.

Pada September 2016 muncul media sosial baru bernama TikTok juga dikenal sebagai Douyin, adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri (wikipedia.com).

Menurut Kumparan (edisi Februari 2020) aplikasi TikTok yang kita kenal seperti sekarang awalnya tidak muncul sebagai TikTok. Pada September 2016, perusahaan asal China, ByteDance meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, Douyin melakukan ekspansi ke luar China dengan nama baru yang lebih eye-catching, yakni TikTok.

Masih menurut sumber yang sama , Tiktok telah populer di semua kalangan masyarakat Indonesia, termasuk figur publik. Tiktok merupakan media sosial untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. Tiktok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video berdurasi 30 detik.

Platform media sosial Tiktok merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunaannya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini, mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreatifitas dan membebaskan ekspresi mereka. Tiktok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Berdurasi kurang lebih 30 detik, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Didalamnya terdapat Special effects seperti efek shaking and shivering pada video dengan electronic music, merubah warna rambut, 3D stickers, dan properti lainnya. Sebagai tambahan, kreator dapat lebih mengembangkan bakatnya tanpa batas hanya dengan memasuki perpustakaan musik lengkap Tiktok.

Dengan kegunaan yang bermacam-macam, Tiktok memiliki kekurangan dan kelebihan. Menurut Kompasiana.com, kelebihan Tiktok yaitu, Sebagai salah satu aplikasi yang dapat mendorong kreativitas seseorang dalam membuat suatu karya, Aplikasi untuk mengekspresikan kreativitas khususnya dalam pembuatan

video, Aplikasi Tik Tok sendiri merupakan platform untuk membuat video dengan efek spesial dan unik dengan mudah. Tik Tok juga menyuguhkan berbagai macam musik untuk latar video, sehingga penggunanya dapat menciptakan video yang lebih menarik, Aplikasi tiktok ini juga berbasis video dan musik, dan dapat melati diri remaja atau anak anak untuk mengasah skill editing video, memberikan informasi-informasi penting lainnya dan juga berdakwah, untuk konten-konten yang lebih bermanfaat. Adapun kekurangannya yaitu, Secara tidak langsung, tiktok menjadi penyebab generasi remaja untuk suka bergoyang ria, Terdapat banyak video yang tidak pantas menjadi contoh yang tidak baik bagi perilaku remaja dan anak jaman sekarang, Seseorang menjadi terlalu kreatif demi video yang lucu dan menarik sehingga tidak mampu menilai mana yang pantas dan mana yang tidak.

Maka dari itu dakwah harus bersifat dinamis artinya dakwah terus berkembang dan mengikuti perkembangan zaman apalagi di kalangan kaum millennial (remaja) yang masih labil dalam setiap tindakannya. Tentu metode dakwah yang digunakan untuk generasi muda harus kreatif dan inovatif mengikuti perkembangan kemajuan teknologi pada masa sekarang agar kaum remaja tertarik untuk mengikutinya.

Agar dakwah tidak dipandang sebagai suatu hal yang kuno yang rata-rata disampaikan kepada orang dewasa maka bagaimana caranya mengemas dakwah agar dapat tersampaikan pula kepada kaum remaja, dan Tiktok adalah salah satu media untuk menyampaikannya. Karena tentu remaja masa kini aktivitasnya pasti tidak terlepas dari media sosial terutama Tiktok yang saat ini

sangan di gandrungi. Fasilitas Tiktok cukup memadai untuk digunakan sebagai media dalam berdakwah, aktivis dakwah bebas memilih dengan visual atau bahkan audio visual untuk menyampaikannya.

Alasan memilih Tiktok sebagai media yang tepat digunakan untuk berdakwah salah satunya karena Tiktok tidak hanya digunakan oleh kaum remaja saja, tapi juga tak mengenal batas usia. Banyak ibu-ibu, bapak-bapak, orang dewasa, bahkan anak-anak yang mengenal Tiktok, jadi dakwah dapat tersampaikan kepada seluruh kalangan juga.

Husain Basyaiban adalah anak muda yang senang mempelajari ilmu agama yang menggunakan Tiktok sebagai media dakwah. Husain Basyaiban lahir di Madura, dia belajar ilmu agama dari orang tuanya sendiri, sejak kecil sampai sekarang orang tua husain selalu mengajari husain ilmu agama, untuk pendidikan formal husain adalah seorang Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya. Salah satu orang yang menginspirasi husain membagikan ilmu agama di media sosial adalah seorang instagramer bernama Umar ali odah dengan user name Instagram @Bin_odahx.

Husain Basyaiban yang mempunyai Akun Tiktok@basyasman00 memiliki sekitar 2 juta pengikut dan terus bertambah. Setiap *postingannya* di Tiktok mengandung materi-materi tentang dakwah yang terdapat dalam *postingan* vidionya. Selain itu juga bahasa yang ringan dan menarik membuat para remaja mengikuti Akun ini, maka tak heran Aku Tiktok @basyasman00 memiliki *followers* yang terus bertambah.

Di dalam kegiatan dakwahnya berupa ajakan untuk menyikapi fenomena

fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dari sudut pandang Islam. Saat ini dakwah beliau diminati semua kalangan karena dakwahnya mengikuti zaman dan penjelasan dakwahnya jelas tentang masalah hidup dari sudut pandang Qur'an dan Al-hadits, maka dari itu penulis meneliti tentang akun Tiktok @basyasman00. Adapun contoh *postingannya* di Tiktok @basyasman00 sebagai berikut :



Gambar 1.1

Akun Tiktok Husain Basyaiban

(Diposting pada Kamis, 14 Juli 2020)

Pada *postingan* diatas terlihat bahwa ada sekitar 180.000 orang lebih memberi *like* atau suka pada *postingan* vidio Tiktok Husain Basyaiban dan ada sekitar 1783 tanggapan atau komentar terhadap *postingan* vidio tersebut. Hal ini menandakan bahwa banyak pengguna aktif yang antusias kepada Tiktok Husain Basyaiban.

Penelitian ini mengambil isi pesan *posting-an* Tiktok Husain Basyaiban dengan *Username* @basyasman00 diantaranya ada tiga pertimbangan. *Pertama*, meskipun Tiktoknya adalah milik pribadi bukan khusus untuk dakwah, namun banyak pesan dakwah yang ia sampaikan melalui Tiktoknya. Sehingga Husain Basyaiban mempunyai jumlah pengikut Tiktok yang banyak. *Kedua*, Husain Basyaiban merupakan seorang remaja yang gemar belajar ilmu agama dan berani membagi ilmunya di media sosial untuk berdakwah. *Ketiga* karena pembawaan materi yang ringan dan mudah dipahami sehingga semakin hari pengikut di Tiktoknya bertambah.

Dari fenomena diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Dakwah di Media Sosial (Analisi Isi Pesan Tabligh pada Akun Tiktok @basyasman00 Periode Mei 2020)”**

A. Fokus Penelitian

1. Apa kategori pesan dakwah pada akun @basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020?
2. Bagaimana bentuk pesan dakwah yang terdapat pada akun @basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020?
3. Bagaimana himbauan pesan dakwah yang terdapat pada akun @basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut dan judul yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui kategori pesan dakwah pada akun

@basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020

2. Untuk mengetahui bentuk pesan dakwah yang terdapat pada akun

@basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020

4. Untuk mengetahui himbauan pesan dakwah yang terdapat pada

akun @basyasman00 di Media Sosial Tiktok Periode Mei 2020

C. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sesuatu yang baru terhadap konsep berdakwah. Dan memberikan sumbangan pemikiran pengetahuan sebagai informasi ilmiah terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu dakwah dari segi digital dan media social yang saat ini sedang digandrungi.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna kepada para *da'i* dan yang ingin berdakwah melalui media sosial khususnya Tiktok, Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sehubungan zaman milenial ini yang serba digital.

D. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam membuat penelitian ini, penulis sebagai peneliti telah mengkaji beberapa contoh skripsi terdahulu dan sebuah jurnal ilmiah. Yang mana, kasus

penelitian yang sedang diteliti hampir sama. Antara lain :

No	Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode	Perbedaan	Persamaan
1	Dakwah Di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif pada Channel Youtube Akhyar TV Milik Ust. Adihidayat., Lc., MA)	<p><i>Pertama</i>, Bagaimana peran admin pada akun Youtube Akhyar TV?</p> <p><i>Kedua</i>, Bagaimana metode dakwah Ust. Adi Hidayat di Media Sosial Youtube Akhyar TV?</p> <p><i>Ketiga</i>, Bagaimana pesan dakwah yang terdapat pada akun Youtube Akhyar TV?</p>	Kualitatif	Dari segi objek yang di ambil dan media yang digunakan.	Dakwah di media, memakai metode yang sama dan fokus penelitian mengandung pesan dakwah juga.
2	INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH ERA MILENIAL (Studi	<p><i>Pertama</i>, Bagaimana pesan dakwah pada <i>Caption</i> Instagram @felixsiauw?</p>	Kualitatif	Dari segi objek yang di ambil dan media yang digunakan.	Dakwah di media, memakai metode yang

	<p>Deskriptif Pesan Dakwah dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017)</p>	<p><i>Kedua</i>, Bagaimana sifat penyampaian pesan dakwah pada <i>Caption</i> Instagram @felixsiauw?</p> <p><i>Ketiga</i>, Apa saja isu atau topik yang ada dalam pesan dakwah pada <i>Caption</i> Instagram @felixsiauw?</p>			<p>sama dan fokus penelitian mengandung pesan dakwah juga.</p>
3	<p>Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik tentang Peranan “Meme” sebagai Media Tabligh (Studi Deskriptif tentang Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami di Media Sosial Instagram).</p>	<p><i>Pertama</i>, Apa hakikat meme secara ilmiah?</p> <p><i>Kedua</i>, Bagaimana proses interaksionisme simbolik antara pembuat meme dan pembaca?</p> <p><i>Ketiga</i>, Bagaimana optimalisasi tabligh melalui media</p>	Kualitatif	<p>Dari segi objek yang di ambil dan media yang digunakan.</p>	<p>Dakwah di media, memakai metode yang sama juga yaitu kualitatif</p>

		meme yang dijadikan media tabligh?			
4	INSTAGRAM @PENDOSAHEB AT.ID: Media penyajian pesan dakwah antara keluasan dan kedangkalan isi pesan.	<i>Pertama,</i> Bagaimana bentuk penyajian pesan dakwah dalam akun Instagram @pendosahebat.id? <i>Kedua,</i> Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyajian pesan dakwah pada akun @pendosahebat.id dan dampaknya terhadap isi pesan dakwah?	Kualitatif	Dari segi objek yang di ambil dan media yang digunakan.	Dakwah di media, memakai metode yang sama juga yaitu kualitatif dan fokus penelitian mengandung penyajian pesan dakwah juga.
5	Pesan dakwah pada media sosial: studi analisis semiotika Roland Barthes dalam video akun	<i>Pertama,</i> Makna denotasi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram	Kualitatif	Dari segi objek yang di ambil dan media yang digunakan.	Dakwah di media, memakai metode yang sama juga

	Instagram @nunuzoo Periode 2018.	@nunuzoo <i>Kedua, Makna</i> konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @nunuzoo <i>Ketiga, Makna</i> mitos pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @nunuzoo			yaitu kualitatif dan fokus penelitian mengandung penyajian pesan dakwah juga.
--	--	--	--	--	---

Dari tinjauan pustaka di atas, penelitian memiliki persamaan dalam objek penelitian, yaitu media sosial. Tetapi kedua penelitian ini memiliki banyak perbedaan yaitu jenis media sosial, dan metode analisis yang digunakan.

2. Landasan Teoritis

Dakwah merupakan suatu aktivitas menyampaikan pesan Islam yang bersumber pada Alquran dan hadis untuk mengajak, menyeru, dan mengajak manusia ke jalan yang benar yaitu jalan yang diridhoi Allah.

Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak, menyeru dan mengundang manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai

perintah Allah agar mendapatkan keselamatan di dunia maupun di akhirat (Omar, 1979:1). Sedangkan menurut Ahmad Ghalwusy, dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan metode-metode atau media-media yang sesuai situasi dan kondisi *mad'u* (Ghalwusy: 1987).

Media sosial merupakan media online yang mendukung dalam interaksi sosial. Beberapa situs media sosial yang sedang populer sekarang diantaranya: Twitter, Facebook, Whatsapp, Instagram, Youtube dan Tiktok. Maraknya penggunaan media sosial diberbagai kalangan menunjukkan peran media sosial yang sudah merambah disemua aspek kehidupan khususnya di bidang informasi. Penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa pada kenyataannya lebih berisiko daripada orang dewasa (Putro: 2017). Menurut Antony Mayfield, media sosial adalah media yang dimana penggunanya mudah berpartisipasi didalamnya, berbagi dan membagikan pesan (Mayfield:2008).

Pada akhir tahun 2019 menurut artiker Kumpara (edisi Februari 2020), Tiktok telah populer di semua kalangan masyarakat Indonesia, termasuk figur publik. Tiktok merupakan media sosial untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video berdurasi 30 detik.

Masih menurut sumber yang sama, aplikasi TikTok yang kita kenal seperti sekarang awalnya tidak muncul sebagai TikTok. Pada September 2016, perusahaan asal China, ByteDance meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar

tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, Douyin melakukan ekspansi ke luar China dengan nama baru yang lebih eye-catching, yakni TikTok.

TikTok juga dikenal sebagai Douyin, adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri (wikipedia.com).

Platform media sosial Tik Tok merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunaannya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini, mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreatifitas dan membebaskan ekspresi mereka. Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Berdurasi kurang lebih 30 detik, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Didalamnya terdapat Special effects seperti efek shaking and shivering pada video dengan electronic music, merubah warna rambut, 3D stickers, dan properti lainn ya. Sebagai tambahan, kreator dapat lebih mengembangkan bakatnya tanpa batas hanya dengan memasuki perpustakaan musik lengkap Tik Tok.

Metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variable yang lain (Sugiyono, 2005:35). Metode analisis deskriptif merupakan metode yang

bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis data dalam pengujian hipotesis statistik

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Computer Mediated Communication*. *Computer Mediated Communication (CMC)* ialah sebuah bentuk komunikasi yang berbeda dari bentuk komunikasi lainnya. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962. Konsep teori ini muncul dari proses inovasi dalam bidang teknologi komunikasi, terutama mengenai komunikasi melalui media baru (Suparno: 2012). Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Bisa dikatakan bahwa teori ini merupakan bentuk dari seorang individu atau kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer atau jaringan komputer. Teori ini menunjukkan bagaimana perilaku manusia dapat dibentuk ataupun dirubah dengan adanya penukaran informasi melalui mesin (Fakhrurroji, 2017:52).

Peneliti menggunakan teori ini sebagai teori yang digunakan dalam penelitian karena penelitian pada akun @basyasman00 berfokus kepada bentuk penyajian pesan dakwah. Konsep penyajian pesan sendiri terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu: informatif, persuasif dan koersif. Hal ini berkaitan dengan teori *Computer Mediated Communication* yang mempelajari bagaimana perubahan perilaku manusia dapat dibentuk atau dirubah melalui pesan dalam unggahan akun instagram @basyasman00.

E. Langkah-langkah Penelitian

Agar tersistematis dan akurat dalam menyusun penelitian ini, penulis sebagai peneliti akan menguraikan beberapa tahapan atau langkah-langkah penelitian, sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian

Sebagaimana tercantum dalam judul skripsi penulis diatas, penelitian ini di akun media sosial Tiktok @basyasman00.

Yang menjadi objek penelitiannya adalah akun Tiktok @basyasman00 adalah cara dakwah beliau yang menarik membuat para *mad'u* atau *Followers* beliau yang sudah 1 juta pengikut sehingga menjadi pertimbangan penulis sebagai peneliti bahwa objek ini mudah dijangkau oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti merasa diberikan kemudahan dan keluasan untuk melakukan penelitian dalam pendataan yang sekiranya diperlukan.

2. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi, yaitu penelitian yang berlandaskan pada suatu teknik penelitian untuk menarik kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif dan sistematis (Holsti, 1969 : 14). Metode digunakan untuk menafsirkan data yang mengenai dakwah di media sosial yaitu metode dakwah, dan isi pesan dakwah yang ada pada akun Tiktok @basyasman00 dengan cara observasi.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tempat atau perkara pokok yang dijadikan penelitian. Yang dimaksud dengan objek penelitian adalah apa yang harus

dihubungi, dilihat, diteliti dan dikunjungi yang kira-kira memberikan informasi tentang data yang akan dikumpulkan (Soegiono, 1996:39). Dalam penelitian ini penulis sebagai peneliti sudah teliti dengan sasaran objek penelitian yang mana dalam pemilihan objek penelitian ini peneliti telah melakukan tinjauan yang cukup teliti dalam pemilihan objek sehingga yakin untuk dijadikan objek penelitian.

Peneliti mengambil objek penelitian yang diambil dari akun Tiktok @basyasman00 milik Husain Basyaiban. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data data primer dan sekunder yang mana melalui video dakwah Husain Basyaiban yang diposting pada akun Tiktok @basyasman00.

4. Sumber Data

Sumber Data yang akan digunakan peneliti terbagi menjadi dua yaitu:

a. Primer

Sumber Data Primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (Dewi Sadiyah, 2015:87). Data-data yang akan diperoleh adalah kata kata yang ada di dalam vidio postingan akun Tiktok @basyasman00, dalam penelitian ini berbentuk tiga pertanyaan yakni yang *pertama* apa kategori pesan dakwah dalam akun Tiktok @basyasman00 di Media Sosial Tiktok, *Kedua* bagaimana bentuk pesan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok @basyasman00, *ketiga* bagaimana himbauan pesan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok @basyasman00

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang, atau lainnya yang menjadi sumber informasi penunjang (*second hand*) yang berkaitan dengan masalah penelitian (Dewi Sadiyah, 2015:87). Data-data yang akan membantu menunjang data primer yakni dengan buku-buku atau dokumen serta sumber-sumber lain yang pasti dengan fokus penelitian yang akan dilakukan. Data ini berupa data tekstual (buku- buku dan sebagainya yang berkenaan dengan keperluan penelitian) dan data yang berbentuk *cyber* (hasil postingan di internet, jurnal, *e-book*, data hasil program MicrosoftWord).

5. Jenis Data

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe interpretatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu objek yang bersifat induktif dengan teknik pengumpulan data yang digabungkan tetapi masih perlu penafsiran yang lebih untuk memahami makna yang sebenarnya (Sugiyono, 2017: 2).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dari hal yang diteliti menurut pandangan manusia. Penelitian kualitatif berkaitan dengan persepsi, pendapat yang diteliti yang tidak bisa diukur dengan angka. Dasar pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika merupakan suatu cara untuk memaknai dan menganalisis tentang tanda pada sebuah media. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika Roland Barthes karena sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

Model semiotika Roland Barthes mempunyai perangkat semiotika yang

kelas seperti makna denotasi, konotasi, dan mitos. Selain itu makna mitos (myth) yang ada dalam model semiotika Roland Barthes bisa digunakan untuk memahami kebudayaan dan memahami makna dalam realitas yang ada untuk diterapkan dalam analisis pada penelitian ini.

Adapun jenis data dalam penelitian ini berbentuk tiga pertanyaan yakni yang *pertama* apa kategori pesan dakwah dalam akun Tiktok @basyasman00 di Media Sosial Tiktok, *Kedua* bagaimana bentuk pesan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok @basyasman00, *ketiga* bagaimana himbauan pesan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok @basyasman00.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam peneliti ini terdapat 2 teknik yakni:

a. Observasi

Pengumpulan data pada penelitian ini dibantu dengan observasi dengan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala gejala yang diteliti (Dewi Sadiyah, 2015:87), baik secara langsung maupun tidak langsung. karena objek yang diteliti ini berbentuk kata – kata dalam vidio akun Tiktok @basyasman00 datanya bisa diamati secara langsung dan tidak langsung

b. Dokumentasi

Proses pengumpulan data dokumentasi yang diperoleh melalui Tiktok. Data dokumentasi didapatkan dengan cara mengumpulkan dan mendapatkan sumber data berupa file, tulisan, rekaman, dan hasil dokumentasi photo dari objek penelitian. Peneliti akan mengumpulkan semua dokumen tentang penelitian yaitu

postingan video pada akun Tiktok @basyasman00 milik Husain Basyaiban, melalui wawancara kepada beliau jika menghendaki. Hasil wawancara tidak menjadi patokan utama dalam mendapatkan sumber data.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik ini adalah bentuk tanggung jawab peneliti dalam melakukan penelitian. Teknik yang dipakai ialah triangulasi yaitu langkah perpaduan dari beberapa sumber data, peneliti, teori dan metode pada sebuah karya yang diteliti mengenai suatu kejadian dan peristiwa sosial (Denzin: 1970).

8. Teknik Analisis Data

Perolehan data dari penelitian ini yang merupakan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi akan melalui tahap selanjutnya yaitu tahap analisis secara kualitatif. Tahap ini dilakukan secara berkesinambungan dan terus-menerus sampai didapatkannya data-data yang sudah jenuh. Pada teknik ini akan dilakukan sebuah proses pengumpulan data yang selanjutnya akan dilakukan pengolahan hingga terbentuk sebuah deskripsi yang dapat disimpulkan.

Menyusun data adalah mengklasifikasikan data sesuai dengan topik, tipe dan jenisnya. Sebuah definisi berarti makna terhadap sebuah analisa, makna terhadap paradigma dan kategori serta proses pencarian hubungan antara bermacam-macam konseptual (Nasution, 1988: 126).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisa data adalah sebagai berikut:

- a. Hasil data yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi ditelaah terlebih dahulu, kemudian selanjutnya dipilah untuk data yang akan digunakan dan tidak digunakan.
- b. Setelah data-data dibagi sesuai dengan jenis permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian, selanjutnya akan dilakukan penafsiran terhadap data tersebut.
- c. Data yang diperoleh akan dijabarkan sesuai dengan tujuan penelitian.
- d. Menyimpulkan hasil pembahasan dan penelitian, sehingga memperoleh jawaban dari problematika-problematika yang ada pada penelitian.

