

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi menjadi proses yang paling pertama dan mendasar untuk memahami hakikat manusia. Mengapa demikian? karena dalam komunikasi ada aktivitas yang didalamnya melibatkan banyak tahapan yang saling terikat sepanjang waktu (Liliweri, 2011).

Dalam komunikasi Islam, kita tidak bisa terlepas dari aktivitas dakwah, karena dari dakwah islam, nilai-nilai dalam ajaran Islam bisa sampai kepada kita. Di era teknologi, aktivitas dakwah tidak cukup hanya dengan melalui pengajian, ceramah yang masih menggunakan speaker masjid saja di satu majlis. Kita sebagai umat muslim, harus memanfaatkan media yang begitu banyak saat ini untuk kepentingan dakwah Islam agar bisa menjangkau *mustami*' yang lebih banyak dan lebih luas lagi.

Proses dakwah memerlukan media, Media merupakan sebuah alat atau sarana yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2010). Media – media komunikasi modern harus dimanfaatkan penggunaannya menyesuaikan dengan tingkat daya pikir manusia saat ini, agar dakwah Islam bisa lebih tepat sasaran (Amin, 2009).

Media sosial merupakan media dalam jaringan (daring) dimana sebagai pengguna kita dapat dengan mudah bergabung, berkomunikasi, berbagi, dan membuat berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Begitu banyak

media sosial di era teknologi saat yang diminati oleh masyarakat, karena mudah di akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja, salah satunya ialah media sosial Tiktok.

TikTok merupakan aplikasi video musik yang saat ini banyak disenangi oleh masyarakat, terkhusus oleh generasi muda. Pada awal kehadirannya di negara Indonesia, Tiktok mendapat kecaman karena kontennya yang dianggap tidak mendidik, namun saat ini, Tiktok menjadi aplikasi favorit banyak orang karena banyak menyajikan konten-konten yang informatif tentang tutorial dibidang pendidikan, masak, kemudian konten hiburan, dari mulai menyanyi, menari hingga konten dakwah. Banyak konten-konten tiktok saat ini menghasilkan konten dakwah dalam ranah khitobah khususnya yang salah satunya dapat memberikan komunikasipersuasif pada viewers yang kemudian dari konten tersebut dapat merubah pemikiran, kemudian perbuatan, dan sudut pandang orang lain, sehingga pesan dakwah yang disampaikan bisa lebih mudah diterima dan diserap

Khitobah sendiri banyak mengalami perkembangan di era teknologi saat ini, diantaranya lain, namun bisa melalui media sosial yang tentu bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas. Karena di era teknologi ini, menyampaikan khitobah melalui media sosial adalah suatu cara yang sangat kreatif dan efektif. Khitobah ialah penguasaan keterampilan bicara di depan orang banyak merupakan hal pokok untuk mempengaruhi para pendengar atau mukhotob agar menerima, mengikuti, dan mengamalkan isi pesan yang disampaikan oleh khotib. (Asmuni, 1983, 104)

Ilmu apa pun terkait agama bisa kita dapatkan dengan mudah di media sosial, salah satunya lewat media sosial Tiktok, para konten kreator Tiktok saat ini membuat konten video khitobah dengan menarik, kreatif sehingga banyak masyarakat yang tertarik. Melalui aplikasi Tiktok, sarana untuk berkhitobah semakin dimudahkan. Kesempatan serta peluang untuk berdakwah semakin besar. Semua pengguna Tiktok memiliki kesempatan untuk menjadi konten kreator atau pendakwah, siapapun bisa menyebarkan ajaran Islam dengan mudah lewat Tiktok. Dan saat ini, sangat banyak para ustadz ataupun konten kreator mulai menyebarkan dakwah ataupun khutbah melalui Tiktok, salah satunya ialah Ustadz Syamsuddin Nur Makka atau dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Ustadz Syam.

Salah satu Ustadz yang populer saat ini adalah Ustadz Syamsuddin Nur Makka, beliau merupakan ustadz terkemuka di Indonesia, Ustadz Syam memiliki pengikut sebanyak 3,5 juta followers di akun Tiktoknya dengan usernme @syam_elmarusy tertanggal 09 Desember 2021. Postingan konten videonya sudah ditonton jutaan kali oleh pengguna Tiktok dengan berbagai tema-tema yang menarik yang diunggahnya. Tidak hanya berdakwah, Ustadz Syam juga mengunggah video hiburan dan video menarik untuk para penggunanya namun tetap pada unsur Islami dan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Ustadz Syam menggunakan ciri khas sendiri dalam proses pembuatan konten video, mulai dari tema dakwah, cara penyampaian pesan dakwah dan cara berinteraksi dengan mad'unya, juga cara ia berkomunikasi.

Pada Akun Tiktok @syam_elmarusy, Ustadz Syam banyak mengunggah

konten video dakwah terkhusus ranah khitobah yang mengandung teknik komunikasi persuasif, salah satunya ialah “Pawang Hujan Syar’i” yang menggunakan metode Teknik Asosiasi, dan video tersebut telah ditonton sebanyak 7 juta orang, kemudian ada video “Sholat Dhuha Tiap hari” yang menggunakan teknik komunikasi metode pay off, kemudian video yang berjudul “Lailatul Qadr bagi yang berhalangan” yang menggunakan metode Icing, dan masih banyak videolainnya. Ustadz Syam memberikan gambaran untuk kita semua bahwa membuat konten Dakwah menggunakan media sosial Tiktok ternyata bukanlah suatu hal yang tidak mungkin, dan yang terpenting, kita harus mengetahui ilmunya dan memanfaatkannya dengan baik dan benar.

Seorang pendakwah mesti memiliki teknik komunikasi ketika berdakwah terkhusus dalam ranah khitobah. Dalam berkhotbah perlu ada dakwah persuasif, mengacu pada proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis untuk membuat orang itu bertindak sesuai dengan keinginannya sendiri (Ilaihi, 2010). Teknik komunikasi persuasif dirasa efektif untuk digunakan dalam berdakwah, karena dapat mempengaruhi sikap, pendapat orang lain agar bisa sependapat dengan seorang da’i, mempengaruhi dalam ajaran kebaikan dengan cara yang baik pula. Teknik dalam berdakwah merujuk pada Al-Qur’an dan hadits, salah satunya merujuk pada surat Ali Imran ayat 14 :

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang – orang yang beruntung

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia Dan hendaklah di antara kalian (wahai kaum Mukminin), ada segolongan orang yang mengajak kepada kebaikan dan memerintahkan kepada yang ma'ruf, yaitu sesuatu yang telah diketahui kebaikannya menurut syariat dan akal, dan melarang dari kemungkaran, yaitu apa-apa yang diketahui keburukannya dari segi syariat maupun akal. Mereka itu adalah orang-orang yang beruntung menggapai surga yang penuh kenikmatan

Dalam tafsir ayat tersebut disebutkan bahwa kita sebagai umat muslim haruslah ada Sebagian golongannya yang mengajak kepada kebaikan, dan melarang dari kemungkaran, baik dari segi syariat juga akal, dalam penelitian kali ini, penulis meneliti dari bagaimana Ustadz Syamsuddin Nur Makka melakukan amar ma'ruf dan nahyi munkar tersebut melalui media sosial Tiktok melalui Teknik Komunikasi Persuasif.

Penelitian ini menarik untuk diteliti, karena berdakwah dalam ranah khitobah melalui media tiktok dengan teknik dakwah persuasif merupakan suatu inovasi yang baru, dan kreatif, selain itu, media Tiktok saat ini menjadi aplikasi yang digemari oleh banyak orang, dan dakwah haruslah masuk padanya. Dakwah ialah mengajak kebaikan kepada orang lain, mengajarkan nilai-nilai kebaikan kepada banyak orang, dan hal tersebut tidak perlu disampaikan lewat tatap muka saja, tapi bisa melalui media sosial, salah satunya Tiktok, sehingga

siapapun bisa melihatnya kapan saja, di mana saja, tanpa terikat oleh batas ruang dan juga waktu.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTADZ SYAMSUDDIN NUR MAKKA PADA AKUN TIKTOK “@SYAM_ELMARUSY”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah,

1. Bagaimana Teknik Asosiasi ustadz Syamsuddin Nur Makka pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
2. Bagaimana Teknik integrasi ustadz Syamsuddin Nur Makka pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
3. Bagaimana Metode Pay-off dan Fear-Arousing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
4. Bagaimana Metode Icing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
5. Bagaimana Metode Red Hearing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui Teknik Asosiasi ustadz Syamsuddin Nur Makka pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”

2. Untuk mengetahui Teknik integrasi ustadz Syamsuddin Nur Makka pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
3. Untuk mengetahui Metode Pay-off dan Fear-Arousing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
4. Untuk mengetahui Metode Icing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”
5. Untuk mengetahui Metode Red Hearing pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy”

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ditinjau dari dua unsur, yaitu:

1. Secara Akademis

Secara akademis, besar harapan penelitian ini kelak bisa menjadi khazanah di bidang ilmu komunikasi, terkhusus di bidang ilmu komunikasi dan dakwah.

2. Secara Praktis

Secara praktis, besar harapan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumbangan bagi para peneliti selanjutnya dan juga menjadi salah satu motivasi untuk para pendakwah terkhusus bagi mereka yang ingin terjun dalam dakwah di media sosial Tiktok.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian kali ini, penulis telah menelaah sejumlah penelitian sebelumnya untuk kemudian mengkaji kembali persamaan-persamaan yang ada dan menghindari persamaan-persamaan tersebut dalam pembahasan penelitian

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Sikap Penelitian
1.	Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam konten Tiktok Oleh : Riska Amelia, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi	Melihat apa saja pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam Tiktok Husain Basyaiban, mulai dari Pesan dakwah nilai Aqidah, Islam, Iman.	Yaitu sama-sama menggunakan media Tiktok, dan juga menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam meneliti skripsinya, namun perbedaan terletak dalam objek penelitian, jika skripsi tersebut meneliti pesan dakwah dalam akun Tiktok Husain Basyaiban, maka penulis meneliti bagaimana teknik	Peneliti setuju dengan penelitian skripsi Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam konten Tiktok Oleh : Riska Amelia, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

			persuasif Ustadz Syam dalam Tiktok @syam_elmarusy.	
2.	Pengaruh Tiktok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya Oleh : Bagus Prianbodo, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi	Meneliti bagaimana pengaruh tiktok terhadap remaja di Surabaya, dari mulai berapa lama remaja Surabaya menontok Tiktok, kemudian tingkat kenaikan remaja Surabaya yang signifikan terhadap ketertarikan di Tiktok yang menimbulkan	yaitu sama-sama menggunakan media tiktok sebagai bahan penelitian dan perbedaannya terletak pada jenis penelitian yaitu skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penulis kualitatif, dan juga berbeda pada fokus penelitian, skripsi tersebut berfokus terhadap	Peneliti setuju dengan penelitian skripsi yang berjudul Pengaruh Tiktok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya Oleh : Bagus Prianbodo, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi

		<p>kreativitas untuk mereka.</p>	<p>remaja di Surabaya, sedangkan penulis berfokus terhadap Teknik komunikasi persuasif oleh Ustadz Syam.</p>	
3.	<p>Jurnal oleh Susilowati yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)”, Bina Sarana Informatika (BSI</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana aplikasi Tiktok bisa menjadi <i>personal branding</i> di Instagram. Penelitian tentang aplikasi Tiktok sebagai <i>personal branding</i> karena dalam aplikasi</p>	<p>ialah jenis penelitiannya yang sama-sama menggunakan data kualitatif, kemudian menggunakan media Tiktok, perbedaan terletak di fokus penelitian. Jurnal tersebut berfokus kepada Tiktok sebagai <i>personal branding</i>, sedangkan penulis</p>	<p>Peneliti setuju dengan penelitian Jurnal oleh Susilowati yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada</p>

		tersebut, kita disediakan banyak sekali fitur yang memudahkan kita untuk menjadi seorang konten kreator yang kreatif, dan video yang telah dibuat di Tiktok, diunggah ke Instagram sebagaipilihan yang tepat.	berfokus kepada Tiktok sebagai media dakwah.	Akun @bowo_alpenn Liebe0” Bina Sarana Informatika (BSI).
4.	Jurnal oleh Frieda Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, S.Sos, M.Si, dan Dr. Hapsari Dwiningtyas	untuk menguraikan bagaimana teknik-teknik persuasif yang digunakan didalam media	yaitu sama-sama memiliki fokus penelitian tentang teknik persuasif dalam media sosial, namun berbeda dalam metode	Peneliti setuju dengan penelitian Jurnal oleh Frieda Isyana Putri,

<p>S.,MA, Drs. Joyo NS Gono, M.Si berjudul “Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)”, Universitas Diponegoro Semarang</p>	<p>sosial. Dan hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa media sosial sangat cocok dan baik untuk digunakan dalam komunikasi persuasif, karena media sosial bersifat tidak terbatas, bisa diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja.</p>	<p>penelitian, jurnal ini menggunakan metode analisis isi kualitatif Philipp Mayring, yang meneliti teks, sedangkan penulis dalam penelitian kali ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma konstruktivisme</p>	<p>Triyono Lukmantoro, S.Sos, M.Si, dan Dr. Hapsari Dwiningtyas S.,MA, Drs. Joyo NS Gono, M.Si berjudul “Teknik teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)”,</p>
---	---	--	--

				Universitas Diponegoro Semarang
--	--	--	--	---------------------------------------

Table 1.1

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Landasan Teoritis yang digunakan dalam penelitian kali ini ialah,

a. Teknik Komunikasi Persuasif

Hal yang paling mendasar dalam kehidupan manusia ialah komunikasi. Istilah bahasa Inggris “communication” berasal dari kata Latin “communication” yang berasal dari kata “Communis” dan berarti “bersama-sama” (Wiryanto, 2004). Maksud dari sama di sini ialah “sama makna” dalam berkomunikasi minimal kita harus memiliki kesamaan arti makna tersebut. Komunikasi tidak hanya bersifat “informatif” yang dimana orang lain hanya mengerti dan faham, tapi harus juga bersifat “persuasif”, yaitu agar orang bersedia menerima suatu keyakinan atau paham, juga melakukan suatu tindakan, dan lain-lain (Ilaihi, 2010)

Menurut Mulyana, komunikasi dipahami sebagai interaksi, artinya komunikasi memiliki sifat sebab-akibat, atau adanya aksi-reaksi yang saling berlawanan. Komunikasi yaitu menyampaikan pesan oleh seorang komunikator, baik verbal maupun non verbal secara aktif, dinamis, dan timbal balik (Rohim, 2009). Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan

secara sadar, sengaja, dan dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya (Riswandi, 2009).

Dari pengertian-pengertian di atas, maka komunikasi berarti penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan lainnya yang meninggalkan sebuah efek. Dalam komunikasi, ada yang dinamakan Teknik Komunikasi Persuasif, yaitu teknik komunikasi yang bertujuan memengaruhi orang lain agar sependapat dengan pembicara.

Dalam komunikasi persuasif, banyak kriteria yang harus digunakan agar komunikasi tersebut dapat disebut persuasif, dimana pesan bisa tersampaikan dan mempengaruhi komunikan secara optimal dan maksimal. Dalam komunikasi persuasif, ada beberapa teknik ataupun metode yang bisa dilakukan, yaitu :

- 1). Teknik asosiasi, yaitu Teknik penyampaian pesan dimana pesan akan dikaitkan dengan kejadian/hal yang baru saja terjadi, agar komunikan tertarik untuk mendengarkan pesan tersebut.
- 2). Teknik integrasi, ialah teknik dimana komunikator memiliki keahlian untuk bersatu bersama komunikan.
- 3). Metode Pay-off dan Fear-Arousing (Ganjaran), Metode ini dilakukan dengan memberikan harapan-harapan dan ketakutan-ketakutan kepada komunikan.

- 4). Metode Icing (Tataan), Metode Icing merupakan sebuah metode untuk menyusun pesan sebaik mungkin agar pesan tersebut nyaman dibaca maupun didengar oleh komunikan.
- 5). Metode Red Hearing, Teknik ini digunakan oleh seorang komunikator untuk mendapatkan sebuah kemenangan dalam perdebatan, mengalahkan argumentasi lawan yang lemah. (Ilahi, 2010 : 126).

2. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual yang digunakan dalam penelitian kali ini, ialah sebagai berikut :

a. Media Khitobah

Khitobah secara bahasa ialah ucapan, khitobah diartikan juga dengan retorika, orasi ataupun khutbah. Khitobah ialah pengungkapan pesan secara lisan yang artinya bisa disebut dakwah bil lisan (Rosyid, 1996, 843)

Khitobah merupakan ilmu tentang cara berbicara didepan khalayak banyak. Tentang bagaimana kita bisa mempengaruhi orang lain dari cara kita menyampaikan pesan agar mereka memahami ajaran ataupun paham yang kita sampaikan..

Dalam perkembangan zaman yang semakin canggih, dakwah terkhusus dalam teknik khitobah harus mampu menembus dunia teknologi semakin pesat, sehingga tujuan mad'u atau dakwah dapat tercapai secara

luas, lebih luas dan efektif. Di era teknologi ini, media khitobah yang paling efektif salah satunya ialah melalui media sosial.

Media khitobah sendiri digunakan untuk menyampaikan juga menyebarkan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan perintah Allah SWT dan ajaran Nabi Muhammad SAW yakni sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Salah satu sarana yang efektif digunakan saat ini adalah jejaring sosial Tiktok, siapa saja dapat memberikan dan melihat pesan dakwah melalui Tiktok dengan cepat dan mudah.

Salah satu akun Tiktok yang giat menyebarkan konten Dakwah Khitobah ialah Tiktok Ustadz Syam yaitu @syam_elmarusy, Aplikasi Tiktok dijadikan sebagai sarana Dakwah oleh Ustadz Syam, dan beliau membuktikan bahwa media khitobah menggunakan aplikasi Tiktok sangatlah efektif, bila kita memanfaatkannya dengan baik, terbukti dengan konten-konten video nya yang telah ditonton dan disukai oleh jutaan masyarakat pengguna Tiktok.

b. Dakwah Melalui Media Sosial

Media sosial merupakan media online yang dimana para penggunanya bisa dengan mudah berbagi, terlibat, dan membuat konten, termasuk salah satunya ialah konten Dakwah, dengan ragam kreativitas di berbagai media sosial untuk menarik ribuan bahkan jutaan mad'u.

Untuk bisa menarik banyak mad'u kita bisa memanfaatkan jejaring media sosial Tiktok saat ini, seperti yang telah dilakukan oleh Ustadz

Syam, beliau membangun akun Tiktok miliknya sebagai tempat untuk berdakwah, menyebarkan ajaran Islam dengan cara-cara yang baik, salah satunya dengan menggunakan Teknik Komunikasi Persuasif.

Sebagai seorang pendakwah, Ustadz Syam tentu mengetahui ilmu-ilmu sebagai seorang da'i yang profesional, beliau menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam beberapa video Tiktok nya untuk menarik para pengguna Tiktok melihat dan menyukai konten video dakwah miliknya.

Teknik komunikasi persuasif sendiri, merupakan teknik penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat pendengar tertarik dan melakukan perbuatan yang sesuai dengan pesan yang telah kita sampaikan atas dasar keinginan mereka tanpa ada paksaan.

Teknik komunikasi persuasif ini memiliki 5 metode, yakni Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Metode Pay Off & Fear Arousing, Metode Icing, dan Teknik Red Hearing.

Dalam memahami Teknik komunikasi persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka pada Akun Tiktok “@syam_elmarusy, maka digunakan kerangka agar penelitian dapat terarah secara sistematis :

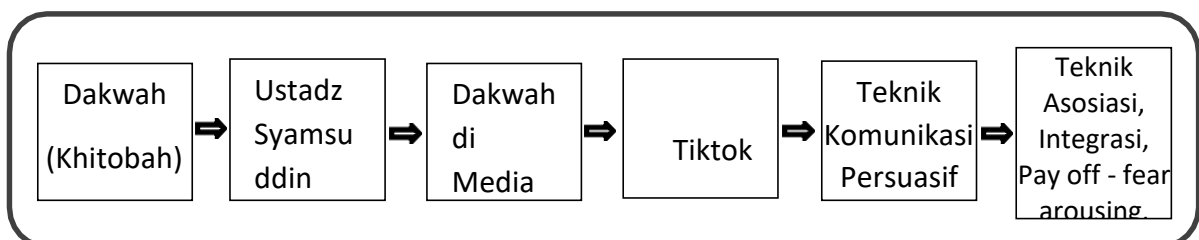


Table 2.2

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah video pada akun Tiktok @syam_elmarusy. Sedangkan Lokasi penelitian pada akun tiktok ini dilakukan di Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut Guba dan Lincoln, ada empat jenis paradigma, yaitu: positivisme, idealisme, konstruktivisme, dan berpikir kritis. Penulis sendiri menggunakan perspektif atau model konstruktivisme dalam penelitian kali ini.

Karena Konstruktivisme lebih cocok digunakan untuk melihat realitas yang bermakna dari objek penelitian, salah satunya adalah konten video Tiktok, dan penelitian kali ini adalah teknik komunikasi persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka di akun tiktok @syam_elmarusy

Penulis melihat bahwa konten video yang ada pada akun tiktok @syam_elmarusy bukanlah sebuah kebetulan ketika video tersebut banyak disukai dan ditonton oleh jutaan masyarakat, namun akun tiktok @syam_elmarusy menggunakan paradigma konstruktivisme dalam pembuatan konten nya, yakni Ustadz Syam melihat realitas sosial ketika masyarakat menyukai dan menonton video miliknya karena video tersebut telah dikonsep dan dibentuk dengan baik oleh Ustadz Syam, beliau mempelajari berbagai ilmu untuk menarik jutaan mad'u, kemudian proses

mengupload konten video tersebut memerlukan proses waktu hingga akhirnya bisa disukai oleh jutaan masyarakat hingga saat ini, dan hal tersebut bukanlah suatu kebetulan, tapi merupakan proses yang dilalui dengan usaha dan juga belajar.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu studi nonkomputasi. Maksudnya, data yang dikumpulkan tidak berupa angka tetapi berupa kata-kata. Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau pernyataan dari subjek atau perilaku dan objek yang diamati (Basrowi, 2008).

Dalam penelitian kali ini, penulis mengumpulkan berbagai data yang telah penulis susun menggunakan kata-kata, pada Akun Tiktok @syam_elmarusy, banyak data-data yang cukup penulis jelaskan dan uraikan dalam penelitian kali ini, misalnya dari jumlah banyak nya penonton konten video @syam_elmarusy tersebut, juga banyaknya pengikut akun tiktok @syam_elmarusy, kemudian bagaimana isi dan penjelasan dari konten video tersebut.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yang dimana penelitian ini bertujuan untuk memahami apa saja fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian, seperti memahami bagaimana persepsi, perilaku, motivasi, dan tindakan secara keseluruhan dengan menggunakan model-model yang

dideskripsikan secara lisan dan bahasa, secara konteks alami tertentu dan menggunakan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2002).

Dalam penelitian kali ini, penulis bertujuan untuk memahami apa saja fenomena yang telah dialami oleh Ustadz Syamsuddin pada Akun Tiktok @syam_elmarusy dengan konten video-video nya yang menggunakan teknik komunikasi persuasif, penulis meneliti bagaimana motivasi ataupun persepsi yang telah Ustadz Syamsuddin Nur Makka bangun pada Akun Tiktok miliknya tersebut.

Adapun spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif, artinya data yang dikumpulkan seringkali berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Jika ada angka, sifatnya hanya sebatas pendukung. Data yang dimaksud meliputi transkrip wawancara, data lapangan, cuplikan dokumen pribadi, dan catatan lainnya.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan tujuan dan metode penelitian yang digunakan, maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan data kualitatif.

Data Kualitatif yang digunakan dalam penelitian kali ini ialah, deskripsi dan sejarah tentang Aplikasi Tiktok dan gambaran umum akun tiktok @syam_elmarusy sendiri, juga Biografi Ustadz Syamsuddin Nur

Makka, kemudian data *followers* Tiktok @syam_elmarusy, data *likers* dan *viewers* @syam_elmarusy.

b. Sumber Data

1). Data Primer

Data primer merupakan gambaran tentang suatu objek yang diperoleh atau kumpulan dari berbagai informasi dengan mengamati atau mempelajari sumber-sumber tertentu (Basrowi, 2008). Data primer yang peneliti gunakan ialah konten video yang diambil dari akun tiktok @syam_elmarusy sebanyak 15 konten video, dengan rincian 3 video Teknik Asosiasi, 3 video Teknik Integrasi, 3 video Metode Payy off dan Fear arousing, 3 video Metode Icing, 3 video Metode Red Hearing, waktu penelitian diambil dari video bulan Mei 2021 – Mei 2022 secara acak.

2). Data Sekunder

Data sekunder merupakan tambahan data yang digunakan untuk mendukung penelitian. Peneliti mendapatkan data sekunder dari artikel yang bersumber dari idntimes yang memuat biografi Ustadz Syamsuddin Nur Makka., kemudian artikel yang bersumber dari biodataustadindo.blogspot tentang perjalanan karier Ustadz Syam hingga berdakwah di media sosial Tiktok saat ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi bertujuan untuk memperoleh data sebanyak-banyaknya yang diperlukan untuk penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan cara mengamati subjek yang diteliti (Satori, 2014). Observasi ini dilakukan di Bandung dengan memperhatikan dan mengamati akun Tiktok @syam_elmarusy.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan hasil dari catatan-catatan penting dari sekumpulan data mengenai tentang masalah yang sedang terjadi, sehingga data yang akan diperoleh tidak didasarkan pada perkiraan tetapi pada data yang valid dan lengkap (Basrowi, 2008). Dalam penelitian ini, penulis mengekstrak dokumen dan konten video dari akun Tiktok @syam_elmarusy. Penulis menambahkan artikel, opini, web video dan buku terkait video dakwah Ustadz Syam ke akun tiktok @syam_elmarusy.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mendeskripsikan dan menyusun transkrip wawancara dan data lain yang telah dikumpulkan. Artinya peneliti dapat meningkatkan pemahamannya terhadap data, kemudian lebih jelas menyajikan kepada orang lain apa yang telah ditemukan atau diperoleh dari lapangan (Sudarwan, 2002).

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif, yang dimana penelitian dapat dengan mudah dipahami dan disimpulkan karena penyajian dan analisis fakta yang ada telah disusun secara sistematis. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, mencari penjelasan atau membuat prediksi karena data yang telah dikumpulkan adalah murni deskriptif (Saifuddin, 2007).

Berikut merupakan langkah-langkah rinci dari analisa yang akan peneliti lakukan :

- a. Inventarisasi data, yaitu mencari data dari sumber untuk kemudian dikumpulkan sebanyak-banyaknya.
- b. Kategorisasi data, yaitu menyusun data-data sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian.
- c. Interpretasi data yaitu mengkategorikan data yang telah dikumpulkan untuk interpretasi lebih lanjut.
- d. Dengan menarik kesimpulan, berdasarkan analisis dan interpretasi yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan yang bermanfaat, serta implikasi dan rekomendasi bagi kebijakan selanjutnya (Moleong, 1995).