

SKRIPSI
MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN
@PEMUDAHIJRAH85

Oleh:

LIDIA PERMATA PUTRI
NPM. 1904012015



Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1448 H/2026 M

**MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN
@PEMUDAHIJRAH85**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

LIDIA PERMATA PUTRI
NPM. 1904012015

Pembimbing: Dr. Muhajir, M.kom.I

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG

1448 H/2026 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Permohonan Dimunaqosyahkan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi penelitian yang telah disusun oleh :

Nama : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015
Fakultas : Ushuluddin, adab, dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Judul : MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK
AKUN @PEMUDAHIJRAH85

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI

Metro, 22 Juni 2026
Pembimbing


Dr. Muhajir, M.I.Kom
NIPPPK. 198305102023211022


Dr. Muhajir, M.I.Kom
NIPPPK. 198305102023211022

PERSETUJUAN

Judul : MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK
AKUN @PEMUDAHIJRAH85

Nama : Lidia Permata Putri

NPM : 1904012015

Fakultas : Ushuluddin, adab, dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

DISETUJUI

Untuk diajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuluddin,
Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, 22 Juni 2026

Pembimbing



Dr. Muhajir, M.I.Kom
NIPPPK. 198305102023211022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0626/Un.36.4/D/PP.00.9/07/2026

Skripsi dengan Judul **“MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN @PEMUDAHIJRAH85”**, Disusun oleh Lidia Permata Putri, NPM. 1904012015, Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung pada hari/tanggal : Kamis, 25 Juni 2026.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Penguji I : Dr. Muhajir, M.Kom.I

(.....)

Penguji II : Agam Anantama, M.I.Kom..

(.....)

Penguji III : Dede Mercy Rolando, M.Sos.

(.....)

Penguji IV : Andi Rahmad, M.Sos.

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah


Dr. Albarra Sarbaini, M.Pd
NIP. 197709032011011002

ABSTRAK

MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN @PEMUDAHIJRAH85

**Oleh :
LIDIA PERMATA PUTRI**

Perkembangan media sosial telah memberikan kemudahan dalam penyebaran pesan dakwah kepada masyarakat. TikTok menjadi salah satu platform yang banyak digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman secara kreatif dan menarik. Akun TikTok @pemudahijrah85 merupakan salah satu akun dakwah yang aktif membagikan konten keagamaan dan mendapatkan perhatian yang cukup besar dari pengguna media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terdapat pada konten TikTok akun @pemudahijrah85. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Data diperoleh melalui dokumentasi terhadap tiga video TikTok yang memiliki tingkat keterlibatan (engagement) tinggi, yaitu video tentang doa harian, pengingat keimanan kepada Allah SWT, dan pengingat salat tahajud beserta keutamaannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok akun @pemudahijrah85 mengandung pesan dakwah yang meliputi aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan akidah terlihat pada ajakan untuk memperkuat keimanan dan tawakal kepada Allah SWT. Pesan syariah terlihat pada ajakan untuk mengamalkan doa harian dan melaksanakan salat tahajud. Sementara itu, pesan akhlak terlihat pada ajakan untuk bersabar, disiplin beribadah, dan selalu mengingat Allah SWT dalam kehidupan sehari-hari. Pesan-pesan tersebut disampaikan dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Kata Kunci: *Makna Pesan Dakwah, TikTok, Dakwah Digital, Media Sosial.*

ABSTRACT

THE MEANING OF DA'WAH MESSAGES IN TIKTOK CONTENT OF THE @PEMUDAHIJRAH85 ACCOUNT

By:

LIDIA PERMATA PUTRI

The development of social media has made it easier to spread da'wah messages to society. TikTok has become one of the most widely used platforms for delivering Islamic values in a creative and engaging way. The TikTok account @pemudahijrah85 is one of the da'wah accounts that actively shares Islamic content and receives considerable attention from social media users.

This study aims to identify the meaning of da'wah messages contained in the TikTok content of the @pemudahijrah85 account. This research employed a descriptive qualitative approach using content analysis. The data were collected through documentation of three TikTok videos with high engagement rates, namely videos about daily prayers, reminders of faith in Allah SWT, and reminders about Tahajjud prayer and its virtues.

The results showed that the TikTok content of @pemudahijrah85 contains da'wah messages related to the aspects of aqidah (faith), sharia (Islamic practices), and akhlaq (morality). The aqidah messages encourage audiences to strengthen their faith and trust in Allah SWT. The sharia messages invite audiences to practice daily prayers and perform Tahajjud prayer. Meanwhile, the akhlaq messages encourage patience, discipline in worship, and remembrance of Allah SWT in everyday life. These messages are delivered in simple language, making them easy for audiences to understand. This study shows that TikTok can serve as an effective medium for da'wah in conveying Islamic values, especially to the younger generation.

Keywords: *Meaning of Da'wah Messages, TikTok, Digital Da'wah, Social Media.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya terkecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 15 Juni 2026
Mahasiswa Peneliti



Lidia Permata Putri
NPM. 1904012015

MOTTO

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

"Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat"
(Hadis Riwayat al-Bukhari, no. 3461)

"Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."
(Hadis Riwayat Muslim, no. 2699)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SubhanawaTa'ala atas segala rahmat dan hidayah-nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ketekunan bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini peneliti persembahkan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Terima kasih kepada orang tuaku yang menjadi alasan utama saya untuk bertahan dalam setiap proses yang saya jalani selama perkuliahan. Untuk cinta pertamaku, ayahanda tercinta Baihaki, serta pintu surgaku, Ibunda Hermalinda Harun. Sesosok ibu luar biasa yang dengan kasih sayang, kesabaran, dan ketulusan hati telah merawat, membimbing, serta memberikan dukungan moral dan material dalam setiap langkah kehidupan saya. Atas cinta yang tak terbatas dan doa yang selalu menyertai, skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud rasa syukur dan tanggung jawab atas kepercayaan serta pengorbanan yang telah diberikan kepada saya hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Bapak Dr. Muhajir, M.Kom.I selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbinganmu merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukuri. Terima kasih bapak, semoga jerih payahmu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
3. Untuk kakak dan adikku tercinta, Febriando Benanda dan Aidil Fitriansyah, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, bimbingan, doa, serta semangat yang selalu kalian berikan. Kehadiran dan perhatian kalian menjadi sumber motivasi yang menguatkan ku dalam setiap proses, terutama selama penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Untuk putriku tercinta, Zoya Shakira Katrina, terima kasih telah menjadi sumber kebahagiaan dan penyemangat terbesar dalam hidupku. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan menjadikanmu anak yang salehah serta membanggakan keluarga.

5. Kepada seseorang yg tak kalah penting kehadirannya, Suami Tercinta Heru. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan dan semangat, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada penulis, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.
6. Sahabat peneliti, Nada Aulia Ashila , dan Idha Patti Jayaningrat, yang telah banyak membantu dan menemani dalam proses penyelesaian kuliah selama ini, menjadi tempat keluh kesah, Terimakasih selalu ada dalam masa-masa sulit ini.
7. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, tempat saya menimba ilmu, mengasah diri, dan bertumbuh menjadi pribadi yang lebih matang secara intelektual, spiritual, dan sosial.
8. Terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri “Lidia Permata Putri” terimakasih sudah bertahan sampai di titik ini, terimakasih untuk tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.
2. Dr. Albarra Sarbaini, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Dr. Muhajir, M.kom.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Informan yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi untuk membantu menyelesaikan skripsi penelitian ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

Metro, Juni 2026
Peneliti,



Lidia Permata Putri

NPM. 1904012015

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
ORISINALITAS PENELITIAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Pertanyaan Penelitian	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
E. Penelitian Relevan	11
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pesan Dakwah	14
1. Pengertian Pesan Dakwah	14
2. Karakteristik Pesan Dakwah	15
3. Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah	18
4. Kategori Pesan Dakwah.....	20
5. Prinsip-Prinsip Penyampaian Pesan Dakwah	22

B. Aplikasi Tiktok.....	23
1. Pengertian Aplikasi Tiktok.....	23
2. Sejarah Aplikasi Tiktok	24
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok ...	25
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	28
B. Sumber Data	29
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	32
E. Teknik Analisis Data	33
 BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
B. Konten TikTok @pemudahijrah85.....	37
C. Pembahasan	51
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun TikTok @pemudahijrah85	35
Gambar 4.2 Postingan Konten @kpemudahijrah85.....	40
Gambar 4.3 Unggahan dengan Tema Doa	40
Gambar 4.4 Unggahan dengan Tema Pengingat Ibadah.....	44
Gambar 4.5 Unggahan dengan Tema Pengingat Sholat Tahajud	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan salah satu aktivitas penting dalam Islam yang bertujuan mengajak manusia kepada jalan Allah Swt. melalui penyampaian ajaran Islam secara persuasif, edukatif, dan humanis. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah di masjid atau majelis taklim, tetapi juga berkembang mengikuti perubahan zaman dan perkembangan teknologi komunikasi. Menurut Wahyu Ilaihi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan Islam yang bertujuan memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat agar sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.¹ Selain itu, Moh. Ali Aziz menjelaskan bahwa dakwah merupakan usaha sadar untuk mengajak manusia menuju kebaikan melalui berbagai media yang sesuai dengan kondisi masyarakat.² Oleh karena itu, seorang *da'i* dituntut mampu menyampaikan pesan dakwah dengan metode dan media yang relevan dengan perkembangan zaman agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara berkomunikasi dan memperoleh informasi. Kehadiran internet dan media sosial membuat masyarakat dapat mengakses berbagai informasi secara cepat dan mudah. Kondisi ini turut memengaruhi perkembangan dakwah yang kini

¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 18.

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 12.

tidak lagi terbatas pada media konvensional, melainkan berkembang ke media digital melalui berbagai platform media sosial. Media sosial menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah karena mampu menjangkau audiens yang luas tanpa dibatasi ruang dan waktu.¹ Penelitian Hidayatullah dalam Jurnal Dakwah Digital menyebutkan bahwa media sosial memberikan peluang besar bagi aktivitas dakwah karena memungkinkan penyebaran pesan keagamaan berlangsung lebih cepat dan interaktif dibandingkan media konvensional.²

Salah satu platform media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya remaja dan Generasi Z, adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya membuat dan membagikan konten secara kreatif dan interaktif. Berdasarkan laporan DataReportal tahun 2025, Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia.³ Tingginya penggunaan TikTok menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam pola komunikasi dan penyebaran informasi di kalangan generasi muda. Penelitian Pratiwi dalam Jurnal Komunikasi Islam menjelaskan bahwa TikTok menjadi media yang dekat

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hlm. 45.

² Hidayatullah, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Digital," *Jurnal Dakwah Digital* Vol. 3, No. 2 (2022), hlm 55.

³ DataReportal, "Digital 2025: Indonesia," <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>, diakses 25 Mei 2026.

dengan kehidupan remaja karena mudah diakses dan digunakan sebagai sarana memperoleh hiburan maupun informasi sehari-hari.⁴

Popularitas TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan penyebaran informasi keagamaan. Saat ini banyak kreator konten yang memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah dengan menyampaikan pesan-pesan Islami melalui video singkat yang mudah dipahami oleh masyarakat. Dakwah melalui TikTok dinilai mampu menjangkau audiens remaja karena media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari generasi muda. Penelitian Sari dan Ramadhan menyebutkan bahwa TikTok menjadi media dakwah yang efektif bagi Generasi Z karena dapat memperluas penyebaran pesan keagamaan serta mempermudah komunikasi antara pembuat konten dan audiens.⁵ Selain itu, penelitian Rahman dalam Jurnal Penyiaran Islam menjelaskan bahwa dakwah digital di TikTok mampu meningkatkan minat remaja terhadap konten keagamaan karena penyampaian pesan dilakukan secara singkat dan mudah dipahami.⁶

Fenomena dakwah digital di TikTok menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi dakwah dari yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara langsung menjadi berbasis media digital. Dakwah yang disampaikan melalui TikTok umumnya dikemas dalam bentuk video singkat yang membahas

⁴ Pratiwi, "TikTok sebagai Media Komunikasi Generasi Z," *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 5, No. 1 (2023), hlm 41.

⁵ Sari dan Ramadhan, "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah Generasi Z," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol. 7, No. 2 (2022), hlm 115.

⁶ Rahman, "Dakwah Digital pada Platform TikTok di Kalangan Remaja," *Jurnal Penyiaran Islam* Vol. 6, No. 1 (2024), hlm 27.

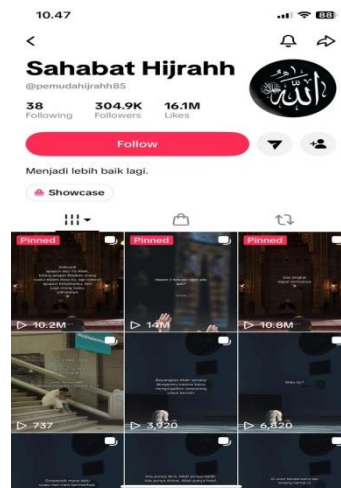
persoalan kehidupan sehari-hari, motivasi keislaman, ajakan beribadah, dan nilai-nilai moral dalam Islam. Selain itu, fitur komentar dan berbagi pada TikTok memungkinkan terjadinya interaksi antara pembuat konten dengan pengikutnya sehingga dakwah tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi juga melibatkan partisipasi audiens.⁷ Penelitian Fauziah dalam *Jurnal Komunika* menyebutkan bahwa interaksi antara kreator dan audiens di media sosial membuat proses dakwah menjadi lebih komunikatif dan dekat dengan kehidupan pengguna media sosial.⁸

Di tengah perkembangan dakwah digital tersebut, akun TikTok @pemudahijrah85 hadir sebagai salah satu akun yang aktif menyampaikan konten-konten dakwah Islami. Akun ini menyajikan berbagai pesan dakwah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, motivasi keislaman, ajakan berhijrah, serta penguatan nilai-nilai religius bagi remaja Muslim. Penyampaian pesan dakwah dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan pengguna TikTok, khususnya remaja. Berdasarkan tampilan akun pada Gambar 1, akun @pemudahijrah85 memiliki 304,9 ribu pengikut dan 16,1 juta likes. Jumlah tersebut menunjukkan tingginya perhatian audiens terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial TikTok.

⁷ Fauziah, "Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial TikTok," *Jurnal Komunika* Vol. 15, No. 1 (2023), hlm 67.

⁸ Ibid., hlm. 70.

Gambar 1.1
Tampilan Akun Tiktok @pemudahijrah85



Gambar 1.1 menunjukkan tampilan akun TikTok @pemudahijrah85 yang digunakan sebagai media penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat, khususnya kalangan remaja dan Generasi Z. Akun tersebut telah mengunggah sebanyak 526 video yang berisi berbagai konten dakwah Islam. Konten yang disampaikan sebagian besar berupa pengingat diri kepada Allah Swt., ajakan beribadah, motivasi berhijrah, serta doa-doa harian. Pesan-pesan tersebut dikemas menggunakan bahasa yang sederhana dan singkat sehingga mudah dipahami oleh pengguna TikTok. Selain itu, akun ini memanfaatkan tulisan singkat yang relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga mampu menarik perhatian audiens di media sosial.

Berdasarkan tampilan akun pada Gambar 1.1, terlihat bahwa tingkat engagement akun @pemudahijrah85 cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari tiga video yang disematkan (*pinned*) pada bagian atas profil yang masing-masing memperoleh jumlah penayangan sangat besar. Video pertama

memperoleh sekitar 10,2 juta views, video kedua mencapai 14 juta views, dan video ketiga memperoleh sekitar 10,8 juta views. Selain jumlah penayangan yang tinggi, konten-konten tersebut juga mendapatkan jutaan likes serta ribuan komentar dari pengguna TikTok. Tingginya engagement tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mampu menarik perhatian audiens dan mendapatkan respons positif dari pengguna media sosial, khususnya remaja Muslim yang aktif menggunakan TikTok. Penelitian oleh Salsabila dalam *Jurnal Media dan Dakwah* menyebutkan bahwa tingginya interaksi audiens pada konten dakwah digital menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat terhadap pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui media sosial.⁹

Konten yang diunggah akun @pemudahijrah85 sebagian besar berisi pesan-pesan pengingat diri kepada Tuhan, ajakan untuk meningkatkan ibadah, memperbaiki diri, serta anjuran untuk selalu berdoa dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Pesan dakwah disampaikan melalui kutipan singkat, doa-doa harian, dan motivasi Islami yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Penyampaian pesan yang sederhana dan relevan dengan kondisi remaja membuat konten tersebut mudah diterima dan dipahami oleh audiens. Penelitian Ardiansyah dalam *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* menjelaskan bahwa isi pesan dalam dakwah digital memiliki peran penting dalam

⁹ Salsabila, "Interaksi Audiens pada Konten Dakwah Digital di TikTok," *Jurnal Media dan Dakwah* Vol. 4, No. 2 (2024), hlm 39.

memengaruhi pemahaman dan respons audiens terhadap nilai-nilai keagamaan yang disampaikan melalui media sosial.¹⁰

Selain isi pesan dakwah, akun @pemudahijrah85 juga memiliki ciri visual atau color branding yang konsisten pada unggahannya. Sebagian besar konten menggunakan dominasi warna gelap seperti hitam, coklat tua, dan biru gelap dengan pencahayaan redup. Penggunaan warna tersebut memberikan kesan tenang, reflektif, dan religius sehingga mendukung suasana konten dakwah yang disampaikan. Selain itu, teks berwarna putih yang ditampilkan di tengah video membuat pesan lebih mudah dibaca dan menjadi fokus utama audiens. Konsistensi penggunaan warna dan tampilan visual tersebut menjadi identitas visual akun @pemudahijrah85 sehingga kontennya mudah dikenali oleh pengikutnya di TikTok. Penelitian Kurniawan dalam Jurnal Desain Komunikasi Visual menjelaskan bahwa konsistensi visual dalam media sosial berperan penting dalam membangun identitas dan daya ingat audiens terhadap suatu akun digital.¹¹

Konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial pada dasarnya mengandung pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada audiens. Pesan dakwah tersebut dapat berupa ajakan berbuat baik, meningkatkan ibadah, memperbaiki akhlak, maupun menghindari perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam. Menurut Onong Uchjana Effendy, pesan komunikasi merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan komunikator

¹⁰ Ardiansyah, "Pesan Dakwah dalam Media Sosial TikTok," *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* Vol. 8, No. 1 (2022), hlm 61.

¹¹ Kurniawan, "Peran Visual Branding pada Media Sosial," *Jurnal Desain Komunikasi Visual* Vol. 5, No. 2 (2023), hlm 88.

kepada komunikan untuk tujuan tertentu.¹² Dalam konteks dakwah digital, pesan yang disampaikan melalui TikTok menjadi bagian penting dalam proses penyampaian nilai-nilai keagamaan kepada masyarakat.

Remaja sebagai pengguna aktif TikTok menjadi kelompok yang cukup rentan terhadap pengaruh media sosial. Pada masa remaja, individu cenderung berada pada tahap pencarian jati diri sehingga mudah dipengaruhi oleh lingkungan dan informasi yang mereka konsumsi melalui media digital. Penelitian Fitriani menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pembentukan pola pikir dan pemahaman keagamaan remaja karena tingginya intensitas penggunaan media digital dalam kehidupan sehari-hari.¹³ Selain itu, penelitian Nisa dalam Jurnal Psikologi Remaja menyebutkan bahwa remaja cenderung menjadikan media sosial sebagai sumber referensi dalam membentuk pandangan dan perilaku sosial mereka.¹⁴ Oleh karena itu, konten dakwah di TikTok dapat memberikan pengaruh positif apabila pesan yang disampaikan mengandung nilai-nilai keislaman yang sesuai dengan kebutuhan remaja.

Fenomena meningkatnya dakwah digital melalui TikTok menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi salah satu sarana penting dalam penyebaran ajaran Islam. TikTok memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara cepat dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif

¹² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 24.

¹³ Fitriani, "Pengaruh Media Sosial terhadap Pemahaman Keagamaan Remaja," *Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam* Vol. 5, No. 2 (2023), hlm 88.

¹⁴ Nisa, "Media Sosial dan Pembentukan Identitas Remaja," *Jurnal Psikologi Remaja* Vol. 2, No. 1 (2023), hlm 44.

menggunakan media sosial. Penelitian Maulana dan Putri menyebutkan bahwa TikTok efektif digunakan sebagai media dakwah karena mampu memperluas jangkauan penyebaran pesan keagamaan dan mempermudah interaksi antara pembuat konten dengan audiens.¹⁵ Oleh karena itu, penelitian mengenai makna pesan dakwah pada konten TikTok menjadi penting dilakukan untuk mengetahui pesan-pesan apa saja yang disampaikan dalam konten dakwah tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Makna Pesan Dakwah pada Konten TikTok Akun @pemudahijrah85”**. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terkandung dalam konten TikTok akun @pemudahijrah85 serta bagaimana pesan-pesan dakwah tersebut disampaikan kepada audiens melalui media sosial TikTok.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok @pemudahijrah85.
2. Konten yang dianalisis dibatasi pada beberapa video yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti jumlah penonton, tingkat interaksi (like, komentar), dan relevansi dengan tema dakwah.
3. Subjek penelitian adalah pengikut akun tersebut.

¹⁵ Maulana dan Putri, “TikTok sebagai Media Dakwah Digital bagi Generasi Z,” *Jurnal Dakwah Media Digital* Vol. 4, No. 1 (2024), hlm 41.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimana makna pesan dakwah dalam konten TikTok akun @pemudahijrah85?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni ntuk menganalisis makna pesan dakwah dalam konten TikTok akun @pemudahijrah85.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari proses penelitian, hendaknya dapat diambil manfaatnya baik bagi penulis maupun pembaca.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi dakwah dan semiotika media digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas dakwah di media sosial.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Content Creator Dakwah

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi dalam membuat konten dakwah yang lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik remaja.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman dalam menafsirkan pesan dakwah di media sosial secara lebih kritis dan bijak.

3) Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang komunikasi dakwah dan media digital.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan dibutuhkan oleh peneliti untuk menjadi bahan referensi dan gambaran bagaimana penelitian ini akan berlangsung, juga untuk mencari informasi-informasi tambahan mengenai penelitian yang penulis lakukan sendiri. Penelitian terdahulu juga berguna untuk menguatkan bahwa pembahasan yang penulis teliti sama sekali belum pernah diteliti.

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Relevan

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Askolani dkk., “Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce dalam Memaknai Pesan Dakwah pada Akun TikTok	Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika untuk menganalisis pesan dakwah dalam konten TikTok. Hasilnya menunjukkan bahwa pesan dakwah disampaikan melalui	Sama-sama menggunakan pendekatan semiotika dan objeknya konten dakwah di TikTok.	Penelitian terdahulu menggunakan semiotika Peirce, sedangkan penelitian ini menggunakan semiotika Barthes dan menambahkan

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
	@aabelkarimy” (2023) ¹⁶	tanda visual seperti ekspresi, simbol, dan narasi yang memiliki makna mendalam.		persepsi audiens.
2.	Sintia Putri Andani & Parihat Kamil, “Analisis Isi Pesan Dakwah Da’i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok” (2023) ¹⁷	Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media dakwah bagi remaja, dengan metode dakwah seperti hikmah, mauidzah hasanah, dan mujadalah.	Sama-sama membahas dakwah di TikTok dan remaja sebagai audiens.	Penelitian terdahulu fokus pada isi pesan dan metode dakwah, sedangkan penelitian ini fokus pada makna semiotika dan persepsi pengikut.
3.	Fara Suseno Putri, “Representasi Dakwah Islam di Kalangan Gen Z Indonesia: Analisis Media Sosial dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes” (2024) ¹⁸	Penelitian ini menemukan bahwa dakwah di TikTok membentuk makna melalui simbol, budaya populer, dan narasi yang sesuai dengan karakter Generasi Z.	Sama-sama menggunakan semiotika Barthes dan membahas Gen Z	Penelitian terdahulu tidak fokus pada satu akun tertentu dan tidak mengkaji persepsi audiens.
4	Lismawati dkk., “Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di	Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah di TikTok terbagi dalam kategori syariah ibadah	Sama-sama meneliti pesan dakwah di TikTok.	Penelitian terdahulu menggunakan analisis isi,

¹⁶ Muhammad Askolani, A. Hidayat, & F. Rahman, “Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce dalam Memaknai Pesan Dakwah pada Akun TikTok @aabelkarimy,” *Communicative: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, 2023, hlm. 112–125

¹⁷ Sintia Putri Andani & Parihat Kamil, “Analisis Isi Pesan Dakwah Da’i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2023.

¹⁸ Fara Suseno Putri, “Representasi Dakwah Islam di Kalangan Gen Z Indonesia: Analisis Media Sosial dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes,” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Nusantara*, Vol. 4, No. 1, 2024

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Media Sosial TikTok” (2023) ¹⁹	dan muamalah, serta disampaikan melalui konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.		sedangkan penelitian ini menggunakan semiotika dan persepsi.

¹⁹ Lismawati, dkk., “Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial TikTok,” Jurnal Bahasa, Komunikasi, dan Dakwah, 2023.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan isi atau materi yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dalam proses dakwah. Menurut Moh. Ali Aziz, pesan dakwah mencakup seluruh ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, baik yang berkaitan dengan akidah, syariah, maupun akhlak. Pesan tersebut bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Oleh karena itu, pesan dakwah menjadi unsur penting dalam mencapai tujuan dakwah.¹

Wahidin Saputra menjelaskan bahwa pesan dakwah adalah nilai-nilai Islam yang dikomunikasikan kepada masyarakat melalui berbagai bentuk komunikasi. Pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan dan pembentukan perilaku. Dalam penyampaiannya, pesan harus disesuaikan dengan karakteristik *mad'u* agar mudah dipahami. Dengan demikian, efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kualitas pesan yang disampaikan.²

Pesan dakwah mengalami berbagai bentuk inovasi dalam perkembangan teknologi. Menurut Majid, pesan dakwah saat ini dapat disampaikan melalui media sosial, video, podcast, maupun platform digital lainnya.

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 318.

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 247.

Penggunaan media digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.³ Namun, pesan yang disampaikan tetap harus berlandaskan pada nilai-nilai Islam dan etika komunikasi.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah merupakan seluruh ajaran dan nilai Islam yang disampaikan kepada *mad'u* melalui berbagai media komunikasi. Pesan dakwah berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, pendidikan, dan pembentukan perilaku sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, perkembangan teknologi menuntut pesan dakwah untuk disampaikan secara lebih kreatif tanpa mengurangi substansi keislamannya.

2. Karakteristik Pesan Dakwah

Menurut Moh. Ali Aziz, pesan dakwah memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari pesan komunikasi pada umumnya. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana pembinaan dan perubahan perilaku masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.⁴ Adapun karakteristik pesan dakwah meliputi sebagai berikut:

a. Bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis

Pesan dakwah harus berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran Islam.⁵ Oleh karena itu, isi pesan yang disampaikan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai dan prinsip-

³ Gita Tiara Fauzia Majid, "Pesan Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Persuasif: Analisis Strategi Penyampaian Nilai-Nilai Islam di Era Digital," *International Conference of Da'wa and Islamic Communication*, Vol. 1, No. 1, 2025, hlm. 105.

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 319.

⁵ Ibid., hlm. 320.

prinsip syariat Islam. Dengan berpedoman pada sumber yang autentik, pesan dakwah memiliki dasar yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Karakteristik ini menjadi pembeda utama antara pesan dakwah dengan pesan komunikasi lainnya.

b. Mengandung Nilai Kebenaran

Pesan dakwah berisi ajakan kepada kebaikan serta pencegahan terhadap kemungkaran.⁶ Nilai-nilai yang terkandung dalam pesan dakwah bertujuan untuk membimbing manusia menuju kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain memberikan informasi, pesan dakwah juga berfungsi sebagai pedoman dalam bersikap dan bertindak. Dengan demikian, pesan dakwah memiliki orientasi pada pembentukan pribadi yang lebih baik.

c. Bersifat Universal

Pesan dakwah ditujukan kepada seluruh umat manusia tanpa membedakan suku, ras, budaya, maupun status sosial.⁷ Ajaran yang terkandung dalam pesan dakwah dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi kehidupan. Sifat universal ini menjadikan pesan dakwah relevan untuk semua kalangan dan sepanjang zaman. Oleh karena itu, dakwah dapat diterima oleh masyarakat yang memiliki latar belakang yang beragam.

⁶ Ibid., hlm. 321.

⁷ Ibid., hlm. 322.

d. Bersifat Persuasif

Pesan dakwah disampaikan dengan cara yang bijaksana dan tidak mengandung unsur paksaan.⁸ Tujuannya adalah mengajak *mad'u* untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara sadar. Pendekatan persuasif memungkinkan terjadinya perubahan sikap dan perilaku yang lebih efektif. Melalui karakteristik ini, pesan dakwah mampu menyentuh aspek rasional maupun emosional penerima pesan.

e. Sesuai dengan Kondisi *Mad'u*

Pesan dakwah harus mempertimbangkan kondisi, kebutuhan, serta tingkat pemahaman *mad'u*.⁹ Penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik audiens akan memudahkan proses penerimaan dan pemahaman pesan. Selain itu, penggunaan bahasa yang tepat juga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah. Oleh karena itu, seorang *da'i* perlu memahami karakteristik *mad'u* sebelum menyampaikan pesan dakwah.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik pesan dakwah terletak pada sumbernya yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis, mengandung nilai kebenaran, bersifat universal, persuasif, serta disesuaikan dengan kondisi *mad'u*. Karakteristik tersebut menjadikan pesan dakwah memiliki fungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pembinaan dan perubahan

⁸ Ibid., hlm. 323.

⁹ Ibid., hlm. 324.

sosial. Dengan memperhatikan karakteristik tersebut, pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih efektif dan mudah diterima oleh masyarakat.

3. Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah

Menurut Moh. Ali Aziz, bentuk pesan dakwah merupakan cara atau bentuk penyampaian ajaran Islam kepada *mad'u* agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diamalkan dengan baik. Bentuk pesan dakwah dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat, media yang digunakan, serta tujuan yang ingin dicapai. Secara umum, bentuk pesan dakwah terbagi ke dalam tiga metode penyampaian utama, yaitu dakwah melalui lisan (*bil lisan*), tulisan (*bil kitabah*), dan perbuatan (*bil hal*). Ketiga bentuk tersebut memiliki fungsi yang sama, yaitu menyampaikan ajaran Islam dan mengajak manusia kepada kebaikan.¹⁰

a. Dakwah *Bil Lisan*

Dakwah *bil lisan* merupakan penyampaian pesan dakwah melalui ucapan atau komunikasi verbal.¹¹ Bentuk dakwah ini dapat dilakukan melalui ceramah, khutbah, pengajian, diskusi, maupun nasihat secara langsung kepada masyarakat. Dakwah *bil lisan* menjadi salah satu bentuk dakwah yang paling banyak digunakan karena memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara *da'i* dan *mad'u*. Melalui komunikasi verbal, pesan dakwah dapat dijelaskan secara rinci dan disesuaikan dengan respons audiens.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 348.

¹¹ Ibid., hlm. 349.

b. Dakwah *Bil Kitabah*

Dakwah bil kitabah adalah penyampaian pesan dakwah melalui media tulisan.¹² Bentuk dakwah ini dapat berupa buku, artikel, majalah, surat kabar, maupun konten digital yang dipublikasikan melalui internet dan media sosial. Perkembangan teknologi informasi membuat dakwah bil kitabah semakin mudah dilakukan dan mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas. Selain itu, pesan yang disampaikan dalam bentuk tulisan dapat dibaca kembali sehingga memudahkan proses pemahaman.

c. Dakwah *Bil Hal*

Dakwah bil hal merupakan penyampaian pesan dakwah melalui tindakan nyata dan keteladanan dalam kehidupan sehari-hari.¹³ Bentuk dakwah ini dilakukan dengan menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam sehingga dapat menjadi contoh bagi masyarakat. Dakwah bil hal dianggap efektif karena *mad'u* dapat melihat secara langsung penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, dakwah tidak hanya dilakukan melalui perkataan dan tulisan, tetapi juga melalui perbuatan yang mencerminkan akhlak mulia.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bentuk pesan dakwah terdiri atas bil lisan, bil kitabah, dan bil hal. Ketiga bentuk tersebut saling melengkapi dalam proses penyampaian ajaran Islam kepada

¹² Ibid., hlm. 351.

¹³ Ibid., hlm. 353.

masyarakat. Pemilihan bentuk pesan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi *mad'u* dan media yang digunakan agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif.¹⁴

4. Kategori Pesan Dakwah

Menurut Enjang AS dan Aliyudin, pesan dakwah merupakan materi yang disampaikan kepada *mad'u* yang bersumber dari ajaran Islam. Materi tersebut pada dasarnya mencakup seluruh aspek kehidupan manusia yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis.¹⁵ Secara umum, kategori pesan dakwah dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak.¹⁶ Ketiga kategori tersebut saling berkaitan dalam membentuk kepribadian Muslim yang utuh.

a. Pesan Dakwah Akidah

Pesan dakwah akidah berkaitan dengan aspek keimanan dan keyakinan seorang Muslim terhadap Allah SWT. Materi akidah meliputi keimanan kepada Allah, malaikat, kitab-kitab Allah, rasul, hari akhir, serta qada dan qadar.¹⁷ Pesan akidah bertujuan menanamkan keyakinan yang benar sehingga menjadi landasan dalam menjalankan kehidupan. Oleh karena itu, akidah sering disebut sebagai dasar dari seluruh ajaran Islam.

¹⁴ Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, Al Munzir, Vol.9.No. 1 . Hlm 35

¹⁵ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2016), hlm. 80.

¹⁶ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hlm. 95.

¹⁷ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, hlm. 82.

b. Pesan Dakwah Syariah

Pesan dakwah syariah berkaitan dengan aturan dan ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan Allah maupun sesama manusia. Kategori ini mencakup ibadah seperti salat, puasa, zakat, dan haji serta berbagai bentuk muamalah dalam kehidupan sosial.¹⁸ Melalui pesan syariah, umat Islam diberikan pedoman dalam menjalankan kehidupan sesuai dengan ketentuan agama. Dengan demikian, syariah berfungsi sebagai bentuk implementasi dari keimanan yang dimiliki seseorang.

c. Pesan Dakwah Akhlak

Pesan dakwah akhlak berkaitan dengan pembentukan perilaku dan karakter manusia. Materi akhlak mencakup hubungan manusia dengan Allah SWT, sesama manusia, dan lingkungan sekitarnya.¹⁹ Pesan akhlak bertujuan membentuk pribadi yang memiliki moral dan etika sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh sebab itu, akhlak menjadi salah satu indikator keberhasilan dakwah dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kategori pesan dakwah terdiri atas akidah, syariah, dan akhlak. Ketiga kategori tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam ajaran Islam. Melalui penyampaian pesan yang mencakup ketiga aspek tersebut, tujuan dakwah untuk membentuk manusia yang beriman, taat beribadah, dan berakhlak mulia dapat tercapai secara optimal.

¹⁸ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah*, hlm. 97.

¹⁹ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, hlm. 85.

5. Prinsip-Prinsip Penyampaian Dakwah

Prinsip penyampaian pesan dakwah merupakan pedoman yang harus diperhatikan oleh seorang *da'i* agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*. Dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125, Allah SWT memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*.²⁰ Ketiga prinsip tersebut menjadi dasar dalam menyampaikan ajaran Islam secara bijaksana dan efektif. Menurut Aliyudin, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian.²¹

a. Hikmah

Hikmah berarti menyampaikan pesan dakwah dengan kebijaksanaan serta mempertimbangkan kondisi dan karakteristik *mad'u*.²² Seorang *da'i* perlu memahami latar belakang, tingkat pendidikan, dan kebutuhan audiens sebelum menyampaikan pesan dakwah. Dengan pendekatan yang bijaksana, pesan dakwah akan lebih mudah diterima dan dipahami. Oleh karena itu, hikmah menjadi prinsip utama dalam proses komunikasi dakwah.

b. Mau'izhah Hasanah

Mau'izhah hasanah berarti memberikan nasihat atau pelajaran dengan cara yang baik dan menyentuh hati.²³ Prinsip ini menekankan penggunaan bahasa yang santun, lembut, dan tidak menyinggung

²⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. An-Nahl [16]: 125.

²¹ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hlm. 112.

²² Ibid., hlm. 114.

²³ Ibid., hlm. 116.

perasaan *mad'u*. Melalui nasihat yang baik, *mad'u* akan lebih terbuka untuk menerima pesan yang disampaikan. Dengan demikian, dakwah dapat berlangsung secara persuasif tanpa adanya unsur paksaan.

c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*

Mujadalah billati hiya ahsan berarti berdiskusi atau berdialog dengan cara yang terbaik.²⁴ Prinsip ini digunakan ketika terjadi perbedaan pendapat atau pemahaman antara *da'i* dan *mad'u*. Dalam pelaksanaannya, seorang *da'i* harus menghormati lawan bicara, menghindari perdebatan yang bersifat merendahkan, serta mengutamakan argumentasi yang baik. Oleh sebab itu, dialog yang dilakukan dapat menciptakan suasana yang kondusif dan saling menghargai.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa prinsip penyampaian pesan dakwah terdiri atas *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Ketiga prinsip tersebut menjadi pedoman bagi *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam secara efektif dan sesuai dengan kondisi *mad'u*. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, pesan dakwah dapat diterima dengan lebih baik dan mampu memberikan pengaruh positif bagi masyarakat.

B. Aplikasi Tiktok

1. Pengertian Aplikasi Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan

²⁴ Ibid., hlm. 118.

mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

2. Sejarah Aplikasi Tiktok

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer asal Tiongkok. ByteDance Inc, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video music dan jejaring sosial bernama Tiktok. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, tik tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang (2018) jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun pernah diblokir pada 3 Juli

2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Banyak juga dari setiap orang atau setiap individu yang mencoba eksis seperti Bowo dan Nuraini, bagi pengguna tiktok dengan menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ajang eksistensi diri dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh serta menggunakan media sosial tiktok. Hal tersebut membuat para pengguna merasa senang karena bisa terhibur jika mereka menggunakan video tersebut.²⁵

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tiktok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

²⁵ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Jurnal Komunikasi. Vol. 14 No. 2. Hlm 136

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tiktok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi Tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.²⁶

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal

²⁶ Ibid. 138

tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang Tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi Tiktok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi Tiktok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti Tiktok.²⁷

²⁷ Ibid. 140

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dengan hasil akhir berupa kata-kata tertulis. Menurut Bodgan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk diperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.¹

Penelitian ini menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi, yaitu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis makna pesan dakwah pada konten TikTok akun @pemudahijrah85. Data yang diperoleh peneliti berasal dari dokumentasi video TikTok yang telah dipilih sesuai dengan fokus penelitian. Dalam proses analisis data, peneliti mengidentifikasi objek yang diteliti, kemudian memaparkan serta menafsirkan makna pesan dakwah yang terkandung dalam konten video akun TikTok @pemudahijrah85.

¹ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), hal. 4

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif ialah sifat penelitian yang memaparkan fenomena yang ada menggunakan data yang diteliti dan dijelaskan secara sistematis.² Penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai makna pesan dakwah pada konten TikTok akun @pemudahijrah85.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan pendekatan nonstatistik dan bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam.³ Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan secara sistematis mengenai makna pesan dakwah yang terdapat dalam konten TikTok akun @pemudahijrah85.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yakni:

1. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari konten video atau audio visual yang diunggah oleh akun TikTok @pemudahijrah85. Data primer tersebut merupakan sumber utama yang digunakan untuk menjawab pokok permasalahan penelitian mengenai makna pesan dakwah pada konten TikTok @pemudahijrah85. Meskipun akun tersebut telah mengunggah sebanyak 526 konten, penelitian ini hanya menganalisis 3 konten dakwah yang dipilih secara

² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021): 6.

³ Salim and Syahrur, *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2012): 41.

purposive berdasarkan kriteria tertentu. Ketiga video tersebut memiliki tingkat *engagement* tertinggi, ditunjukkan dengan jumlah tayangan, tanda suka, dan komentar yang jauh lebih tinggi dibandingkan konten lainnya. Selain itu, ketiga video tersebut dinilai mewakili karakteristik pesan dakwah yang secara konsisten disampaikan oleh akun @pemudahijrah85. Pemilihan tiga video ini dilakukan agar proses analisis dapat dilakukan secara lebih mendalam sesuai dengan pendekatan penelitian kualitatif, yang lebih mengutamakan kedalaman analisis terhadap data daripada banyaknya jumlah data yang diteliti.

Pemilihan ketiga konten dakwah dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun indikator pemilihan video dalam penelitian ini meliputi:

1. Video merupakan konten yang diunggah pada akun TikTok @pemudahijrah85.
2. Video memiliki tingkat *engagement* yang tinggi, ditunjukkan oleh jumlah tayangan (*views*), tanda suka (*likes*), komentar, dan pembagian ulang (*shares*).
3. Video memuat pesan dakwah Islam yang berkaitan dengan ajakan beribadah, penguatan akidah, akhlak, motivasi berhijrah, atau pengingat kepada Allah Swt.
4. Video dianggap mewakili karakteristik penyampaian dakwah yang konsisten digunakan oleh akun TikTok @pemudahijrah85.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, surat kabar, internet, majalah, catatan dan transkrip serta dokumentasi.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.⁴ Observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat disebut juga pengamatan langsung artinya penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, dan rekaman suara.⁵

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membuka aplikasi TikTok, kemudian mencari akun TikTok @pemudahijrah85. Setelah itu, peneliti memilih beberapa video yang mengandung pesan dakwah dengan tema yang berbeda. Video tersebut kemudian ditonton, diamati, dan didokumentasikan untuk dianalisis lebih lanjut. Selanjutnya, peneliti menganalisis makna pesan dakwah yang terdapat dalam video.

⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 171

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan...* h.152

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diambil dari data yang sudah jadi. Pengambilan data secara dokumentasi bisa untuk data dalam bentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi dan peraturan kebijakan⁶. Mengacu pada pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data dengan cara mengumpulkan video-video konten dakwah dari akun TikTok @pemudahijrah85. Video-video yang dikumpulkan merupakan konten yang telah dipilih berdasarkan tema yang sesuai dengan fokus penelitian mengenai makna pesan dakwah.

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai sumber pendukung dalam proses pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mendokumentasikan konten-konten yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu video dakwah yang diunggah pada akun TikTok @pemudahijrah85. Dokumentasi tersebut digunakan untuk membantu peneliti dalam menganalisis makna pesan dakwah pada konten TikTok @pemudahijrah85.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teknik.⁷ Triangulasi teknik digunakan untuk menguji

⁶ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Press, 2020): 69.

⁷ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020): 70.

kredibilitas data melalui pemeriksaan data dari sumber yang sama menggunakan metode yang berbeda. sebagai contoh, data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Ketika hasil dari pengujian data berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi dengan sumber data untuk memastikan kebenaran data, atau data tersebut benar seluruhnya, namun dengan sudut pandang yang berbeda.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles and Huberman. Analisis data dilakukan saat penelitian sedang berlangsung dan setelah selesai dalam waktu tertentu. Saat wawancara peneliti sudah menganalisis jawaban yang diterima. Bila jawaban yang diterima belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan wawancara lagi sehingga mendapatkan data yang kredibel.

Tahap-tahap yang dilakukan peneliti untuk menganalisa data dalam penelitian ini yakni: ⁸

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Memilih dan merangkum data yang penting serta sesuai dengan fokus penelitian mengenai makna pesan dakwah pada konten TikTok akun @pemudahijrah85. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengelompokan data yang telah diperoleh untuk mempermudah proses analisis data.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*: 321.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data yang dilakukan peneliti yakni dengan menarasikan mengenai data yang sudah dipilih sesuai dengan tema yang sudah diangkat.

3. *Conclusion Verification* (Penarikan Kesimpulan)

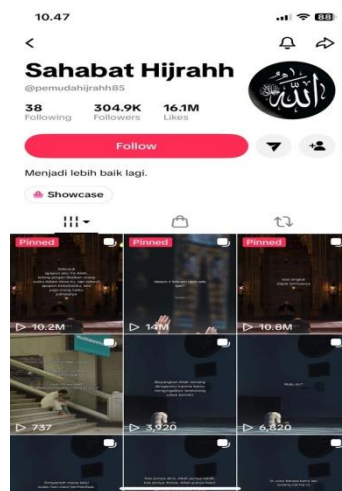
Pada tahap ini yakni dilakukan penarikan kesimpulan oleh peneliti guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambar 4.1
Akun TikTok @pemudahijrah85



Akun TikTok @pemudahijrah85 merupakan salah satu akun media sosial yang aktif menyebarkan konten-konten dakwah Islam melalui platform TikTok. Kehadiran akun ini menunjukkan bagaimana perkembangan teknologi dan media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Melalui berbagai unggahan video pendek yang dikemas secara menarik, akun ini berupaya menyampaikan nilai-nilai Islam dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial, terutama kalangan remaja dan generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna TikTok.

Konten yang dipublikasikan oleh akun @pemudahijrah85 mencakup berbagai tema keislaman, seperti akidah, akhlak, ibadah, motivasi hidup, hijrah, muhasabah diri, serta ajakan untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Selain itu, beberapa konten juga berisi nasihat-nasihat keagamaan yang dikaitkan dengan permasalahan kehidupan sehari-hari sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih relevan dengan pengalaman audiens. Penyajian konten yang singkat namun padat membuat pesan dakwah dapat diterima dengan lebih mudah oleh pengguna media sosial yang cenderung menyukai informasi yang cepat dan praktis.

Sebagai media dakwah digital, akun @pemudahijrah85 memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di TikTok, seperti penggunaan audio, teks, ilustrasi visual, dan narasi yang menarik. Kombinasi unsur-unsur tersebut mampu meningkatkan daya tarik konten sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, TikTok melalui akun ini juga digunakan sebagai sarana edukasi keagamaan yang bertujuan memberikan pemahaman serta mengajak masyarakat untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan akun TikTok @pemudahijrah85 sebagai objek penelitian karena akun tersebut secara konsisten memproduksi konten yang mengandung unsur dakwah. Selain itu, akun ini memiliki tingkat interaksi yang cukup tinggi yang dapat dilihat dari jumlah tayangan, tanda suka (likes), komentar, dan jumlah pembagian ulang (shares) pada setiap unggahan. Tingginya respons audiens menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan memiliki daya tarik dan mampu memperoleh perhatian dari pengguna TikTok.

Peneliti kemudian memilih beberapa konten yang dianggap paling representatif untuk dianalisis. Pemilihan konten dilakukan berdasarkan kriteria

tertentu, seperti adanya unsur dakwah yang jelas, relevansi dengan tujuan penelitian, serta tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Konten-konten tersebut dianalisis secara mendalam untuk menemukan makna pesan dakwah yang terkandung di dalamnya, baik yang disampaikan secara langsung maupun melalui simbol, narasi, dan visual yang digunakan.

Melalui analisis terhadap konten-konten tersebut, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana pesan dakwah dikonstruksikan dan disampaikan kepada audiens melalui media sosial TikTok. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk dan makna pesan dakwah yang terdapat dalam konten akun @pemudahijrah85 serta menunjukkan peran media sosial sebagai salah satu sarana dakwah yang efektif pada era digital saat ini.

B. Konten TikTok @pemudahijrah85

Konten yang diunggah oleh akun TikTok @pemudahijrah85 didominasi oleh video-video pendek yang berisi pesan dakwah Islam. Konten tersebut dikemas secara sederhana, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan pengguna media sosial, khususnya remaja dan generasi muda. Penyampaian pesan dilakukan melalui kombinasi visual, audio, teks, serta narasi yang saling mendukung sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih efektif oleh audiens.

Konten-konten yang dipublikasikan oleh akun @pemudahijrah85 membahas berbagai aspek ajaran Islam yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Tema-tema yang sering muncul meliputi keimanan kepada Allah SWT,

pentingnya menjalankan ibadah, menjaga akhlak, motivasi untuk berhijrah menjadi pribadi yang lebih baik, serta berbagai nasihat yang bertujuan meningkatkan kesadaran spiritual masyarakat. Selain itu, terdapat pula konten yang mengingatkan audiens mengenai pentingnya bersabar dalam menghadapi ujian hidup, bersyukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT, dan menjauhi perbuatan yang dilarang dalam Islam.

Karakteristik utama dari konten akun @pemudahijrah85 adalah penggunaan bahasa yang komunikatif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pesan dakwah tidak disampaikan dalam bentuk ceramah yang panjang, melainkan dikemas dalam format singkat yang sesuai dengan karakteristik platform TikTok. Dengan demikian, audiens dapat memahami inti pesan dalam waktu yang relatif singkat tanpa kehilangan makna yang ingin disampaikan.

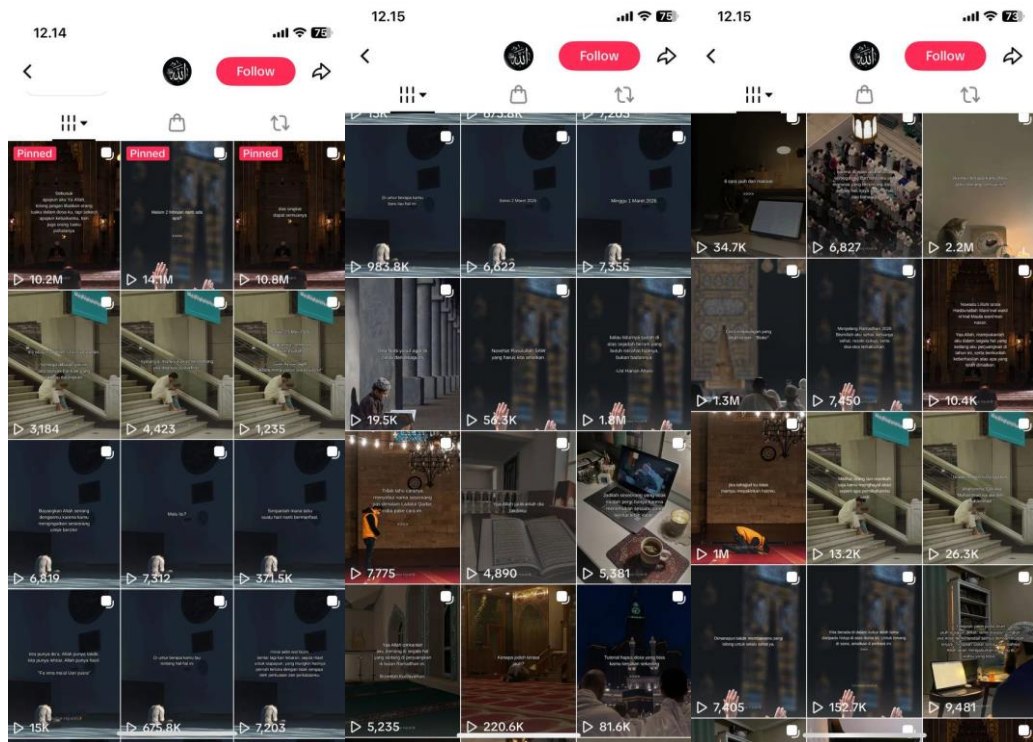
Akun ini juga memanfaatkan berbagai elemen visual untuk memperkuat pesan dakwah. Penggunaan gambar, video ilustratif, kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, serta tulisan-tulisan motivatif menjadi bagian penting dalam penyampaian pesan. Elemen-elemen tersebut berfungsi untuk menarik perhatian audiens sekaligus membantu memperjelas makna yang terkandung dalam konten.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, setiap konten yang diunggah tidak hanya bertujuan memberikan informasi keagamaan, tetapi juga mengajak audiens untuk melakukan refleksi diri terhadap perilaku dan kehidupan yang dijalani. Melalui pendekatan tersebut, konten dakwah yang disajikan mampu memberikan motivasi kepada audiens untuk memperbaiki diri, meningkatkan kualitas ibadah, dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti memilih beberapa konten yang dianggap relevan dengan fokus penelitian mengenai makna pesan dakwah. Konten-konten tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui pesan yang disampaikan serta makna yang terkandung di dalamnya. Analisis dilakukan dengan memperhatikan unsur verbal maupun nonverbal yang muncul dalam setiap unggahan, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pesan dakwah yang disebarkan melalui akun TikTok @pemudahijrah85.

Akun TikTok @pemudahijrah85 menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Kehadiran konten-konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media informasi keagamaan, tetapi juga sebagai media edukasi dan motivasi yang dapat memengaruhi pola pikir serta perilaku audiens ke arah yang lebih positif sesuai dengan ajaran Islam.

Gambar 4.2
Postingan Konten pada Akun TikTok @pemudahijrah85



Gambar 4.3
Unggahan dengan Tema Doa



Video TikTok yang diunggah oleh akun @pemudahijrah85 pada tanggal 30 Januari 2025 merupakan salah satu konten yang disematkan (*pinned*) pada profil akun tersebut. Video ini mendapatkan respons yang sangat tinggi dari pengguna TikTok, dengan jumlah penayangan mencapai 10,8 juta kali, memperoleh 1,4 juta tanda suka (*likes*), 22.334 komentar, 603,8 ribu kali disimpan (*saves*), dan 74,8 ribu kali dibagikan (*shares*). Tingginya angka interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten yang disajikan memiliki daya tarik yang kuat dan mampu menjangkau audiens dalam jumlah yang besar. Besarnya respons yang diberikan pengguna juga menunjukkan adanya efek (*atsar*) dakwah berupa perhatian, keterlibatan, dan antusiasme audiens terhadap pesan yang disampaikan.⁵⁷

Konten video ini berisi pengingat mengenai doa-doa singkat yang dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui video tersebut, audiens diajak untuk membiasakan diri membaca doa dalam berbagai aktivitas sebagai bentuk kedekatan seorang hamba dengan Allah SWT. Doa-doa yang disampaikan merupakan doa yang mudah dihafalkan dan dapat diterapkan dalam rutinitas harian sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengamalkannya secara konsisten. Berdasarkan isi pesannya, materi (*maddah*) dakwah dalam video ini termasuk kategori akidah dan syariah karena mengajak umat Islam untuk senantiasa mengingat Allah SWT melalui doa sebagai bagian dari ibadah sehari-hari.⁵⁸

⁵⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 95–98.

⁵⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 318–327.

Penyajian konten dilakukan secara sederhana dan mudah dipahami. Dalam video tersebut ditampilkan bacaan doa beserta pengingat mengenai pentingnya mengamalkan doa dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan bahasa yang singkat dan jelas membuat pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna platform TikTok. Selain itu, format video yang ringkas juga memungkinkan audiens untuk menonton kembali dan menghafalkan doa yang disampaikan. Dari bentuk penyampaian, konten ini termasuk dakwah bil kitabah karena pesan disampaikan melalui tulisan yang ditampilkan pada layar, serta didukung oleh dakwah bil lisan melalui narasi yang menyertai video.⁵⁹ Adapun unsur-unsur dakwah yang terdapat pada konten ini meliputi da'i, yaitu akun TikTok @pemudahijrah85 sebagai penyampai pesan; mad'u, yaitu pengguna TikTok, khususnya remaja dan Generasi Z sebagai sasaran dakwah; maddah, yaitu ajakan mengamalkan doa-doa harian; wasilah, yaitu media sosial TikTok sebagai sarana penyampaian dakwah; thariqah, yaitu penyampaian pesan secara singkat, persuasif, dan komunikatif melalui video berdurasi pendek; serta atsar, yaitu tingginya interaksi audiens yang tercermin dari jumlah tayangan, tanda suka, komentar, penyimpanan, dan pembagian ulang video.⁶⁰

Video ini mengandung pesan dakwah yang menekankan pentingnya mengingat Allah SWT dalam setiap aktivitas. Doa yang diajarkan tidak hanya berfungsi sebagai bacaan rutin, tetapi juga sebagai sarana untuk menumbuhkan kesadaran spiritual dan memperkuat hubungan seorang muslim dengan Tuhannya.

⁵⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 11–15

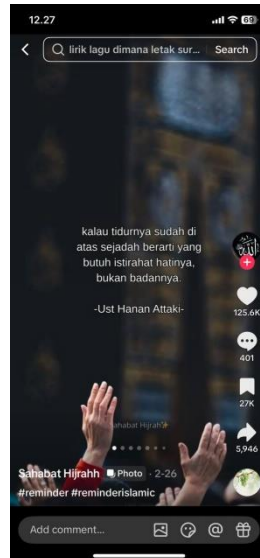
⁶⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 75–98.

Melalui pembiasaan membaca doa, seorang muslim diingatkan untuk selalu memohon perlindungan, keberkahan, dan petunjuk dari Allah SWT dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Konten ini juga menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman yang praktis dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Tingginya jumlah penayangan, komentar, simpanan, dan pembagian ulang menunjukkan bahwa audiens tidak hanya mengonsumsi konten tersebut sebagai hiburan, tetapi juga menjadikannya sebagai sumber pengetahuan dan pengingat keagamaan. Banyaknya pengguna yang menyimpan video tersebut mengindikasikan bahwa konten doa harian dianggap bermanfaat untuk dipelajari kembali dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hal tersebut, video unggahan akun @pemudahijrah85 tanggal 30 Januari 2025 dapat dikategorikan sebagai konten dakwah yang berfokus pada penguatan praktik keagamaan melalui pembiasaan doa sehari-hari. Konten ini tidak hanya memberikan informasi mengenai bacaan doa, tetapi juga mengajak audiens untuk menerapkan ajaran Islam secara sederhana dalam aktivitas keseharian. Dengan demikian, video tersebut mengandung pesan dakwah yang bertujuan meningkatkan kesadaran religius dan membangun kebiasaan positif di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda pengguna media sosial.

Gambar 4.4
Unggahan dengan Tema Peningat Ibadah



Video TikTok yang diunggah oleh akun @pemudahijrah85 pada tanggal 26 Februari 2026 merupakan salah satu konten dakwah yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pengguna TikTok. Video tersebut telah ditonton sebanyak 1,8 juta kali, memperoleh 125,6 ribu tanda suka (*likes*), 401 komentar, 27 ribu kali disimpan (*saves*), serta 5.946 kali dibagikan (*shares*). Tingginya jumlah interaksi tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dalam video mampu menarik perhatian audiens dan dianggap relevan dengan kehidupan sehari-hari. Respons yang diberikan oleh pengguna TikTok juga menunjukkan adanya *atsar* (efek dakwah), yaitu munculnya perhatian, keterlibatan, dan penyebaran pesan dakwah melalui berbagai bentuk interaksi di media sosial.⁶¹

Konten video ini berisi sebuah *Islamic reminder* yang mengajak audiens untuk senantiasa mengingat kebesaran dan kekuasaan Allah SWT dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Pesan utama yang disampaikan adalah

⁶¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 95–98.

agar manusia tidak mudah merasa lelah, putus asa, atau menyerah terhadap ujian hidup karena selalu ada Allah SWT yang mengatur segala sesuatu dengan kehendak dan kekuasaan-Nya. Melalui pesan tersebut, audiens diingatkan bahwa setiap kesulitan yang dialami merupakan bagian dari ketetapan Allah yang mengandung hikmah dan pelajaran bagi hamba-Nya. Berdasarkan isi pesannya, materi (maddah) dakwah dalam video ini termasuk kategori akidah karena menanamkan keyakinan kepada kekuasaan Allah SWT, sekaligus mengandung nilai akhlak berupa anjuran untuk bersabar, bertawakal, dan tetap berprasangka baik kepada Allah SWT.⁶²

Disampaikan dalam video tersebut bahwa kehidupan tidak selalu berjalan sesuai dengan harapan manusia. Berbagai masalah, kegagalan, dan cobaan sering kali membuat seseorang merasa lemah dan kehilangan semangat. Namun, sebagai seorang muslim, keadaan tersebut tidak seharusnya membuat seseorang berputus asa karena Allah SWT senantiasa hadir dan mengetahui setiap kesulitan yang dialami oleh hamba-Nya. Oleh karena itu, manusia dianjurkan untuk tetap bersabar, berikhtiar, dan bertawakal kepada Allah SWT. Penyampaian pesan dilakukan secara persuasif dengan menggunakan kalimat motivatif yang dekat dengan pengalaman kehidupan sehari-hari sehingga mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Cara penyampaian tersebut merupakan thariqah (metode) dakwah yang menyesuaikan karakteristik pengguna media sosial, khususnya generasi muda.⁶³

⁶² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 318–327.

⁶³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 83–90.

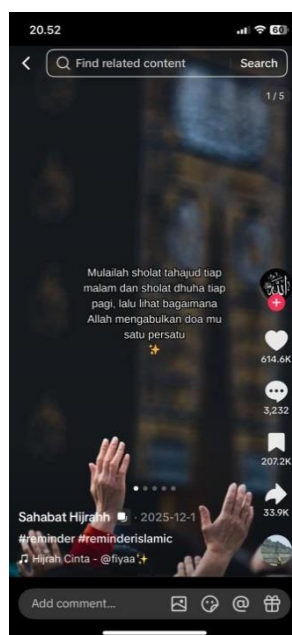
Video ini mengandung pesan dakwah yang menekankan pentingnya keimanan kepada Allah SWT sebagai sumber kekuatan dalam menjalani kehidupan. Pesan tersebut mengajarkan bahwa keyakinan terhadap kekuasaan Allah dapat memberikan ketenangan hati, harapan, serta motivasi untuk terus melangkah meskipun sedang menghadapi berbagai tantangan. Dengan mengingat Allah SWT, seseorang akan memiliki keyakinan bahwa tidak ada masalah yang terlalu besar bagi-Nya dan bahwa setiap kesulitan pada akhirnya akan digantikan dengan kemudahan sesuai dengan kehendak-Nya.

Banyaknya pengguna yang memberikan tanda suka, menyimpan, dan membagikan video tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan mampu menyentuh pengalaman emosional audiens. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang berisi penguatan spiritual dan motivasi keagamaan memiliki daya tarik tersendiri di kalangan pengguna media sosial. Audiens tidak hanya menerima pesan sebagai informasi, tetapi juga sebagai pengingat yang dapat memberikan ketenangan dan semangat dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil pengamatan, video unggahan tanggal 26 Februari 2026 ini mengandung makna dakwah yang berfokus pada penguatan akidah, khususnya keyakinan terhadap kekuasaan dan pertolongan Allah SWT. Melalui pesan "jangan lelah dengan kehidupan karena kita punya Allah", konten tersebut mengajak audiens untuk senantiasa menjaga keimanan, memperkuat rasa tawakal, serta menumbuhkan optimisme dalam menghadapi berbagai ujian kehidupan. Dari bentuk penyampaiannya, konten ini memadukan dakwah bil lisan melalui narasi yang disampaikan dalam video dan dakwah bil kitabah melalui kalimat-kalimat

motivasi yang ditampilkan dalam bentuk tulisan pada layar. Unsur-unsur dakwah yang terdapat dalam konten ini meliputi da'i, yaitu akun TikTok @pemudahijrah85 sebagai penyampai pesan; mad'u, yaitu pengguna TikTok, khususnya remaja dan Generasi Z sebagai sasaran dakwah; maddah, yaitu penguatan akidah, kesabaran, dan tawakal kepada Allah SWT; wasilah, yaitu media sosial TikTok sebagai sarana penyampaian dakwah; thariqah, yaitu penyampaian pesan secara singkat, persuasif, dan inspiratif melalui video berdurasi pendek; serta atsar, yaitu tingginya respons audiens yang tercermin dari jumlah tayangan, tanda suka, komentar, penyimpanan, dan pembagian ulang video. Dengan demikian, video ini tidak hanya berfungsi sebagai media pengingat, tetapi juga sebagai sarana membangun kesadaran spiritual dan keteguhan hati dalam menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam.⁶⁴

Gambar 4.5
Unggahan dengan Tema Pengingat Sholat Tahajud



⁶⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 11–15; Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 75–98.

Video TikTok yang diunggah oleh akun @pemudahijrah85 pada tanggal 1 Desember 2025 menunjukkan tingkat keterlibatan (*engagement*) yang sangat tinggi dari pengguna media sosial. Unggahan tersebut telah ditonton sebanyak 6,7 juta kali, memperoleh 614,6 ribu tanda suka, 3.232 komentar, 207,2 ribu kali disimpan, serta 33,9 ribu kali dibagikan. Tingginya angka interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten yang disajikan mampu menarik perhatian audiens dan mendapatkan respons positif dari pengguna TikTok. Hal ini mengindikasikan bahwa tema yang diangkat dalam video memiliki relevansi yang kuat dengan kebutuhan dan minat audiens. Tingginya jumlah interaksi tersebut juga menunjukkan adanya *atsar* (efek dakwah), yaitu munculnya perhatian, keterlibatan, dan penyebaran pesan dakwah oleh pengguna media sosial.⁶⁵

Konten video tersebut berisi pesan dakwah yang mengingatkan pentingnya melaksanakan salat tahajud sebagai salah satu ibadah yang memiliki banyak keutamaan. Dalam video dijelaskan bahwa tahajud bukan sekadar ibadah sunnah, tetapi juga menjadi bentuk pendekatan diri kepada Allah SWT yang dapat memberikan ketenangan batin dan kekuatan spiritual. Audiens diajak untuk memanfaatkan waktu sepertiga malam terakhir sebagai kesempatan terbaik untuk beribadah dan berdoa kepada Allah SWT. Pesan yang disampaikan menekankan bahwa kebiasaan melaksanakan tahajud dapat membantu seorang Muslim meningkatkan kualitas hubungannya dengan Allah. Berdasarkan isi pesannya, materi (*maddah*) dakwah dalam video ini termasuk kategori syariah karena

⁶⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 95–98.

berkaitan dengan pelaksanaan ibadah salat tahajud, sekaligus mengandung nilai akhlak berupa pembiasaan ibadah dan peningkatan kedisiplinan spiritual.⁶⁶

Selain mengajak untuk melaksanakan salat tahajud, video tersebut juga menjelaskan berbagai keutamaan yang dapat diperoleh dari ibadah tersebut. Tahajud digambarkan sebagai salah satu amalan yang dapat mendatangkan keberkahan, memperkuat keimanan, serta menjadi sarana untuk memohon kemudahan dalam berbagai urusan kehidupan. Pesan ini disampaikan dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan pengguna media sosial. Dengan penyampaian yang ringan dan komunikatif, audiens dapat lebih mudah menerima dan memahami isi pesan yang disampaikan. Cara penyampaian tersebut merupakan *thariqah* (metode) dakwah yang menyesuaikan karakteristik pengguna media sosial, khususnya generasi muda.⁶⁷

Pesan dakwah yang terkandung dalam video ini berfokus pada peningkatan kesadaran beribadah dan pembentukan kebiasaan positif dalam kehidupan sehari-hari. Konten tersebut mengingatkan bahwa kesuksesan dan ketenangan hidup tidak hanya diperoleh melalui usaha duniawi, tetapi juga melalui kedekatan dengan Allah SWT. Oleh karena itu, salat tahajud diposisikan sebagai salah satu bentuk ikhtiar spiritual yang dapat dilakukan oleh setiap Muslim. Melalui pesan tersebut, audiens didorong untuk lebih disiplin dalam menjalankan ibadah dan memanfaatkan waktu malam untuk mendekatkan diri kepada Allah.

⁶⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 318–327.

⁶⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 83–90.

Tingginya jumlah tanda suka, komentar, simpan, dan bagikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan mendapatkan penerimaan yang baik dari audiens. Banyaknya pengguna yang menyimpan video tersebut mengindikasikan bahwa konten dianggap bermanfaat dan layak dijadikan pengingat di kemudian hari. Sementara itu, tingginya jumlah pembagian menunjukkan adanya keinginan dari audiens untuk menyebarkan pesan kebaikan kepada pengguna lainnya. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas.

Berdasarkan hasil analisis, video unggahan tanggal 1 Desember 2025 tersebut mengandung pesan dakwah yang berorientasi pada peningkatan kualitas ibadah dan penguatan hubungan manusia dengan Allah SWT. Pesan yang disampaikan tidak hanya mengajak audiens untuk melaksanakan salat tahajud, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai manfaat dan keutamaannya dalam kehidupan seorang Muslim. Dari bentuk penyampaiannya, konten ini memadukan dakwah bil lisan melalui narasi atau penyampaian verbal dalam video dan dakwah bil kitabah melalui tulisan-tulisan yang ditampilkan pada layar video. Unsur-unsur dakwah yang terdapat dalam konten ini meliputi da'i, yaitu akun TikTok @pemudahijrah85 sebagai penyampai pesan; mad'u, yaitu pengguna TikTok, khususnya remaja dan Generasi Z sebagai sasaran dakwah; maddah, yaitu ajakan melaksanakan salat tahajud beserta penjelasan keutamaannya; wasilah, yaitu media sosial TikTok sebagai sarana penyampaian dakwah; thariqah, yaitu penyampaian pesan secara singkat, persuasif, dan komunikatif melalui video

berdurasi pendek; serta atsar, yaitu tingginya respons audiens yang tercermin dari jumlah tayangan, tanda suka, komentar, penyimpanan, dan pembagian ulang video. Dengan demikian, konten ini berfungsi sebagai media edukasi sekaligus pengingat yang mendorong audiens untuk lebih konsisten dalam menjalankan ibadah dan meningkatkan kualitas spiritualitasnya.⁶⁸

C. Pembahasan

Sebelum memaparkan hasil penelitian, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tahapan yang dilakukan selama proses penelitian. Tahap awal penelitian diawali dengan pengajuan surat izin penelitian kepada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD) sebagai persyaratan administratif dalam pelaksanaan penelitian. Setelah memperoleh persetujuan, peneliti melanjutkan proses pengumpulan data melalui teknik observasi dan dokumentasi terhadap konten dakwah yang terdapat pada akun TikTok @pemudahijrah85. Data yang dikumpulkan berupa video, teks, jumlah tayangan, tanda suka (*likes*), komentar, simpan (*saves*), dan bagikan (*shares*) yang terdapat pada unggahan yang menjadi objek penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam setiap konten yang dipublikasikan melalui platform TikTok.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, fokus penelitian ini adalah menganalisis pesan dakwah yang terdapat pada akun TikTok @pemudahijrah85. Untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti memilih tiga video yang memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) tinggi dan memuat pesan-pesan keislaman yang berbeda. Ketiga video tersebut terdiri atas video

⁶⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 11–15; Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 75–98.

bertema doa harian yang diunggah pada tanggal 30 Januari 2025, video bertema pengingat keimanan kepada Allah SWT yang diunggah pada tanggal 26 Februari 2026, dan video bertema pengingat salat tahajud beserta keutamaannya yang diunggah pada tanggal 1 Desember 2025. Ketiga video tersebut dipilih karena memperoleh respons yang tinggi dari audiens dan mengandung pesan dakwah yang dapat dianalisis berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada Bab II.

Pemilihan ketiga video tersebut juga didasarkan pada tingginya jumlah interaksi yang diperoleh dari pengguna TikTok. Video bertema doa harian memperoleh 10,8 juta tayangan, 1,4 juta tanda suka, 22.334 komentar, 603,8 ribu simpan, dan 74,8 ribu kali dibagikan. Video bertema pengingat keimanan memperoleh 1,8 juta tayangan, 125,6 ribu tanda suka, 401 komentar, 27 ribu simpan, dan 5.946 kali dibagikan. Sementara itu, video bertema salat tahajud memperoleh 6,7 juta tayangan, 614,6 ribu tanda suka, 3.232 komentar, 207,2 ribu simpan, dan 33,9 ribu kali dibagikan. Tingginya angka interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten yang disampaikan mampu menarik perhatian audiens dan mendapatkan respons yang positif dari pengguna media sosial.

Berdasarkan bentuk penyampaian pesan dakwah, ketiga video yang dianalisis menunjukkan perpaduan antara dakwah bil lisan dan dakwah bil kitabah. Dakwah bil lisan tampak melalui penyampaian pesan secara verbal berupa nasihat, pengingat, dan motivasi keagamaan yang terdapat dalam setiap video. Sementara itu, dakwah bil kitabah terlihat dari penggunaan tulisan atau teks yang ditampilkan pada layar sebagai penegas isi pesan sehingga memudahkan audiens memahami

materi yang disampaikan.⁶⁹ Pada penelitian ini, ketiga video yang dianalisis menunjukkan adanya upaya penyampaian nilai-nilai Islam yang dikemas dalam bentuk konten digital yang mudah dipahami oleh masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan, motivasi, dan pengingat bagi audiens agar lebih dekat kepada Allah SWT. Dengan demikian, seluruh video yang dianalisis dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah karena memuat ajakan kepada kebaikan dan peningkatan kualitas religiusitas audiens.

Apabila ditinjau dari karakteristik pesan dakwah, ketiga video tersebut menunjukkan kesesuaian dengan karakteristik pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, mengandung nilai kebenaran, serta bertujuan memberikan manfaat kepada *mad'u*.⁷⁰ Video bertema doa harian mengajarkan pentingnya membiasakan diri membaca doa dalam berbagai aktivitas sehari-hari sebagai bentuk penghambaan kepada Allah SWT. Video bertema pengingat keimanan mengajak audiens untuk tetap bersabar, tidak berputus asa, dan selalu bertawakal kepada Allah SWT ketika menghadapi berbagai ujian kehidupan. Sementara itu, video bertema salat tahajud mengingatkan audiens mengenai pentingnya ibadah malam serta berbagai keutamaan yang dapat diperoleh dari pelaksanaannya. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan agama, tetapi juga pada pembentukan kesadaran dan perilaku keagamaan.

⁶⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 318.

⁷⁰ Ibid., hlm. 321.

Berdasarkan bentuk pesan dakwah, ketiga video tersebut termasuk ke dalam dakwah bil lisan yang disampaikan melalui media digital. Menurut Wahidin Saputra, dakwah bil lisan merupakan penyampaian pesan dakwah melalui ucapan, penjelasan, nasihat, atau komunikasi verbal yang bertujuan memberikan pemahaman kepada *mad'u*.⁷¹ Pada video doa harian, pesan disampaikan melalui penjelasan singkat mengenai doa-doa yang dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Video pengingat keimanan berisi motivasi spiritual yang mengajak audiens untuk tetap yakin terhadap pertolongan Allah SWT. Sementara itu, video salat tahajud menyampaikan ajakan untuk meningkatkan kualitas ibadah melalui pelaksanaan salat malam. Meskipun menggunakan platform TikTok sebagai media penyampaian, substansi pesan yang disampaikan tetap mencerminkan bentuk dakwah bil lisan yang bertujuan memberikan pemahaman dan pengaruh positif kepada audiens.

Jika ditinjau dari kategori pesan dakwah, video doa harian dan video salat tahajud lebih dominan mengandung pesan dakwah syariah karena berkaitan dengan pelaksanaan ibadah dalam kehidupan seorang Muslim. Menurut Enjang dan Aliyudin, pesan dakwah syariah merupakan pesan yang berkaitan dengan aturan dan praktik ibadah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT maupun sesama manusia.⁷² Video doa harian mengajarkan amalan yang dapat dilakukan dalam aktivitas sehari-hari, sedangkan video salat tahajud berisi ajakan untuk melaksanakan salah satu ibadah sunnah yang memiliki banyak keutamaan. Kedua video tersebut menunjukkan bahwa pesan syariah tidak hanya disampaikan

⁷¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 251.

⁷² Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2016), hlm. 82.

dalam bentuk perintah ibadah, tetapi juga melalui motivasi agar audiens mampu membiasakan diri mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berbeda dengan dua video sebelumnya, video bertema pengingat keimanan lebih dominan mengandung pesan dakwah akidah. Pesan utama yang disampaikan dalam video tersebut adalah keyakinan bahwa Allah SWT senantiasa hadir, mengetahui segala keadaan hamba-Nya, dan memiliki kuasa atas seluruh peristiwa yang terjadi dalam kehidupan manusia. Menurut Enjang dan Aliyudin, pesan dakwah akidah berfokus pada penanaman dan penguatan keyakinan seorang Muslim terhadap Allah SWT serta seluruh rukun iman.⁷³ Pesan "jangan lelah dengan kehidupan karena kita punya Allah" menunjukkan adanya ajakan kepada audiens untuk memperkuat keimanan, meningkatkan rasa tawakal, serta meyakini bahwa setiap ujian yang diberikan Allah SWT mengandung hikmah dan pelajaran bagi manusia.

Selain mengandung pesan akidah dan syariah, ketiga video tersebut juga memuat pesan dakwah akhlak. Pada video doa harian, nilai akhlak terlihat melalui pembiasaan mengingat Allah SWT dalam setiap aktivitas kehidupan. Pada video pengingat keimanan, nilai akhlak tercermin dalam ajakan untuk bersabar, berpikir positif, dan tidak mudah berputus asa ketika menghadapi kesulitan. Sementara itu, video salat tahajud mengandung nilai akhlak berupa kedisiplinan, kesungguhan beribadah, dan upaya memperbaiki diri menjadi pribadi yang lebih dekat kepada Allah SWT. Sebagaimana dijelaskan oleh Enjang dan Aliyudin, pesan dakwah akhlak bertujuan membentuk perilaku manusia agar sesuai dengan nilai-nilai

⁷³ Ibid., hlm. 80.

moral yang diajarkan dalam Islam.⁷⁴ Oleh karena itu, ketiga video tersebut tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai moral yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Ditinjau dari prinsip penyampaian pesan dakwah, ketiga video menunjukkan penerapan prinsip hikmah dan mau'izhah hasanah. Aliyudin menjelaskan bahwa prinsip hikmah menekankan pentingnya menyampaikan dakwah secara bijaksana dengan mempertimbangkan kondisi dan karakteristik *mad'u*.⁷⁵ Hal tersebut terlihat dari penggunaan bahasa yang sederhana, singkat, dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial, khususnya generasi muda. Selain itu, isi konten yang berupa nasihat, pengingat, dan motivasi keagamaan menunjukkan penerapan prinsip mau'izhah hasanah, yaitu penyampaian dakwah melalui nasihat yang baik dan menyentuh hati audiens.⁷⁶ Cara penyampaian seperti ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat tanpa menimbulkan kesan menggurui.

Tingginya jumlah tayangan, tanda suka, komentar, simpan, dan bagikan pada ketiga video menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan berhasil memperoleh perhatian audiens. Banyaknya jumlah simpan menunjukkan bahwa konten dianggap bermanfaat sehingga ingin diakses kembali oleh pengguna di kemudian hari. Sementara itu, tingginya jumlah pembagian ulang menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan tersebut untuk dirinya sendiri, tetapi juga terdorong untuk menyebarkannya kepada orang lain. Kondisi ini

⁷⁴ Ibid., hlm. 85.

⁷⁵ Aliyudin, *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hlm. 114.

⁷⁶ Ibid., hlm. 116.

menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki peran yang cukup besar dalam proses penyebaran pesan dakwah di era digital.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa ketiga video yang diunggah oleh akun @pemudahijrah85 mengandung pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui bentuk dakwah bil lisan yang dikemas secara kreatif melalui media digital dan disampaikan dengan prinsip hikmah serta mau'izhah hasanah. Temuan ini menunjukkan bahwa akun @pemudahijrah85 berhasil memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, khususnya generasi muda pengguna media sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai makna pesan dakwah pada konten TikTok akun @pemudahijrah85 menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa ketiga video yang dianalisis mengandung makna pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan akidah terlihat pada konten yang mengajak audiens untuk memperkuat keimanan, bertawakal, dan meyakini kekuasaan Allah SWT dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Pesan syariah ditemukan pada konten yang mengajak audiens untuk membiasakan membaca doa-doa harian serta melaksanakan salat tahajud sebagai bentuk ketaatan dan ibadah kepada Allah SWT. Sementara itu, pesan akhlak tercermin melalui ajakan untuk bersabar, disiplin dalam beribadah, senantiasa mengingat Allah SWT, serta membiasakan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan bentuk penyampaian, ketiga konten memadukan dakwah bil lisan dan dakwah bil kitabah. Dakwah bil lisan terlihat melalui penyampaian nasihat, motivasi, dan pengingat secara verbal, sedangkan dakwah bil kitabah diwujudkan melalui penggunaan teks atau tulisan yang memperkuat isi pesan dalam video. Selain itu, seluruh konten telah memenuhi unsur-unsur dakwah yang meliputi da'i, yaitu akun TikTok @pemudahijrah85 sebagai penyampai pesan; mad'u, yaitu pengguna TikTok, khususnya remaja

dan Generasi Z sebagai sasaran dakwah; maddah berupa ajaran akidah, syariah, dan akhlak; wasilah berupa media sosial TikTok; thariqah berupa penyampaian pesan secara singkat, persuasif, dan komunikatif; serta atsar yang ditunjukkan melalui tingginya jumlah tayangan, tanda suka, komentar, simpan, dan bagikan sebagai bentuk respons positif dari audiens.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @pemudahijrah85 tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana edukasi, motivasi, dan pengingat bagi masyarakat. Penyajian pesan dakwah dalam bentuk video singkat dengan bahasa yang sederhana menjadikan konten mudah dipahami dan diterima oleh audiens, khususnya generasi muda pengguna TikTok. Dengan demikian, TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah digital yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman keagamaan masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada para kreator konten dakwah untuk terus memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana penyebaran pesan-pesan Islam yang edukatif, inspiratif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Konten dakwah diharapkan tidak hanya dikemas secara menarik dan mudah dipahami, tetapi juga bersumber pada Al-Qur'an, Hadis, serta pendapat ulama yang kredibel sehingga pesan yang disampaikan tetap akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, penggunaan perpaduan dakwah bil lisan

dan bil kitabah melalui penyampaian verbal yang komunikatif serta didukung oleh teks yang jelas dapat terus dikembangkan agar pesan dakwah lebih efektif diterima oleh audiens, khususnya generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai dakwah digital dengan menganalisis lebih banyak konten atau menggunakan pendekatan dan teori lain, seperti analisis resepsi audiens, analisis isi, atau analisis wacana. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas penyampaian pesan dakwah melalui media sosial..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jawa Timur: CV Qiara Media, 2019.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* Vol. 14, No. 2.
- Aliyudin. *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Aminudin. "Konsep Dasar Dakwah." *Al Munzir* Vol. 9, No. 1.
- Andani, Sintia Putri, dan Parihat Kamil. "Analisis Isi Pesan Dakwah *Da'i* Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2023.
- Ardiansyah. "Pesan Dakwah dalam Media Sosial TikTok." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* Vol. 8, No. 1, 2022.
- Askolani, Muhammad, A. Hidayat, dan F. Rahman. "Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce dalam Memaknai Pesan Dakwah pada Akun TikTok @aabelkarimy." *Communicative: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 6, No. 2, 2023.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2019.
- DataReportal. "Digital 2025: Indonesia." <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>. Diakses 25 Mei 2026.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Enjang AS, dan Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2016.
- Fauziah. "Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial TikTok." *Jurnal Komunika* Vol. 15, No. 1, 2023.
- Fitriani. "Pengaruh Media Sosial terhadap Pemahaman Keagamaan Remaja." *Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam* Vol. 5, No. 2, 2023.
- Habib, M. Syafaat. *Buku Pedoman Dakwah*. Cet. 1. Jakarta: Wijaya, 1992.
- Hafni Sahir, Syafrida. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Hidayatullah. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Digital." *Jurnal Dakwah Digital* Vol. 3, No. 2, 2022.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Kurniawan. "Peran Visual Branding pada Media Sosial." *Jurnal Desain Komunikasi Visual* Vol. 5, No. 2, 2023.

- Lismawati, dkk. "Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial TikTok." *Jurnal Bahasa, Komunikasi, dan Dakwah*, 2023.
- Majid, Gita Tiara Fauzia. "Pesan Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Persuasif: Analisis Strategi Penyampaian Nilai-Nilai Islam di Era Digital." *International Conference of Da'wa and Islamic Communication* Vol. 1, No. 1, 2025.
- Maulana, dan Putri. "TikTok sebagai Media Dakwah Digital bagi Generasi Z." *Jurnal Dakwah Media Digital* Vol. 4, No. 1, 2024.
- Munir, Muhammad. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Press, 2020.
- Nata, Abuddin. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Nisa. "Media Sosial dan Pembentukan Identitas Remaja." *Jurnal Psikologi Remaja* Vol. 2, No. 1, 2023.
- Pratiwi. "TikTok sebagai Media Komunikasi Generasi Z." *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 5, No. 1, 2023.
- Putri, Fara Suseno. "Representasi Dakwah Islam di Kalangan Gen Z Indonesia: Analisis Media Sosial dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Nusantara* Vol. 4, No. 1, 2024.
- Putri, Farida Nugrahani. *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Rahman. "Dakwah Digital pada Platform TikTok di Kalangan Remaja." *Jurnal Penyiaran Islam* Vol. 6, No. 1, 2024.
- Romli, Asep Syamsul M. *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Salim, dan Syahrums. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Salsabila. "Interaksi Audiens pada Konten Dakwah Digital di TikTok." *Jurnal Media dan Dakwah* Vol. 4, No. 2, 2024.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiha. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sari, dan Ramadhan. "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah Generasi Z." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol. 7, No. 2, 2022.
- Sasono, Adi. *Solusi Islam atas Problematika Umat*. Cet. I. Jakarta: Gema Insani Press, 1987.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN @PEMUDAHIJRAH85

A. Observasi

LEMBAR OBSERVASI

Nama Peneliti :
Tanggal Observasi :

No	Tanggal Unggah	Judul/Tema Konten	Deskripsi Isi Konten	Pesan Dakwah yang Ditemukan	Makna Pesan Dakwah	Kategori Pesan Dakwah	Keterangan
1						Akidah / Syariah / Akhlak	
2						Akidah / Syariah / Akhlak	
3						Akidah / Syariah / Akhlak	
4						Akidah / Syariah / Akhlak	
5						Akidah / Syariah / Akhlak	

Keterangan Kategori Pesan Dakwah:

1. Akidah
 - a. Keimanan kepada Allah SWT
 - b. Keimanan kepada malaikat, kitab, rasul, hari akhir, dan qada-qadar
 - c. Ajakan untuk memperkuat keyakinan dan ketakwaan
2. Syariah
 - a. Ibadah (salat, puasa, zakat, membaca Al-Qur'an, doa)
 - b. Hukum dan aturan dalam Islam
 - c. Muamalah atau hubungan sosial sesuai syariat Islam
3. Akhlak
 - a. Perilaku terpuji terhadap Allah, sesama manusia, dan lingkungan
 - b. Kejujuran, kesabaran, tanggung jawab, menghormati orang tua
 - c. Menjauhi perilaku tercela

Kesimpulan Hasil Observasi:

.....
.....
.....
.....

B. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa seluruh data yang berkaitan dengan objek penelitian, baik dalam bentuk tangkapan layar (screenshot), foto, maupun data pendukung lainnya. Data dokumentasi yang dikumpulkan meliputi konten-konten dakwah pada akun TikTok @pemudahijrah85 yang menjadi objek penelitian, jumlah tayangan (*views*), tanda suka (*likes*), komentar, simpan (*saves*), dan bagikan (*shares*) pada setiap video yang dianalisis. Selain itu, dokumentasi juga digunakan untuk memperoleh informasi mengenai isi pesan dakwah yang terdapat dalam konten bertema doa harian, pengingat keimanan, dan pengingat salat tahajud. Seluruh data dokumentasi tersebut digunakan sebagai bahan analisis untuk mengidentifikasi makna pesan dakwah yang terkandung dalam konten TikTok akun @pemudahijrah85.

Mengetahui,
Pembimbing skripsi



Dr. Muhajir, M.kom.I
NIP. 198305102023211022.

Metro, 15 Juni 2026
Mahasiswa peneliti



Lidia Permata Putri
NPM. 1904012015

HASIL OBSERVASI

Nama Peneliti : Lidia Permata Putri

Tanggal Observasi : 9 Januari 2026

No	Tanggal Unggah	Judul/ Tema Konten	Deskripsi Isi Konten	Pesan Dakwah yang Ditemukan	Makna Pesan Dakwah	Kategori Pesan Dakwah	Keterangan
1	30 Januari 2025	Doa Harian	Video berisi pengingat mengenai doa-doa yang dapat diamalkan dalam aktivitas sehari-hari serta pentingnya membiasakan diri berdoa kepada Allah SWT.	Ajakan untuk senantiasa berdoa dan mengingat Allah SWT dalam setiap aktivitas kehidupan.	Doa merupakan bentuk ibadah dan sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT serta memohon perlindungan, keberkahan, dan petunjuk dalam kehidupan sehari-hari.	Syariah	Ibadah
2	26 Februari 2026	Pengingat Keimanan	Video berisi pengingat agar tidak mudah menyerah dalam menghadapi ujian hidup karena Allah SWT selalu menyertai dan menolong hamba-Nya.	Ajakan untuk memperkuat keimanan, kesabaran, dan tawakal kepada Allah SWT.	Keyakinan kepada Allah SWT memberikan ketenangan, harapan, dan kekuatan bagi seorang Muslim dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan.	Akidah	Keimanan kepada Allah SWT

3	1 Desember 2025	Pengingat Salat Tahajud	Video berisi ajakan untuk melaksanakan salat tahajud serta penjelasan mengenai keutamaan dan manfaatnya bagi kehidupan seorang Muslim.	Ajakan untuk membiasakan diri melaksanakan salat tahajud sebagai bentuk pendekatan diri kepada Allah SWT.	Salat tahajud dapat meningkatkan kualitas ibadah, memperkuat hubungan dengan Allah SWT, serta memberikan ketenangan dan kekuatan spiritual.	Syariah	Ibadah
---	-----------------------	----------------------------	--	---	---	---------	--------

Keterangan Kategori Pesan Dakwah

1. Akidah

- a. Keimanan kepada Allah SWT
- b. Keimanan kepada malaikat, kitab, rasul, hari akhir, dan qada-qadar
- c. Ajakan untuk memperkuat keyakinan dan ketakwaan

2. Syariah

- a. Ibadah (salat, puasa, zakat, membaca Al-Qur'an, doa)
- b. Hukum dan aturan dalam Islam
- c. Muamalah atau hubungan sosial sesuai syariat Islam

3. Akhlak

- a. Perilaku terpuji terhadap Allah, sesama manusia, dan lingkungan
- b. Kejujuran, kesabaran, tanggung jawab, menghormati orang tua
- c. Menjauhi perilaku tercela

Kesimpulan Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi terhadap tiga konten TikTok akun @pemudahijrah85, ditemukan bahwa pesan dakwah yang dominan adalah pesan akidah dan syariah. Pesan akidah terlihat pada konten yang mengajak audiens untuk memperkuat keimanan dan tawakal kepada Allah SWT, sedangkan pesan syariah terlihat pada ajakan untuk mengamalkan doa harian dan melaksanakan salat tahajud. Selain itu, terdapat nilai-nilai akhlak yang tersirat berupa ajakan untuk bersabar, disiplin dalam beribadah, dan senantiasa mengingat Allah SWT dalam kehidupan sehari-hari. Konten-konten tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

OUTLINE

MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN @PEMUDAHIJRAH85

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Batasan Masalah
- C. Pertanyaan Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pesan Dakwah
 - 1. Pengertian Pesan Dakwah
 - 2. Karakteristik Pesan Dakwah
 - 3. Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah
 - 4. Kategori Pesan Dakwah
 - 5. Prinsip-Prinsip Penyampaian Dakwah
- B. Aplikasi Tiktok
 - 1. Pengertian Aplikasi Tiktok
 - 2. Sejarah Aplikasi Tiktok
 - 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian

- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian
- B. Konten Tiktok @pemudahijrah85
- C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing skripsi



Dr. Muhajir, M.kom.I
NIP. 198305102023211022

Metro, 20 Juni 2026
Mahasiswa peneliti



Lidia Permata Putri
NPM. 1904012015

Hasil Observasi

ALAT PENGUMPUL DATA (APD) MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK AKUN @PEMUDAHIJRAH85

A. Observasi

LEMBAR OBSERVASI

Nama Peneliti : Lidia Permata Putri

Tanggal Observasi : 12 Juni 2026

N o	Tanggal Unggah	Judul/Tema Konten	Deskripsi Isi Konten	Pesan Dakwah yang Ditemukan	Makna Pesan Dakwah	Kategori Pesan Dakwah	Keterangan
1	30 Januari 2025	Doa Harian	Konten berisi pengingat untuk membiasakan membaca doa-doa dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Penyampaian dilakukan melalui narasi dan tulisan yang mudah dipahami oleh pengguna TikTok.	Mengajak audiens untuk senantiasa mengingat Allah SWT dengan mengamalkan doa-doa harian sebagai bentuk ibadah dan kedekatan kepada-Nya.	Doa menjadi sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT serta membentuk kebiasaan positif dalam kehidupan sehari-hari.	Syariah dan Akhlak	Bentuk dakwah bil lisan dan bil kitabah.
2	26 Februari 2026	Pengingat Keimanan kepada Allah SWT	Konten berisi Islamic reminder yang mengajak audiens agar tidak mudah menyerah dalam menghadapi kehidupan karena selalu ada pertolongan Allah SWT.	Mengajak audiens untuk memperkuat keimanan, bersabar, bertawakal, dan meyakini bahwa Allah SWT senantiasa memberikan jalan keluar atas setiap ujian	Keimanan kepada Allah SWT menjadi sumber kekuatan, ketenangan hati, dan harapan dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan.	Akidah dan Akhlak	Bentuk dakwah bil lisan dan bil kitabah.

				kehidupan.			
3	1 Desember 2025	Keutamaan Salat Tahajud	Konten berisi ajakan untuk melaksanakan salat tahajud serta penjelasan mengenai keutamaan dan manfaatnya dalam meningkatkan kualitas ibadah.	Mengajak audiens untuk membiasakan salat tahajud sebagai bentuk pendekatan diri kepada Allah SWT serta ikhtiar spiritual dalam menjalani kehidupan.	Salat tahajud merupakan ibadah sunnah yang dapat memperkuat hubungan dengan Allah SWT, meningkatkan kualitas spiritual, dan membentuk kedisiplinan dalam beribadah.	Syariah dan Akhlak	Bentuk dakwah bil lisan dan bil kitabah.

Kesimpulan Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi terhadap tiga konten TikTok akun @pemudahijrah85, seluruh video mengandung pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah disampaikan melalui perpaduan dakwah bil lisan dan bil kitabah dengan memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana penyebaran dakwah digital. Penyampaian pesan dilakukan menggunakan bahasa yang sederhana, singkat, dan mudah dipahami sehingga mampu menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda. Tingginya jumlah tayangan, tanda suka, komentar, simpan, dan bagikan pada ketiga video menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan memperoleh respons positif dan berpotensi meningkatkan kesadaran serta pemahaman keagamaan masyarakat.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Jember SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015

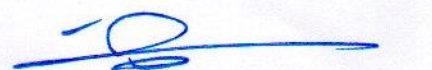
Fakultas/Jurusan : FUAD/KPI
Semester/TA : XIV/2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis/ 28-5/2026	<u>BAB IV</u> - perbaikan teknik pengumpulan data - perbaikan penulisan footnote - pastikan setiap data diverifikasi	p p q

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI

Dosen Pembimbing


Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022


Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMUR SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015

Fakultas/Jurusan : FUAD/KPI
Semester/TA : XIV/2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin / 16-6-2026	- Perbaiki Abstrak - perbaiki Daftar Isi - pastikan kesimpulan menjawab pertanyaan peneliti	

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI

Dosen Pembimbing

Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022

Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015

Fakultas/Jurusan : FUAD/KPI
Semester/TA : XIV/2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu, 7-6-2026	Ace Skripsi persiapkan utk ujian minggu	

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI

Dosen Pembimbing


Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022


Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIPPPK. 198305102023211022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuadainmetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN TURNITIN SKRIPSI

Nomor: 0567 /In.28.4/J.1/PP.00.9/06/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Muhajir, M.Kom.I
NIP : 198305102023211022
Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Lidia Permata Putri
NPM : 1904012015
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Proposal Skripsi : MAKNA PESAN DAKWAH PADA KONTEN TIKTOK
AKUN @PEMUDAHIJRAH85

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi **Skripsi** melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan **20 %**

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Juni 2026
Ketua Program Studi KPI



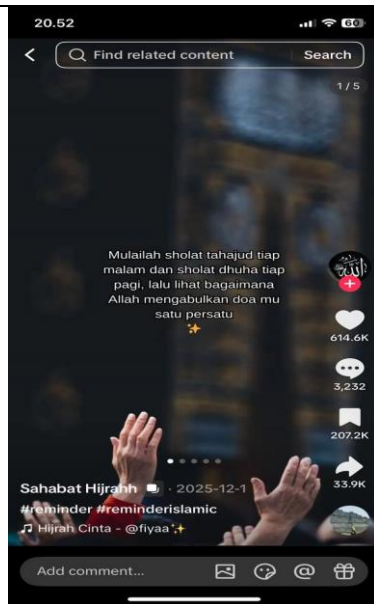
Muhajir

Tembusan :

1. Dekan FUAD UIN Jurai Siwo Lampung
2. Wakil Dekan I FUAD UIN Jurai Siwo Lampung
3. Kabag TU FUAD UIN Jurai Siwo Lampung
4. Arsip

Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi	Hasil Observasi
 Doa Harian, 30 Januari 2025)	Konten 1 Tanggal unggah: 30 Januari 2025 Tema: Doa Harian. Berdasarkan hasil observasi, konten ini berisi ajakan untuk membiasakan membaca doa-doa singkat dalam aktivitas sehari-hari sebagai bentuk kedekatan kepada Allah SWT. Pesan dakwah yang ditemukan berupa anjuran untuk mengamalkan doa sebagai bagian dari ibadah. Makna pesan dakwah menunjukkan bahwa doa merupakan sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT sekaligus membentuk kebiasaan positif dalam kehidupan sehari-hari. Kategori pesan dakwah pada konten ini meliputi syariah karena berkaitan dengan praktik ibadah, serta akhlak karena mengajarkan kebiasaan mengingat Allah SWT dalam setiap aktivitas. Bentuk penyampaian dakwah menggunakan dakwah bil lisan melalui narasi dan dakwah bil kitabah melalui teks yang ditampilkan pada video.
 Pengingat Keimanan, 26 Februari 2026)	Konten 2 Tanggal unggah: 26 Februari 2026 Tema: Pengingat Keimanan kepada Allah SWT. Hasil observasi menunjukkan bahwa konten ini berisi pengingat agar tidak mudah menyerah dalam menjalani kehidupan karena Allah SWT senantiasa memberikan pertolongan kepada hamba-Nya. Pesan dakwah yang ditemukan berupa ajakan untuk memperkuat keimanan, bersabar, dan bertawakal kepada Allah SWT. Makna pesan dakwah yang terkandung menunjukkan bahwa keyakinan kepada Allah SWT menjadi sumber ketenangan, kekuatan, dan harapan dalam menghadapi berbagai ujian kehidupan. Kategori pesan dakwah meliputi akidah karena menanamkan keyakinan kepada Allah SWT, serta akhlak karena mengajarkan sikap sabar, optimis, dan tidak mudah berputus asa. Bentuk dakwah yang digunakan adalah dakwah bil lisan dan dakwah bil kitabah.



**Salat
Tahajud, 1 Desember 2025)**

Konten 3 Tanggal unggah: 1 Desember 2025

Tema: Keutamaan Salat Tahajud. Berdasarkan hasil observasi, konten ini mengajak audiens untuk membiasakan melaksanakan salat tahajud serta menjelaskan berbagai keutamaan yang dapat diperoleh dari ibadah tersebut. Pesan dakwah yang ditemukan berupa ajakan meningkatkan kualitas ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui salat tahajud. Makna pesan dakwah menunjukkan bahwa salat tahajud merupakan salah satu ikhtiar spiritual yang dapat memperkuat hubungan dengan Allah SWT, memberikan ketenangan hati, serta membentuk kedisiplinan dalam beribadah. Kategori pesan dakwah meliputi syariah karena berkaitan dengan pelaksanaan ibadah salat tahajud, dan akhlak karena membentuk kebiasaan disiplin serta kesungguhan dalam beribadah. Bentuk penyampaian dakwah memadukan dakwah bil lisan melalui narasi dan dakwah bil kitabah melalui teks yang ditampilkan pada video.

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Lidia Permata Putri lahir di Metro pada tanggal 24 Oktober 1999 dan bertempat tinggal di Desa Sumberagung 50A, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, pasangan Baihaki dan Hermalinda Harun. Peneliti telah menikah dengan Heru dan dikaruniai seorang putri bernama Zoya Shakira Katrina. Pendidikan formal peneliti diawali di TK Dewi Sartika dan lulus pada tahun 2005. Selanjutnya, peneliti menempuh pendidikan di SD Negeri 6 Metro Pusat dan lulus pada tahun 2011. Peneliti kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Kartikatama Metro dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu, peneliti melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 6 Metro dan lulus pada tahun 2017. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah atas, peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung. Pada tahun 2019, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung, hingga akhirnya menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).