



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PESAN DAKWAH DALAM VIDEO TIKTOK  
@FUADHNAIM “KASIH ALLAH PADA IDOL”**

**Skripsi**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh

**SILKY SABELLA MAHARANI  
NIM B91219128**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya 2023

# LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silky Sabella Maharani

NIM : B91219128

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Pesan Dakwah dalam Video TikTok @fuadhnaim “Kasih Allah pada Idol” adalah benar-benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 22 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



1000  
METER  
TEMPER  
C2B10AJX017727959

Silky Sabella Maharani

NIM B91219128

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Silky Sabella Maharani  
NIM : B91219128  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Pesan Dakwah dalam Video TikTok  
@fuadhnaim “Kasih Allah pada Idol”

Skripsi ini telah disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 27 Desember 2022

Menyetujui,  
Pembimbing



Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I  
(NIP : 196912192009011002)

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

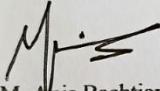
Pesan Dakwah dalam Video Tiktok @Fuadhnaim "Kasih Allah pada Idol"

SKRIPSI  
Disusun Oleh  
Silky Sabella Maharani  
B91219128

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
Pada tanggal, 09 Januari 2023

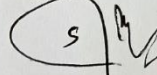
Tim Penguji

Penguji I



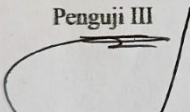
Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I  
NIP. 196912192009011002

Penguji II



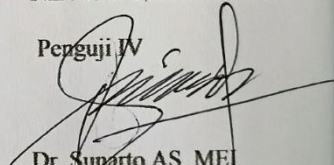
Dr. Sokhi Huda, M.Ag  
NIP. 196701282003121001

Penguji III



Rozaqul Arif, M.Sos.I  
NIP. 198210122015031004

Penguji IV



Dr. Sunarto AS, MEI  
NIP. 195912261991031003



Dr. M. Anis Bachtiar, S.Ag, M.Fil.I  
NIP. 196912192009011002

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



## KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Silky Sabella Maharani  
NIM : B91219128  
Fakultas/Jurusan : FDK / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : silkysabella44@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pesan Dakwah dalam Video TikTok @fuadhnaim "Kasih Allah pada Idol"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2023

Penulis

( Silky Sabella Maharani )  
*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

Silky Sabella Maharani, NIM B91219128, 2022. Pesan Dakwah dalam Video TikTok @fuadhnaim “Kasih Allah pada Idol”

Skripsi ini mengkaji pesan dakwah dalam konten video dakwah dalam *platform online*. Rumusan masalahnya adalah Apa pesan dakwah dalam video TikTok karya @fuadhnaim “Kasih Allah Pada Idol”. Untuk mengetahuinya, terdapat beberapa fokus masalah, yakni apa saja pesan dakwah dalam Video TikTok @fuadhnaim “Kasih Allah Pada Idol”. Untuk menjawab fokus permasalahan tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analisis teks media Semiotika Roland Barthes, dengan signifikasi dua tahap, yakni meliputi denotasi dan konotasi.

Penelitian ini menghasilkan temuan, bahwa (1) Pesan dakwah dalam kategori Akidah, selalu percaya dengan takdir yang Allah tentukan. Percaya bahwa rezeki setiap manusia telah ditakar (2) Kemudian dalam kategori akhlak yang meliputi bertutur kata yang lembut dan tidak menyakiti saat menyampaikan pesan dakwah, dan bersyukur atas nikmat yang Allah berikan (3) Sedangkan untuk kategori pesan dakwah syari’ah adalah perintah *amar ma’ruf nahi munkar*, dan tidak bersifat iri hati kepada manusia lain.

Penelitian selanjutnya diharapkan ada penelitian lain yang membahas pesan dakwah dalam media sosial TikTok dengan lebih mendetail khususnya pada akun @fuadhnaimm.

**Kata Kunci** : *Pesan Dakwah, Dakwah Fuadh Naim, Video TikTok*

## **ABSTRACT**

Silky Sabella Maharani, NIM B91219128, 2022. *Da'wah Message in @fuadhnaim's TikTok Video "God's Love for Idols"*

*This thesis examines da'wah messages in da'wah video content on online platforms. The formulation of the problem is What is the missionary message in the TikTok video by @fuadhnaim "God's Love for Idols". To find out, there are several focus issues, namely what are the da'wah messages in @fuadhnaim's TikTok video "God's Love for Idols".*

*To answer the focus of the problem, the researcher used a descriptive qualitative research method on text analysis of Roland Barthes' Semiotics media, with two-stage significance, which includes denotation and connotation.*

*This research resulted in findings, that (1) Da'wah messages in the Aqidah category, always believe in destiny that God determines. Believing that the sustenance of every human being has been measured (2) Then in the moral category which includes speaking soft words and not hurting when conveying da'wah messages, and being grateful for the blessings that Allah has given (3) Meanwhile for the category of syari'ah da'wah messages is the command amar ma 'ruf nahi munkar, and not jealous of other humans.*

*In future research, it is hoped that there will be other studies that discuss da'wah messages on social media TikTok in more detail, especially on the @fuadhnaimm account.*

**Keywords:** *Da'wah messages, Fuadh Naim's Da'wah, TikTok videos*

## التجريد

سيلكي سايبلا ماهاراني، رقم B91219128، 2022. رسائل الدعوة في فيديو تيك توك @fuadhnaim "حب الله للأوثان". تبحث هذه الأطروحة في الرسائل الدعوية في محتوى الفيديو الدعوي على المنصات الإلكترونية. صياغة المشكلة هي ما هي الرسالة التبشيرية في فيديو TikTok بواسطة @fuadhnaim "حب الله للأصنام". لمعرفة ذلك، هناك العديد من القضايا المحورية، وهي ما هي الرسائل الدعوية في فيديو TikTok الخاص ب @fuadhnaim "حب الله للأصنام".

وللإجابة على محور المشكلة، استخدم الباحث منهج البحث النوعي الوصفي على تحليل النص لوسائط السيميائية لرولان بارت، مع دلالة على مرحلتين، والتي تشمل الدلالة والدلالة. وأسفر هذا البحث عن نتائج مفادها أن (1) الرسائل الدعوية في فئة العقيدة، تؤمن دائماً بالقدر الذي يحدده الله. إيماناً منه بأن رزق كل إنسان قد قاس (2) ثم في الفئة الأخلاقية التي تشمل التحدث بكلمات ناعمة وعدم الأذى عند نقل رسائل الدعوة، والامتنان للنعم التي أعطها الله (3) وفي الوقت نفسه بالنسبة لفئة الرسائل الدعوية الشرعية هو الأمر عمار ما رؤوف ناهي منكراً، ولا تغار من البشر الآخرين.

في الأبحاث المستقبلية، من المؤمل أن تكون هناك دراسات أخرى تناقش الرسائل الدعوية على وسائل التواصل الاجتماعي TikTok بمزيد من التفصيل، خاصة على حساب @fuadhnaim .

**الكلمات الدالة:** الرسائل الدعوية، دعوة فؤاد نعيم، فيديوهات تيك توك



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TRANSLITERASI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>E. Definisi Konsep</b> .....	<b>6</b>
1. Pesan Dakwah .....	6
2. Konten Video .....	9
3. Media Sosial TikTok .....	10
<b>F. Sistematika Pembahasan</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>13</b>

<b>KAJIAN TEORITIK .....</b>	<b>13</b>
<b>A. Kerangka Teoritik .....</b>	<b>13</b>
<b>1. Pesan Dakwah .....</b>	<b>13</b>
a. Pengertian .....	13
b. Jenis-Jenis Pesan Dakwah .....	16
c. Klasifikasi Pesan Dakwah .....	17
<b>2. Video .....</b>	<b>22</b>
<b>3. Media Sosial .....</b>	<b>23</b>
<b>4. TikTok .....</b>	<b>25</b>
a. Pengertian TikTok .....	25
b. Fitur TikTok .....	26
<b>B. Kerangka Pikir Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>C. Dakwah Melalui Media Sosial Perspektif Islam .....</b>	<b>30</b>
<b>D. Penelitian Relevan .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
<b>A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>B. Unit Analisis .....</b>	<b>41</b>
<b>C. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>42</b>
1. Jenis Data.....	42
2. Sumber Data .....	43
<b>D. Tahap -Tahap Penelitian.....</b>	<b>44</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>46</b>
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>

<b>A.</b>	<b>Gambaran Umum Subyek Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>B.</b>	<b>Penyajian Data .....</b>	<b>57</b>
1.	Video TikTok Fuadh Naim “Kasih Allah Pada Idol” 57	
a.	<b>Narasi Video Kasih Allah Pada Idol .....</b>	<b>57</b>
b.	<b>Visualisasi dan Deskripsi Video Kasih Allah Pada Idol</b>	<b>58</b>
<b>C.</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data) .....</b>	<b>65</b>
1.	<b>Perspektif Teori .....</b>	<b>65</b>
a.	<b>Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada video Kasih Allah Pada Idol .....</b>	<b>65</b>
2.	<b>Perspektif Islam .....</b>	<b>78</b>
c.	<b>Pesan Dakwah Dalam Konten TikTok Berjudul “Kasih Allah Pada Idol” .....</b>	<b>78</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>89</b>
<b>A.</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>89</b>
<b>B.</b>	<b>Rekomendasi .....</b>	<b>90</b>
<b>C.</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 : Tabel Transliterasi Konsonan .....	xvi
Tabel 2 .....	65
Tabel 3 .....	68
Tabel 4 .....	70
Tabel 5 .....	74
Tabel 6 .....	76
Tabel 7 .....	77



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Akun @fuadhnaim (Desember 2022) .....	55
Gambar 2.....	59
Gambar 3.....	60
Gambar 4.....	61
Gambar 5.....	62
Gambar 6.....	63
Gambar 7.....	64



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang universal, di mana dakwah adalah hal yang penting dan menjadi elemen dasar. Dalam sejarah, Islam penuh dengan dakwah yang memiliki efek jangka panjang pada kehidupan dan karakter umat Islam. Arti harfiah dari dakwah sendiri adalah membujuk, mengajak, menyeru, dalam berbuat kebaikan.<sup>2</sup>

Sejatinya dakwah adalah salah satu kegiatan yang selalu kontinu dan berkesinambungan, sebab dakwah memiliki sifat dinamis yakni selalu mengikuti perubahan dan perkembangan zaman. Arti dari dinamis di sini adalah berdakwah dapat melalui media apapun dan tak akan lekang oleh zaman yang selalu berkembang. Dakwah juga memiliki tujuan untuk memberikan perubahan dan perbaikan bagi umat manusia. Aktifitas dakwah yang terus digaungkan dan ditingkatkan akan memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kualitas keagamaan. Begitu pula sebaliknya, jika aktifitas dakwah yang dilakukan menurun di lingkungan masyarakat, maka tidak akan heran jika kualitas keagamaan semakin lama akan menurun juga. Oleh karena itu, dapat dipahami, bahwa sejatinya Islam meletakkan kewajiban untuk berdakwah di atas pundak setiap pemeluknya.

Di era serba digital saat ini, kemajuan teknologi berkembang pesat disertai dengan beragam inovasi.

---

<sup>2</sup> Saad Jaffar, Sadaf Butt, dkk, "Importance Of Da'wah In Islam: A Review Of The Prophet's Da'wah Strategies In State Of Madina." *The Scholar Islamic Academic Research Journal* 8, No. 1 (June 30, 2022)

Keberagaman inovasi ini banyak melahirkan media-media baru, salah satu contohnya adalah media sosial. Media sosial dapat diakses melalui ponsel canggih setiap orang, yang berakibat mudahnya pemenuhan kebutuhan manusia dalam hal informasi. Proses informasi dan komunikasi ini tidak memiliki batas ruang dan waktu. Manusia akan mudah menggunakannya kapanpun dan dimanapun mereka inginkan.

Peradaban modern ditandai dengan inovasi teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya yang mengarah pada masuknya beragam budaya.<sup>3</sup> Diiringi dengan kemudahan mengakses internet, segala informasi dapat dengan mudah berkembang di penjuru masyarakat bahkan dunia hanya dengan hitungan jari. Salah satu media sosial yang tengah menjadi populer adalah aplikasi TikTok, dengan banyak jumlah pengguna di Indonesia. Aplikasi TikTok yang berbasis video memiliki kekuatan untuk mempermudah tersebarnya sebuah informasi, sehingga banyak bermunculan konten atau hal-hal yang lahir dan menjadi *trending topic* karena kemunculannya.

Menurut laporan *Business of Apps*, pada kuartal II 2022 TikTok sudah memiliki 1,46 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di seluruh dunia<sup>4</sup>. Dilansir dari CNN Indonesia, TikTok menjadi

---

<sup>3</sup> Sadhriany Pertiwi, Hafied Cangara, dkk, Digital Da'wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age, *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, Volume 05 Issue 08 August 2022.

<sup>4</sup> Muti Cindy, Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah, Ini Data Terbarunya, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah->

aplikasi sosial media dengan pertumbuhan pesat baik berdasarkan unduhan di *google play store* maupun *app store*. Data survei yang sudah dipublikasikan dari sensor tower yang dilansir dari okezone.com, TikTok sudah mengalahkan aplikasi besar lainnya seperti aplikasi *facebook*, dan aplikasi *instagram*. DataIndonesia.id mencatat, pengguna aktif bulanan<sup>5</sup>TikTok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang pada April 2022. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan. Dengan banyaknya jumlah pengguna aktif di Indonesia, menjadikan faktor mudahnya beragam informasi masuk, termasuk budaya luar yang masuk dan masyhur di kalangan masyarakat Indonesia khususnya remaja. Dengan adanya jumlah pengguna TikTok, menjadi potensi besar untuk menyebarkan informasi. Hal ini menjadi salah satu jalan yang bisa diambil oleh para *da' I* untuk berdakwah melalui media tersebut.

Salah satu pengguna TikTok yakni Fuadh Naim, dengan akun @fuadhnaim merupakan seorang konten kreator dakwah. Fuadh menggunakan media TikTok sebagai alat penyampai dakwah kepada *mad'u* yang notabeneanya memiliki ketertarikan pada budaya luar, khususnya budaya Korea. Fuadh Naim membuat video TikTok dengan judul Kasih Allah pada Idol, yang mana merupakan video yang muncul sebab adanya

---

[pengguna-TikTok-terus-bertambah-ini-data-terbarunya](#) , diakses pada September 2022

<sup>5</sup> AN Vidyana, N Atnan, Pengaruh Konten Edukasi TikTok terhadap Pengetahuan Mahasiswa: sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan, *Jurnal Basicedu*, Vol. 6 No. 4 Tahun 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/447971-none-c16564e2.pdf> Diakses pada September 2022



komentar dari pengguna lainnya. Komentar tersebut berisi tentang kekaguman pengguna tersebut terhadap Allah yang memberikan banyak nikmat kepada Idol yang bukan seorang muslim.

Fuadh memberikan jawaban pada komentar tersebut melalui video yang diunggah pada 13 Maret 2022 dan diberi judul Kasih Allah pada Idol. Di dalam video tersebut, Fuadh menjelaskan materi dakwah dengan nada ceria serta tambahan musik Korea sebagai instrumen pengiring videonya.

Dari hasil observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan pesan dakwah yang terkandung dalam video TikTok Fuadh Naim. Pada dasarnya, pesan apapun bisa dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, yang dimana ajaran islam dibagi menjadi yaitu aspek keimanan (aqidah), masalah hukum islam (syari'at), aspek akhlak. Keunikan dari video TikTok ini adalah, penyampaian dakwah dengan strategi budaya yang menargetkan *mad'u* dengan ketertarikan pada budaya Korea khususnya.

Dengan latar belakang yang telah disebutkan, maka peneliti mengangkat judul Pesan Dakwah dalam Video TikTok @fuadhnaim "Kasih Allah pada Idol".

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Apa pesan dakwah yang terdapat dalam konten TikTok "Kasih Allah pada Idol" dalam akun @fuadhnaim ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang terdapat dalam konten TikTok "Kasih Allah pada Idol" dalam akun @fuadhnaim

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis. Adapun penjabarannya sebagai berikut :

### 1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan sumbangsih wacana dalam bahan penelitian lanjutan dan pemahaman mengenai media sosial TikTok yang tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan informasi, melainkan juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah modern.
- b. Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan dampak positif, terutama dalam keilmuan bagi para da'I untuk menyampaikan dakwah menjadi lebih menarik
- c. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan pada perkembangan dan pendalaman studi komunikasi mengenai analisis semiotika model Roland Barthes pada video TikTok dakwah.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada para aktivis dakwah khususnya dalam hal ini pemilik akun *@fuadhnaim* untuk selalu menyajikan informasi seputar Islam yang mudah diterima *mad'u* serta sesuai dengan *Al-Quran* dan *Hadits* sehingga informasi yang diberikan layak untuk menjadi materi dakwah yang dapat diambil hikmah dan ilmunya, serta dapat mengubah pandangan, perasaan, dan perilaku audiens atau khalayak luas.

## E. Definisi Konsep

Singarimbun dan Effendi mengatakan bahwa definisi konsep adalah pean dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.<sup>6</sup> Sesuai dengan judul penelitian yakni **Pesan Dakwah Dalam Video TikTok @fuadhnaim “Kasih Allah pada Idol”** maka definisi konsep yang perlu dijelaskan adalah :

### 1. Pesan Dakwah

Pesan merupakan sebuah isyarat atau sebuah simbol yang disampaikan oleh seseorang dengan harapan bahwa pesan itu akan mengutarakan atau menimbulkan sesuatu tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak berkomunikasi. Menurut Hafied Cangara pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.<sup>7</sup>

Senada dengan Hafied, Onong Uchjana juga mengatakan dalam bukunya Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek), pesan dapat diartikan pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang-lambang/ simbol-simbol yang mempunyai arti<sup>8</sup>.

Pesan dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan *da'i* pada *mad'u*. dalam hal ini jelas bahwa yang menjadi materi dakwah atau pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.<sup>9</sup> Oleh

---

<sup>6</sup> AK Pratama, Skripsi : “*Analisis Konten Film Anak Jalanan di RCTI*”, (Palembang, 2018), <http://repository.radenfatah.ac.id/4207/3/BAB%20III.pdf> ,hal. 39.

<sup>7</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 112.

<sup>8</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: 2007 : PT Remaja Rosdakarya.), hal. 18.

<sup>9</sup> Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2002), hal. 100

karena itu, yang menjadi materi saat berdakwah adalah membahas syariat Islam itu sendiri. Sebab, segala aspek tentang Islam yang sangat luas itu dapat dijadikan sebagai pesan dakwah Islam. Dalam video TikTok “Kasih Allah pada Idol”, akan dikaji pesan dakwah yang disampaikan oleh Fuadh Naim. Jadi dalam penelitian ini akan memuat konsep dakwah yakni:

a. Aspek Keimanan (*aqidah*)

Secara bahasa *aqidah* berakar kata ‘*aqada-ya’qidu-‘aqdan-‘aqidatan*. “*Aqdan* sendiri memiliki kokoh, ikatan simpul, perjanjian. Keterkaitan antara ‘*aqdan* dan ‘*aqidah* adalah bentuk keyakinan, yang tersimpul dan terikat dalam hati, serta mengandung sebuah perjanjian.<sup>10</sup>

b. Aspek Hukum Islam (Syari’at)

Dalam Islam, syari’ah memiliki hubungan yang erat dengan realita yang harus menaati segala hukum Allah. Hal ini telah dijelaskan dalam sabda Rasulullah yang memiliki arti : Islam adalah bahwa engkau menyembah hanya kepada Allah SWT, dan janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun mengerjakan sembah. Yang membayar zakat wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji di *Baitullah*. (*Hadist Riwayat Bukhori Muslim*). Hadist tersebut sudah memperlihatkan bagaimana hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Dalam artian, segala sesuatu yang berkaitan dengan syari’ah bukan hanya

---

<sup>10</sup>Sudarno Shobron, dkk, *Studi Islam 1* (Surakarta: LPID UMS, 2012), hal. 1

terbatas pada hubungan antara manusia dengan Allah SWT saja. Melainkan dengan manusia dan makhluk Allah lainnya juga.

c. Aspek Akhlak

Untuk melengkapi keimanan seseorang, akhlak menjadi bagian penyempurna. Seperti yang disabdakan oleh Rasulullah dan diriwayatkan oleh Imam Ahmad dalam musnadnya pada bab musnad Abi Hurairah yang berbunyi :<sup>11</sup>

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: “Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak.”

Dalam realitanya melakukan hal yang baik, terkadang tidak semudah yang dibayangkan. Rasa jenuh, dan semacamnya bisa mendatangi. Namun, kebiasaan baik, bisa dimuali dari hal yang kecil agar kebaikan tersebut bisa terikat dan menjadi akhlak yang membaguskan diri kita.

Pesan dakwah adalah setiap pesan komunikasi yang mengandung muatan nilai-nilai keilahan, ideologi, dan kemaslahatan baik secara tersirat maupun tersurat<sup>12</sup>. Pesan dakwah yang diangkat penulis dalam penelitian ini merupakan sebuah pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk video berdurasi 1 menit 43 detik yang disampaikan oleh seorang *content creator* dalam media sosial TikTok yang berjudul “Kasih Allah pada Idol”.

---

<sup>11</sup> “Mengapa Rasulullah Diutus?,” NU Online, <https://banten.nu.or.id/ubudiyah/mengapa-rasulullah-diutus-JSPIS>, diakses 25 Desember 2022.

<sup>12</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 144

## 2. Konten Video

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.<sup>13</sup> Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (*handphone*).

Sukiman menyatakan bahwa video merupakan seperangkat media atau susunan komponen media yang dapat menampilkan gambar serata suara dalam waktu yang sama.<sup>14</sup> Sedangkan, menurut Cecep Kustandi<sup>15</sup> video merupakan alat yang mampu menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep rumit, mengajarkan sebuah keterampilan, atau dapat mempengaruhi sebuah perilaku. Konten Video merupakan gabungan antara gambar visual serta audio yang termuat didalamnya. Konten video saat ini merupakan konten yang paling banyak diminati oleh masyarakat pengguna internet diseluruh penjuru dunia. Tidak hanya suara yang sekaligus bisa diterima oleh audiens, informasi dan pesan akan lebih mudah ditampilkan dengan gambar visual.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Arti Konten, <https://kbbi.web.id/konten>, diakses pada September 2022

<sup>14</sup> Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), hal. 187-188.

<sup>15</sup> Cecep Kustandi dan Bambang Sutjipto, *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hal. 64

<sup>16</sup> “ Muiz Adam, “*Pengertian Konten : Macam Jenis, Syarat, Etika, Cara Membuat dan Contoh*”, <https://adammuiz.com/konten/>, Diakses pada September 2022.

### 3. Media Sosial TikTok

Media sosial merupakan jaringan sosial yang berbasis *web* yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun *profil public* atau *semi public* dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem)<sup>17</sup>

TikTok merupakan <sup>18</sup> sebuah aplikasi yang memberikan dampak spesial yang unik dan menarik dan bisa digunakan oleh para *user* dengan mudah untuk membuat video berdurasi pendek dan banyak mengundang perhatian khalayak. TikTok juga menjadi media yang dapat menyebarkan segala informasi dengan tampilan video serta audio yang bisa dipilih sesuai selera pengguna. Saat ini media sosial TikTok begitu akrab dengan aktivitas keseharian masyarakat pada umumnya terutama generasi milenial, bahkan tak sedikit yang setiap harinya pasti membuka TikTok, dari sini para aktivis dakwah memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah.

### F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini sistematika pembahasan akan memudahkan penulisan skripsi dengan mudah, maka

---

<sup>17</sup> Wuwungan Eleison dkk, Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa, *Jurnal Komunikasi*, Hal. 4.

<sup>18</sup> Prakoso Agis, Skripsi : *Penggunaan Aplikasi TikTok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame*, <http://repository.radenintan.ac.id/15053/2/PERPUS%20PUSAT%20B%20AB%201%20DAN%202.pdf> , hal. 23, diakses pada September 2022

penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut :

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, definisi konsep, serta sistematika penelitian.

#### **BAB II : Kajian Teoretik**

Memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori relevan yang terkait dengan tema skripsi. Adapun kerangka teori dalam penelitian ini yakni, kajian konsep, kerangka teoritik, kerangka piker penelitian, dan perspektif Islam.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Memuat secara rinci metode penelitian penelitian yang digunakan peneliti, jenis penelitian, jenis dan sumber data, tahap penelitian, metode pengumpulan data, serta analisis data yang digunakan.

#### **BAB IV : Hasil Dan Pembahasan**

Akan ditampilkan tentang penyajian serta analisis data berupa temuan penelitian yang merupakan hasil selama penelitian berjalan, yakni : Gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil, atau analisis data dengan perspektif teori serta perspektif Islam.

#### **BAB V : Penutup**

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Selain kesimpulan, juga akan termuat saran dan rekomendasi



yang akan penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang didapat.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

#### A. Kerangka Teoritik

##### 1. Pesan Dakwah

###### a. Pengertian

Pesan merupakan <sup>19</sup>sebuah tanda (*signal*) atau kombinasi tanda yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda. Menurut Mufid, pesan ini dapat berupa tanda atau sebuah simbol. Sebagian dari tanda ini dapat memiliki yang bersifat universal, yang artinya dapat dipahami oleh Sebagian besar manusia di seluruh dunia. Pesan merupakan keseluruhan atas apa yang disampaikan oleh komunikator.

Senada dengan Mufid, Onong Effendy menyatakan,<sup>20</sup> pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggunakan lambang bahasa atau lambang-lambang lainnya yang disampaikan oleh orang lain.

Pesan itu sendiri bersifat abstrak. Pesan dapat bersifat konkret bila berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. Pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dapat dikemas secara verbal atau nonverbal. Komunikasi verbal adalah penyampaian dengan menggunakan kata-kata. Pesan bersifat verbal (*verbal communication*) antara lain: Oral (komunikasi yang

---

<sup>19</sup> Mufid Muhammad, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, (Jakarta : Prenda Media, 2005), hal . 4

<sup>20</sup> Effendy, Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, (Bandung :PT. Mandar Maju, 1989), hal. 224

dijalin secara lisan) dan *Written* (komunikasi yang dijalin secara tulisan). Sedang komunikasi nonverbal tidak menggunakan kata-kata. Pesan bersifat *non verbal (non verbal communication)* yaitu: *Gestural communication* (menggunakan sandisandi untuk menjamin kerahasiaan) dan Menggunakan kiat, isyarat, gambar atau warna<sup>21</sup>.

Dakwah adalah suatu proses penyampaian, ajakan atau seruan kepada orang lain atau kepada masyarakat agar mau memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama secara sadar, sehingga membangkitkan dan mengembalikan potensi fitri orang itu, dan dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat.<sup>22</sup>Dakwah berasal dari kata دعا- يدعو - دعوة (da'a - yad'u - da'watan) berarti berarti memanggil, mengundang, mengajak atau menyeru<sup>23</sup>. Dakwah menurut istilah dapat dikemukakan menurut para ahli yakni sebagai berikut :<sup>24</sup>

- 1.) Menurut Toha Yahya Umar, bahwa pengertian dakwah dibagi menjadi dua:
  - a. Pengertian umum. Dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu

---

<sup>21</sup> Onong Uchjana Efendi, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : 2006: PT Remaja Rosdakarya)

<sup>22</sup> Budihardjo, *Konsep Dakwah Dalam Islam, SUHUF*, Vol. 19, No. 2, Nopember (2007), l. 90.

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hal. 181.

<sup>24</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2010), hal. 16

ide/gagasan. Pendapat atau pekerjaan tertentu.

- b. Adapun definisi dakwah menurut Islam (khusus) adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia akhirat.
- 2.) Menurut Abu Bakar Dzakaria, dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.
- 3.) Menurut Ali Mahfudz, dakwah adalah mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan untuk mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.

Perilaku amar ma'ruf nahi munkar sudah difirmankan dalam *QS. Ali Imran* : 104, Allah berfirman <sup>25</sup>:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”

---

<sup>25</sup> Surah Āli 'Imrān, Qur'an Kemenag

Sumber utama yang menjadi landasan pesan dakwah adalah Al-Quran dan Al-Hadits yang meliputi aqidah, syariah dan akhlak dengan sebagaimacam cabang ilmu yang di perolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan *da'i* kepada *mad'u* yang bersumber dari agama Islam.<sup>26</sup>

## b. Jenis-Jenis Pesan Dakwah

Menurut Ali Aziz, yakni sebagai berikut: <sup>27</sup>

### 1. Ayat ayat Al-Quran

Al-Quran merupakan wahyu yang diturunkan langsung oleh Allah SWT kepada Rasulullah SAW sebagai pedoman hidup umat manusia. Al-Quran menjadi sumber utama dalam setiap isi pesan dakwah karena merupakan panduan yang menyangkut segala aspek kehidupan. Adapun dalam mengutip ayat-ayat Al-Quran perlu memerhatikan etika, yakni:

- a. Penulisan dan pengucapan ayat Al-Quran harus benar
- b. Penulisan dan pengucapan ayat Al-Quran menyertakan terjemahan
- c. Penulisan dan pengucapan ayat Al-Quran sebaiknya tidak dipenggal dari keseluruhan ayat
- d. Antara ayat dan topik yang dibahas harus relevan

### 2. Hadist Nabi SAW

Selain Al-Quran, pedoman lain sebagai penuntun atau petunjuk dalam menjalani kehidupan yakni

---

<sup>26</sup> Jamaludin Kafi, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1997), Hal. 35

<sup>27</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Ed. Rev. Cet. 2* (Jakarta: Kencana, 2009), hal.219

Hadits sebagai sumber rujukan kedua. Hadits adalah setiap ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat Rasulullah SAW.

### 3. Pendapat Para Sahabat Rasulullah

Sahabat Nabi SAW adalah orang yang hidup semasa Nabi SAW, pernah bertemu, dan beriman kepadanya. Pendapat sahabat Nabi SAW bisa dijadikan rujukan atau referensi pesan dakwah karena kedekatan dan proses belajar mereka kepada Nabi SAW.

### 4. Pendapat Para Ulama

Ulama yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang beriman, menguasai ilmu keIslaman secara mendalam dan menjalankannya. Adapun pendapat para ulama yang bisa dijadikan pesan dakwah adalah pendapat ulama yang disepakati (*al-muttafaq 'alaih*). Pendapat yang telah disepakati ini merupakan hasil diskusi para ulama dalam menetapkan suatu hukum atau ajaran Islam yang tidak termaktub dalam Al-Quran dan Hadits.

#### c. Klasifikasi Pesan Dakwah

Pengelompokan pesan dakwah diklasifikasikan menjadi 3 bagian menurut Asmuni Syukir<sup>28</sup>, yakni:

##### a) *Aqidah* (Keimanan)

Kata *aqidah* berasal dari bahasa Arab *aqā'idah* yang berarti keyakinan atau kepercayaan. *Aqidah* menurut istilah adalah mengikat hati kepada seseorang atau sesuatu yang diyakini dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), hal. 61.

<sup>29</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 20

Dalam buku Ilmu Dakwah Ali Aziz *aqidah* dibagi menjadi 6 yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada rasul-rasul Allah, iman kepada hari kiamat, dan iman kepada *qadla* dan *qadar* Allah.<sup>30</sup> Allah berfirman dalam QS. Al-Anbiya' : 25<sup>31</sup>

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ ٢٥

Artinya : Kami tidak mengutus seorang rasul pun sebelum engkau (Nabi Muhammad), melainkan Kami mewahyukan kepadanya bahwa tidak ada tuhan selain Aku. Maka, sembahlah Aku.

Beriman kepada Allah SWT, adalah meyakini dan membenarkan secara pasti tentang keberadaan Allah, segala kesempurnaan dan keagungan yang hanya milik-Nya. Diiringi dengan ibadah dan kemantapan hati untuk selalu *amar ma'ruf nahi munkar*. Iman kepada Allah adalah dasar dari aqidah Islam.<sup>32</sup>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>30</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, Ed. Rev. Cet. 2 (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 284

<sup>31</sup> “Surah Al-Anbiya’ Qur’an Kemenag,” diakses 21 Desember 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/21/25>.

<sup>32</sup> Syahminan Zaini, *Kuliah Aqidah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1990), hal. 50

b) *Syariah*

*Syariah* adalah ketentuan-ketentuan yang ditetapkan Allah atas hasil ketentuan dan pemahaman untuk menjadi pedoman atau pegangan oleh umat manusia baik *hablunminallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablun minannas* (hubungan dengan manusia). Pesan syariah meliputi ibadah dalam arti luas (*thaharah*, sholat, zakat, puasa, dan haji) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun-al khasl* (hukum perdata) dan *alqanun al'am* (hukum publik)).<sup>33</sup>

c) Akhlak

Akhlak secara etimologis berasal dari bahasa Arab yaitu *khuluqun*, budi pekerti, perangai, tabiat atau tingkah laku.<sup>34</sup> Pesan akhlak meliputi akhlak kepada *al-khaliq* (pencipta) dan *makhluk* (manusia dan non manusia). Akhlak terbaik adalah yang dicontohkan Rasulullah. Allah berfirman dalam QS. Al-Qalam:4<sup>35</sup>

وَأَنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ٤

Artinya : Sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung.

Pada dasarnya akhlak terbagi menjadi dua macam, yakni :

1. Akhlak Terpuji (*Akhlaqul Mahmudah*)  
Perbuatan baik, terhadap Allah SWT dan sesama makhluk hidup lainnya
2. Akhlak Tidak Terpuji (*Akhlaqul Madzmumah*)

<sup>33</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. hal. 284

<sup>34</sup> Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hal. 26-27 <sup>38</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*. hal. 284

<sup>35</sup> , “Surah Al-Qalam Qur’an Kemenag,” diakses 21 Desember 2022



Perbuatan yang tidak baik atau buruk kepada Allah SWT, dan juga sesama makhluk.<sup>36</sup> Contoh dari akhlak mahmudah adalah bersyukur. Dengan bersyukur, akan mendapatkan kebaikan, kemanfaatan, dan yang mendalam.<sup>37</sup> Akhlak yang baik pasti sejalan dengan akhlak Rasulullah SAW, yakni dilandasi dengan iman dalam diri seseorang. Dengan iman, seseorang dapat berbuat kebajikan seperti halnya salat, puasa, zikir, dan berbagai interaksi positif kepada sesama makhluk.<sup>38</sup>

Dengan demikian, ada tiga aspek dalam ruang lingkup akhlak Islam, yaitu :

a. Akhlak kepada Allah SWT

Manusia adalah makhluk Allah yang paling mulia, dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Keutamaan itu terdapat dalam akal pikiran yang diberikan. Dengan kemuliannya, manusia diberikan Amanah untuk menjadi pemimpin di bumi, serta senantiasa beribadah kepada Allah. Allah berfirman dalam *QS Adz-Dzariyat* : 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Artinya : Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Mahjuddin, *Kuliah Akhlaq Tasawuf*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1996), hal 9.

<sup>37</sup> Khaliel Anwar, *Rasakan Kekuatan Alhamdulillah: Latihan Bersyukur Agar Hidup Lebih Berkah dan Makmur* (Jakarta: PT Qaf Media Kreativa, 2018), hal. 53.

<sup>38</sup> Zakiyah Deradjat, *Dasar-Dasar Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), hal 297

<sup>39</sup> Surah Aż-Zāriyāt Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/surah/51/56>, diakses 21 Desember 2022

Bentuk Akhlak kepada Allah adalah dengan tidak menyekutukan-Nya, selalu beriman kepada-Nya, bertakwa kepada-Nya, rida dan ikhlas atas apa yang telah menjadi keputusan-Nya.<sup>40</sup>

b. Akhlak kepada sesama manusia

Agama Islam memberikan tuntunan untuk selalu berbuat baik kepada manusia yang lainnya. Terutama hubungan antar keluarga dan kerabat, baik keluarga dekat maupun yang jauh. Allah berfirman dalam *QS. At-Tahrim : 06*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ ٦

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu. Penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar dan keras. Mereka tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepadanya dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan<sup>41</sup>

c. Akhlak kepada lingkungan

Segala sesuatu di sekitar manusia, baik itu tumbuhan, binatang, atau benda tak bernyawa. Itu semua ada sebab penciptaan oleh Allah SWT. Keyakinan atas lingkungan ini akan mengantarkan

---

<sup>40</sup> Abuddin Nata, *Akhlaq Tasawuf*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hal 148

<sup>41</sup> “Surah At-Tahrim, Qur’an Kemenag,”  
<https://quran.kemenag.go.id/surah/66/6>, diakses 21 Desember 2022

umat muslim untuk menyadari bahwa semua makhluk di bumi ini adalah umat Allah, dan harus diperlakukan dengan baik.<sup>42</sup>

Pesan dakwah juga adalah ilmu yang membahas tentang proses penerimaan, pengolahan, dan penyampaian ajaran Islam untuk merubah perilaku individu, kelompok, dan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.<sup>43</sup> Jadi pesan dakwah merupakan suatu isi pesan yang penyampainnya dengan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah. Pada dasarnya, materi dakwah Islam bergantung pada tujuan dakwah yang akan dicapai. Sudah menjadi doktrin dan komitmen bagi setiap muslim untuk berdakwah, baik itu secara individual atau dalam massa yang banyak. Untuk penyampaian dakwah, dapat dilakukan melauai tatap muka, ataupun melalui media.

## 2. Video

Video merupakan sebuah bentuk dari teknologi dengan guna merekam, menangkap, memproses, serta mentransmisikan dan mengatur ulang gambar yang bisa bergerak. Menurut Arief Sadiman, video adalah sebuah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan dapat berupa fakta, bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Abuddin Nata, *Akhlaq Tasawuf*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hal 150

<sup>43</sup> Enjang & Aliyudin, *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung : Widya Padjadjaran,2009), hal. 25.

<sup>44</sup> Arief S. Sadiman dkk, *Media Pendidikan : Pengertian, Pengembangan, dan. Pemanfaatannaya*, (Depok PT. Raja Grafindo Persada:2014), hal. 74.

Senada dengan Arief Sadiman, Cecep Kustandi menjelaskan bahwa video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap<sup>45</sup>

Sedangkan menurut Daryanto media video adalah segala sesuatu yang memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar bergerak secara sekuensial<sup>46</sup>. Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa, video merupakan media jenis audio visual yang dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak dan disertai dengan suara.

### 3. Media Sosial

Kata Media berasal dari Bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’, atau penghantar. Sedangkan dalam bahasa Arab, media adalah *wasaa’ilu* yang berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan.<sup>47</sup> Media sosial juga dikenal sebagai jejaring sosial, adalah bagian dari media digital yang interaktif dan terdistribusi secara digital). Media sosial menghapus hambatan manusia untuk bersosialisasi.<sup>48</sup> Dalam kamus Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa

---

<sup>45</sup> Cecep Kustandi dan Bambang Sutjipto, *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hal. 64.

<sup>46</sup> Daryanto, *Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal. 88.

<sup>47</sup> Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 3.

<sup>48</sup> Rizki Briandana, Caturida Meiwanto, dkk, Da’wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia, *International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII, Special Issue 1, 2022*.

media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk<sup>49</sup>.

Sedangkan menurut Menurut Arsyad, media merupakan alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal<sup>50</sup>

Selain definisi media, penulis juga memasukkan beberapa pendapat para ahli mengenai definisi media sosial, yakni :

- a. Menurut Antony Mayfield yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaannya mudah untuk berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya *blog*, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan *avatar*/karakter 3D).
- b. Menurut Sam Decker yang turut serta memberikan perannya dalam bentuk gagasan berupa definisi media sosial yang menurutnya bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu sama lain.<sup>51</sup>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>49</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hal. 640.

<sup>50</sup> Hasan Muhammad dkk, *Media Pembelajaran*, (Klaten: Tahta Media Group, 2021), hal. 27.

<sup>51</sup> Wahyuni Arum, Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, hal. 3, [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:DfWL5ticwIgJ:scholar.google.com/+definisi+media+&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:DfWL5ticwIgJ:scholar.google.com/+definisi+media+&hl=id&as_sdt=0,5) , diakses pada September 2022

## 4. TikTok

### a. Pengertian TikTok

Kemunculan teknologi yang semakin maju merupakan bukti dari kebutuhan masyarakat dalam hal penyampaian dan pencarian informasi yang mudah dan cepat. Salah satu bentuk kecanggihan teknologi adalah internet yang menjadi pusat perhatian global karena sistemnya yang bergerak cepat dan mudah diakses, serta mampu bertahan di era globalisasi.<sup>52</sup> Keberadaan internet juga memunculkan berbagai macam platform media sosial baru sebagai penyampai dan penyedia informasi yang mudah diakses bagi masyarakat umum.

Salah satu media sosial tersebut adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi yang dapat memberikan efek spesial, unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para penggunanya. Aplikasi ini juga dengan mudah 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 atau *sound*, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi TikTok ini juga bisa melihat video dengan durasi pendek yang dibuat oleh masing-masing penggunanya. Selain dapat membuat atau melihat konten video, TikTok juga dapat berbagi ke sesama

---

<sup>52</sup> Denis McQual. *Teori Komunikasi Massa, McQual's Mass Communication Theory*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hal. 280

pengguna atau media sosial lainnya. Misal, dari TikTok *sharing* ke Instagram atau WhatsApp.

Selain dapat membuat konten video, dan *sharing*, TikTok juga sebagai media komunikasi. Karena pengguna bisa bertukar pesan melalui pesan langsung (*direct message*) atau melalui laman komentar.

#### b. Fitur TikTok

Media sosial TikTok saat ini menjadi salah satu aplikasi yang paling digemari oleh pengguna internet. Dalam TikTok, banyak memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, *video challenge*, *lipsync*, lagu, menari, bernyanyi dan lain lain. Fitur-fitur yang mendukung penggunaannya alam berkreasi menciptakan konten, fitur tersebut antara lain :<sup>53</sup>

##### 1. *Backsound* atau Tambahan Musik

Fitur ini merupakan, fitur yang bisa dibilang utama dalam membuat konten video. Fitur ini memudahkan pengguna dalam memilih music yang akan menjadi pengiring kontennya. Genre music ini pun bermacam macam, dari mulai dangdut, *back to 90s*, *slow*, *pop*, *rock*, dan lainnya.

##### 2. *Voice Changer Function* atau Pengubah Suara

Sesuai dengan Namanya, fitur yang satu ini dapat mengubah suara pengguna atau suara bawaan video. Dalam fitur ini memuat beragam efek suara, antara lain *mic*, *elf*, *megaphone*, *echo*, suara pria, suara Wanita, dan lainnya. Fitur ini mendukung aktivitas penggunaanya dalam membuat konten.

---

<sup>53</sup> CNBC Indonesia, “Deretan Fitur TikTok yang Wajib Kamu Coba” [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com), diakses pada 29 September 2022 pukul 13:13 WIB

### 3. *Sticker dan Effect*

Adaya fitur ini semakin menambah elemen yang menarik dalam video TikTok. Pengguna akan dengan bebas dan gratis memilih efek yang sesuai dengan konten unggahannya. Salah satu contohnya adalah efek kuda poni, yang bilamana pengguna membuka mulutnya, maka wajah pengguna akan secara otomatis berubah menjadi kuda poni.

### 4. *Filter*

Fitur ini mampu membantu tampilan video pengguna menjadi lebih hidup suasana pencahayaannya, rona, saturasi, maupun *tone* warna video. Dalam fitur ini terdapat beberapa kategori *filter* yakni, *portrait*, *landscape*, *food*, dan *vibe*. Filter ini sangat membantu penggunanya dalam proses pembuatan video, karna tanpa *makeup* pun dengan menggunakan filter akan tetap terlihat cantik dan memakai *make up*. Filter ini juga bisa digunakan untuk memperindah pemandangan dengan cara mengubah rona menjadi tampak indah dan terlihat estetik.

### 5. *Timer*

Fitur ini membantu pengguna dalam pengambilan video, terlebih jika pengguna tersebut tidak dalam keadaan Bersama orang lain. Fungsi filter ini adalah untuk membidik objek dengan waktu yang telah ditentukan.

### 6. *Beautify*

Kegunaan dari fitur ini adalah mampu membuat wajah penggunanya tampak berbeda. Di dalam fitur ini memuat pilihan yang dapat digunakan oleh pengguna. Misalnya, alas bedak, bentuk mata, bentuk rahang, dan



lain sebagainya. Hal ini akan membantu para pengguna tampil maksimal dalam konten videonya.

#### 7. *Auto Captions*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyertakan *caption* atau *subtitle* secara otomatis dari aplikasi. Cara kerja dari fitur ini, pengguna cukup menekan fitur *caption* pada laman penyuntingan sebelum mengunggah video. Hasil dari fitur ini adalah memunculkan kata-kata yang diucapkan oleh pengguna secara otomatis, tetapi juga bisa disunting terlebih dahulu *caption* dari aplikasi.

#### 8. Fitur TikTok Shop

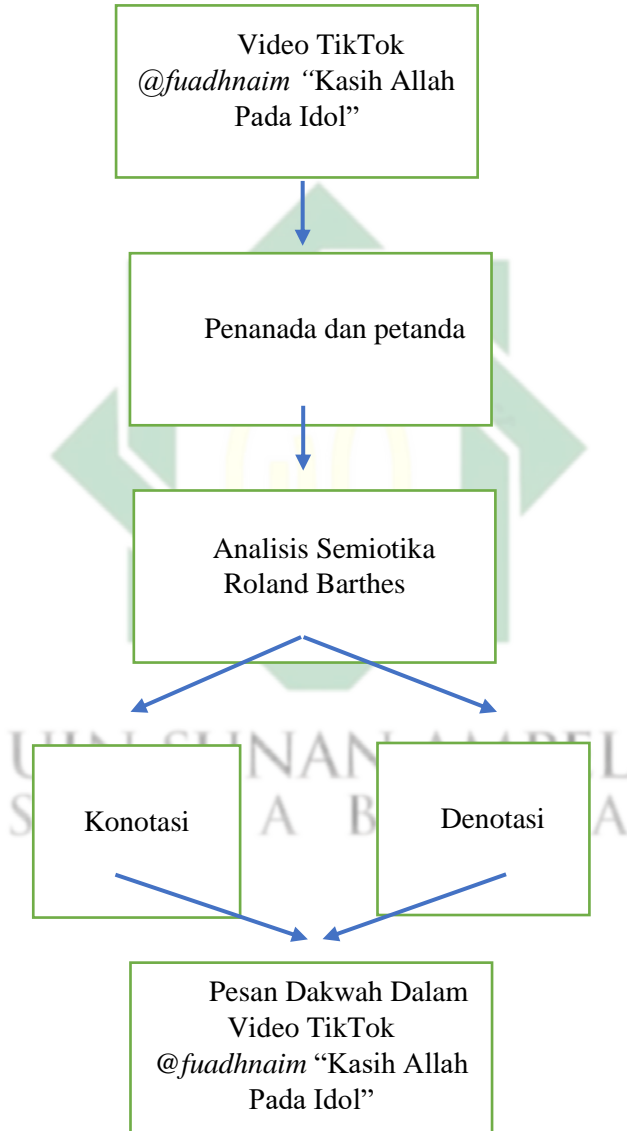
Fitur ini adalah salah satu inovasi fitur yang disediakan oleh TikTok sebagai media promosi untuk berjualan di aplikasi. Selain sebagai media promosi, fitur ini memungkinkan penjual dan pembeli melakukan transaksi dalam satu aplikasi tanpa perlu beralih ke aplikasi lainnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## B. Kerangka Pikir Penelitian

Skema 2.3



Pola pikir penelitian ini diawali dengan video TikTok @fuadhnaim Kasih Allah Pada idol. Video TikTok tersebut akan dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes dengan dua komponen yakni denotasi dan konotasi. Hingga pada akhirnya, akan ditemu hasil penelitian berupa pesan dakwah dalam video tersebut.

### C. Dakwah Melalui Media Sosial Perspektif Islam

Dakwah adalah mengajak ke jalan kebaikan dan bermanfaat bagi orang lain. Kegiatan dakwah juga diwajibkan kepada umat muslim di dunia. Allah berfirman dalam QS. AN-Nahl : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya : Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah<sup>424</sup>) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk

424) Hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang batil<sup>54</sup>

Di era digital seperti saat ini, penggunaan media sosial sudah menjadi rutinitas sehari-hari bagi sebagian masyarakat. Media sosial telah menjadi penyampai pesan, informasi, serta ruang untuk publik umum melakukan pertukaran hal-hal baru. Sejalan dengan perkembangan sosial yang semakin canggih, masyarakat juga semakin banyak yang mahir

---

<sup>54</sup> “Surah An-Nahl, Qur’an Kemenag.”, diakses 1 Desember 2022

menggunakan teknologi. Namun, masih banyak juga yang tidak sesuai dengan etika bermedia sosial.<sup>55</sup>

Kemunculan media sosial memberikan dampak yang bermacam-macam bagi masyarakat.<sup>56</sup> Dampak positifnya adalah, masyarakat mampu mengetahui informasi secara cepat, dan efektif. Mampu menghubungi orang lain tanpa harus bersusah payah menemui secara langsung. Namun, di samping dampak positif muncul juga dampak negative yang ditimbulkan. Kurangnya interaksi secara tatap muka, kecanduan, serta persoalan etika dan hukum ketika konten yang diunggah mengandung pelanggaran moral, privasi, atau peraturan.

Di tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 15% atau setara dengan 38,2 juta dari total jumlah penduduk di Indonesia. Pengguna media sosial ini menggunakan akun media nya rata-rata sekitar 2 jam.<sup>57</sup> Dengan banyaknya pengguna media sosial, maka akan efektif bila penggunaan media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk berdakwah. McLuhan berkata bahwa "*The medium is the message*", adalah terbukanya gerbang dalam perkembangan teknologi yang di dalamnya juga termasuk media sosial. Media dilihat sebagai perluasan dari indera manusia,

---

<sup>55</sup> Widodo Hesti Purwantoro, "MEDIA SOSIAL, MEDIA DAKWAH," *Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia* (blog), 18 Agustus 2022, <https://fpscs.uui.ac.id/blog/2022/08/18/media-sosial-media-dakwah/>.

<sup>56</sup> "Sumadi, *"Dakwah Dan Media Sosial Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi"*, Vol. 4, No. 1 Juni 2016, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>, diakses 21 Desember 2022,

<sup>57</sup> Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014

sedangkan telepon adalah perpanjangan telinga, serta televisi adalah perpanjangan dari mata.<sup>58</sup>

Dengan demikian dakwah yang menjadi kewajiban umat Islam dapat dilakukan melalui media sosial, karena tingkat keefektifannya terhadap *mad'u*. Berdakwah dalam media sosial juga harus tetap memperhatikan etika dan norma, sehingga manfaat dari dakwah dalam media sosial benar-benar maksimal. Oleh karenanya, kebijakan diri dalam penggunaan media sosial sangat dibutuhkan, untuk mengatur dan menyaring beragam informasi yang didapat.

#### **D. Penelitian Relevan**

Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh kalangan akademisi terkait pesan dakwah dalam media sosial. Berikut beberapa di antaranya :

*Pertama* penelitian dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media TikTok pada Akun @Sinarkehidupan\_16” yang ditulis oleh Yoga Satya Bimantara. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti harus memahami bahwa analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kualitatif terhadap pesan yang tampak. Pada penelitian ini ditemukan hasil penelitian bahwa Dalam proses pelaksanaan dakwah, media massa atau media sosial memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah. Analisis pesan dakwah dalam akun TikTok @sinarkehidupan\_16 ini menggunakan Teori agenda setting dimana teori ini memberikan pengaruh besar

---

<sup>58</sup> Jalaluddin Rakhmat., *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya ,2008, hal. 220

terhadap isu yang ada pada media khalayak dan Teori dakwah,

*Kedua*, penelitian dengan judul “Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun TikTok @Basyasman00) yang ditulis oleh Evi Nowidiyanti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif karena penelitian ini tidak menghasilkan dan tidak mengadakan perhitungan angka-angka dalam proses penelitiannya. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis 3 jenis pesan dakwah yaitu 3 pesan dakwah aqidah, 6 pesan dakwah akhlak dan 6 pesan dakwah syari’ah pada akun TikTok @Basyasman00.

*Ketiga*, penelitian dengan judul “Konten Akun Instagram @Xkwavers Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Dalam Analisis Pesan Dakwah” yang ditulis oleh Ayu Ashilawati. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis isi. Hasil dari penelitian ini adalah mengemukakan bahwa berdakwah dapat menggunakan media apa saja dan di mana saja.

*Keempat*, penelitian dengan judul “Komunikasi Dakwah melalui Komik di instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @Komikin\_ajah)” yang ditulis oleh Dina Tria Faradita. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non eksperimen. metode analisis isi. Analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam ilmu komunikasi. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kategori pesan dakwah dengan Akhlak memiliki frekuensi kemunculan rata-rata yaitu sebanyak 27 gambar atau 57% kemunculan.

*Kelima*, penelitian dengan judul Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di

Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe) yang ditulis oleh Susilowati. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dan penelitian ini membahas bentuk personal branding Bowo Alpenliebe dalam akun instagram @bowo\_allpennliebe. Hasil dari penelitian ini adalah @bowo\_allpennliebe dalam membentuk personal brandingnya pada instagram menggunakan 5 fitur dari 9 fitur yang disediakan oleh instagram dalam pemuatan video di Instagram

*Keenam*, penelitian dengan judul Analisis Semiotika Makna Persahabatan pada Iklan Rokok Ultramild Edisi Saatnya Main Halus, yang ditulis oleh Alex Kurnia Tama. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan model pendekatan kualitatif. Kemudian dikemas dalam bingkai teori Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO) dan teori penetrasi sosial. Hasil dari penelitian ini adalah ada 5 makna persahabatan dalam iklan Rokok Ultramild Edisi Saatnya Main Halus.

*Ketujuh*, penelitian dengan judul Analisis Semiotika Representasi Humanisme Dalam Film “Hari Yang Dijanjikan”, yang ditulis oleh Septiyan Asmaul Nur Azizah. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian model analisis teks media semiotika oleh John Fiske. Hasil dari penelitian ini terbagi menjadi tiga level diantaranya level realitas humanisme dipaparkan dalam keadaan yang saling tolong menolong dan peduli terhadap sesama tanpa memandang siapa orang yang ditolong.

*Kedelapan*, penelitian dengan judul Pesan Dakwah Bima Ananto Dalam Animasi Riko The Series Episode Adab Sebelum Ilmu, yang ditulis oleh Septiyan Asmaul Nur Azizah. Jenis penelitian yang

dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian model analisis teks media semiotika oleh John Fiske. Hasil dari penelitian ini terbagi menjadi tiga level diantaranya level realitas humanisme dipaparkan dalam keadaan yang saling tolong menolong dan peduli terhadap sesama tanpa memandang siapa orang yang ditolong.

*Kesembilan*, penelitian dengan judul Pesan Dakwah dalam Film “Ibu”, yang ditulis oleh M Sultan Hakim. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Isi Klaus Krippendorff. Pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang dilampirkan ada 3 aspek.

*Kesepuluh*, penelitian dengan judul Analisis Iklan Wardah Versi Kisah Dibalik Cantik dalam Membangun Brand Image Kosmetik Muslimah, yang ditulis Yayuk Naningsih. Penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif interpretatif, kemudian dianalisis secara kritis dengan dasar pemikiran Roland Barthes, sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang iklan kosmetik tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa petanda dan penanda brand image kosmetik muslimah, makna tanda verbal dan nonverbal pada iklan Wardah.



No	Judul	Karya	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media TikTok Pada Akun @sinarkehidupan_16	Yoga Satya Bimantara	Konteks yang diambil adalah sama yaitu tentang pengambilan jenis analisis, yakni analisis isi (Analysis Content)	Objek penelitian yang diambil adalah akun TikTok pada akun @sinarkehidupan_16 sedangkan penulis mengambil objek pada akun @fuadhnam
2	Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun TikTok @Basyasman00)	Evi Nowidiyanti	Konteks yang diambil adalah sama yaitu tentang pesan dakwah dalam konten TikTok	Objek penelitian yang diambil adalah akun TikTok pada akun @basyasman sedangkan penulis mengambil objek pada akun @fuadhnam
3	Konten Akun Instagram	Ayu Ashilawati	Konteks yang diambil	Objek penelitian

	@Xkwavers Tentang Hijrah Dari Dunia <i>Hallyu</i> Dalam Analisis Pesan Dakwah		adalah sama yaitu tentang konten dakwah dan keterkaitan dengan budaya Korea terutama Korean Wave <i>/ Hallyu</i>	yang diambil adalah konten dakwah dalam media sosial Instagram, sedangkan penulis mengambil dari media social TikTok
4	“Komunikasi Dakwah melalui Komik di instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @Komikin_ajah) ”	Dina Tria Faradita	Membahas tentang isi konten pada media social	Perbedaanya terletak pada jenis media sosial yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti konten instagram sedangkan penulis meneliti konten TikTok.
5	Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun	Susilowati	Membahas tentang isi konten pada media social, dan jenis metode penelitian yang diambil adalah	Perbedaanya terletak pada jenis media sosial yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti konten

	@bowo_allpennl iebe)		penelitian kualitatif deskriptif	pemanfaatan TikTok untuk personal branding di Instagram sedangkan peneliti meneliti pesan dakwah dalam konten TikTok
6	Analisis Semiotika Makna Persahabatan pada Iklan Rokok Ultramild Edisi Saatnya Main Halus	Alex Kurnia Tama	Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, serta penggunaan semiotika adalah kesamaan dalam penelitian penulis	Perbedaan terletak pada hal yang dibahas yakni makna persahabatan pada iklan rokok, sedangkan dari penulis adalah meneliti pesan dakwah dalam video TikTok
7	Analisis Semiotika Representasi Humanisme Dalam Film “Hari Yang Dijanjakan”	Septiyan Asmaul Nur Azizah	Metode penelitian dengan semiotika, dan analisis teks media adalah kesamaan dalam	Perbedaan terletak pada hal yang dibahas yakni mengetahui realitas yang direpresentasi kan oleh film mengenai humanisme

			penelitian penulis	pada film “Hari yang Dijanjikan” dengan menggunakan level analisis, sedangkan dari penulis adalah meneliti pesan dakwah dalam video TikTok
8	Pesan Dakwah Bima Ananto Dalam Animasi Riko The Series Episode Adab Sebelum Ilmu	Septiyan Asmaul Nur Azizah	Metode penelitian dengan semiotika	Perbedaan terletak pada hal yang dibahas yakni animasi series, sedangkan dari penulis adalah meneliti pesan dakwah dalam video TikTok
9	Pesan Dakwah dalam Film “Ibu”	M Sultan Hakim	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dan Pengumpulan data penelitian ini	Perbedaan terletak pada hal yang dibahas yakni film, sedangkan dari penulis adalah meneliti pesan dakwah dalam video TikTok

			yaitu dengan dokumentasi.	
10	Analisis Iklan Wardah Versi Kisah Dibalik Cantik dalam Membangun Brand Image Kosmetik Muslimah	Yayuk Naningsih	Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, serta penggunaan semiotika Roland Barthes adalah kesamaan dalam penelitian penulis	Perbedaan terletak pada hal yang dibahas yakni iklan, sedangkan dari penulis adalah meneliti pesan dakwah dalam video TikTok

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian pesan dakwah dalam video TikTok ini, peneliti menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis teks media. Analisis teks media adalah analisis yang digunakan untuk menilai, mengkritisi, dan mendalami sebuah teks. Penggunaan metode kualitatif deskriptif, karena penelitian ini tidak menghasilkan dan tidak mengadakan perhitungan angka-angka dalam proses penelitiannya.

Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang ataupun objek yang diamati<sup>59</sup>. Peneliti menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes untuk mendalami pesan dakwah dalam video TikTok pada akun @fuadhnaim yang berjudul “Kasih Allah Pada Idol”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Untuk mengkaji atau mendeskripsikan dan menganalisa, peneliti menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil temuan penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat.

#### B. Unit Analisis

Unit Analisis adalah satuan yang diteliti yang berkaitan dengan benda, individu, kelompok, sebagai

---

<sup>59</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hal. 3.

subjek penelitian<sup>60</sup> Unit analisis juga termasuk salah satu tumpuan dan acuan dalam melakukan sebuah penelitian. Hal ini berarti, unit analisis merupakan bagian yang akan diteliti yang kedepannya akan menentukan aspek yang ada dalam objek atau subjek yang diteliti hingga mendapat hasil. Oleh karena itu, unit analisis sangat diperlukan dalam melakukan penelitian.

Batasan dari satuan objek dalam penelitian ini adalah :

1. Membahas pesan dakwah yang terdapat dalam video TikTok @fuadhnaim yang berjudul “Kasih Allah pada Idol” yang diunggah pada 13 April 2022.
2. Mengkategorikan pesan dakwah menjadi tiga yakni, akidah, akhlak, dan syariah.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Dalam sebuah penelitian, ada banyak jenis dan sumber data yang dapat digunakan untuk mendapat sebuah guna menunjang proses penelitian. Dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Sosial, M. Burhan Bungin mengemukakan ada 2 kategori pembagian jenis data, yaitu primer dan sekunder.<sup>61</sup> Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Jenis Data

##### a. Data Primer

Data primer adalah data pertama atau dari sumber asli. data yang berasal dari sumber

---

<sup>60</sup> Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*, (Malang : UMM Pres, 2005), hal. 75-76

<sup>61</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hal. 128

asli atau pertama.<sup>62</sup> Dalam penelitian, sumber data primernya adalah video TikTok @fuadhnaim yang berjudul “Kasih Allah pada Idol”

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya adalah, dokumen, jurnal, atau penelitian lainnya<sup>63</sup>. Data sekunder juga dapat diperoleh dari mengutip sumber lain,<sup>64</sup> yang akan menjadi pendukung dan pelengkap dari data primer yang ada. Peneliti menggunakan studi kepustakaan dengan melakukan pengumpulan data dari berbagai literatur baik dari jurnal, artikel, buku maupun data kajian teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian sehingga dapat menjadi runtutan untuk melengkapi penelitian ini

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini, sumber data primernya adalah observasi data dari hasil mengamati dan menganalisa isi dalam video TikTok @fuadhnaim yang berjudul “Kasih Allah pada Idol”. Kemudian diteliti lebih dalam menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

---

<sup>62</sup> Umi Nariwati, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi.*” (Bandung: Agung Media 9, 2008), hal.98

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung : CV. Alfabeta, 2008) hal. 402

<sup>64</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode Teknik,* (Bandung: Tarsito, 1990), hal 134



b. Sumber Data Sekunder

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah bersumber dari komentar yang ditanggapi oleh konten kreator, artikel, ulasan, berita, dokumen, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta berbagai buku terkait dengan penelitian.

#### **D. Tahap -Tahap Penelitian**

Beberapa tahap penelitian yang dilakukan untuk lebih mengoptimalkan hasil penelitian. Prosedur atau langkah yang ditempuh dalam penelitian ini, secara garis besar dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang mengacu pada pendapat Moleong. Moleong menjelaskan bahwa tahapan penelitian kualitatif menyajikan 3 tahapan yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahapan analisis data<sup>65</sup>.

Tahap-tahap penelitian ini sebagai berikut :

1. Tahap Pra Lapangan

a. Mencari Tema

Di tahap awal ini, peneliti menentukan tema atau topik yang digunakan sebagai bahan dari penelitian. Dalam tahap ini, peneliti melakukan banyak observasi pada data-data hingga menemukan tema yang menarik untuk diteliti.

b. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah, sesuai dengan fenomena yang telah didapat dapat pasca mencari tema. Rumusan masalah dan pengidentifikasi ini merupakan target dan arah yang dicapai. Oleh karena itu,

---

<sup>65</sup> Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal.126

kejelasan dari rumusan masalah menentukan metode dan prosedur penelitian.

c. Menyusun Rancangan Penelitian

Dalam tahap ini, peneliti menentukan studi kasus yang dijadikan fenomena dakwah yang diteliti sesuai dengan situasi yang relevan dan khas, sehingga layak untuk diteliti<sup>66</sup> Peneliti mengajukan matriks yang berisikan *outline* singkat terkait latar belakang, rumusan masalah, metode penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan juga judul yang akan diajukan. Setelah Matriks yang sudah diajukan dan disetujui, selanjutnya pihak fakultas memberikan dosen pembimbing sesuai dengan bidang skripsi yang akan diteliti.

d. Menentukan Metode Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menentukan metode penelitian yang digunakan dalam proses penelitian. Metode penelitian ini adalah upaya dan langkah yang sistematis terkait dengan pengumpulan data, pengolahan data, analisa data, pengambilan kesimpulan dan pemecahan masalah.<sup>67</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis teks media, serta menggunakan analisis semiotik Roland Barthes.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

a. Tahap Pengumpulan Data

---

<sup>66</sup> Unika Prihatsanti, Suryanto, Wiwin Hendrian, “Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi”, *Buletin Psikologi*, Vol. 26, No. 2, 2018), hal. 127

<sup>67</sup> “Agung Widhi Kurniawan, Zarag Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Pandiva Buku, 2016), hal. 5

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data yang relevan dengan judul penelitian, Data-data diperoleh dari studi literatur melalui buku, jurnal, artikel, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini.

b. **Menganalisis Data**

Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup dari lapangan, peneliti melakukan analisis terhadap data data yang diperoleh dengan teknik analisis yang telah peneliti uraikan, kemudian menelaahnya, membaginya dan menentukan dari apa yang telah diteliti. Analisis data menurut Sugiyono<sup>68</sup> adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh. Memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3. **Tahap Pasca Lapangan**

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami /arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, data dan kualitas data merupakan pokok penting dalam penelitian karena menentukan kualitas hasil penelitian. Data diperoleh dari suatu proses yang disebut

---

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV. Alfabeta, 2018, hal. 482.

pengumpulan data. Menurut Ulber Silalahi <sup>69</sup> , pengumpulan data adalah satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

### 1. Observasi

Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data. Observasi adalah suatu proses pencatatan pola pada perilaku(orang), objek(benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang akan diteliti.<sup>70</sup> Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, yang artinya seorang peneliti berada diluar subjek yang diteliti dan tidak ikut dalam proses kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek <sup>71</sup> . Peneliti melakukan observasi langsung untuk mengamati video TikTok @fuadhnaim yang berjudul “Kasih Allah pada Idol” yang diunggah pada 13 April 2022. Peneliti melakukan Analisa pesan dakwah dalam video tersebut.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menyelidiki benda benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat,

---

<sup>69</sup> Fatmawati Ega, thesis: *Studi Komparatif Kecepatan Temu Kembali Informasi Di Depo Arsip Koran Suara Merdeka Antara Sistem Simpan Manual Dengan Foto Repro (2013)*, Diakses pada 02 Oktober 2022 pukul 17:09

<sup>70</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal. 171.

<sup>71</sup> Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 105.

catatan harian dan lain sebagainya<sup>72</sup> Menurut Suharsimi Arikunto<sup>73</sup> dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Mengacu pada pengertian tersebut, peneliti mencari data informasi yang berkaitan dengan akun TikTok @fuadhnaim, seperti jumlah pengikut, jumlah penyuka, serta aktivitas unggahan video dakwah yang dilakukan oleh @fuadhnaim

## F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul selanjutnya dilakukan analisa terhadap data-data yang telah ditemukan, data dikelompokkan berdasarkan sub-sub bagian masing-masing dan dilakukan pencermatan dengan tujuan agar data tersebut dapat dipahami dan dimengerti isinya<sup>74</sup> Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan data berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi.<sup>75</sup> Peneliti menggunakan analisis teks media yang digunakan untuk memahami lebih dalam objek penelitian yakni video TikTok @fuadhnaim. Penelitian ini menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes. Data penelitian kualitatif, data diperoleh dari

---

<sup>72</sup> “ Etta Mamang & Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, hal. 153.

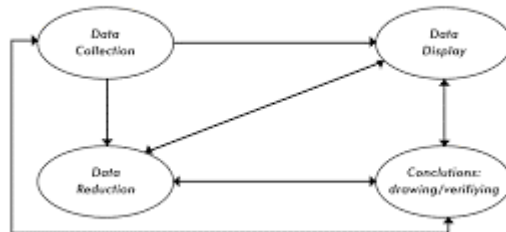
<sup>73</sup> Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, hal. 173

<sup>74</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal.3.

<sup>75</sup> Fatmawati Ega, thesis: *Studi Komparatif Kecepatan Temu Kembali Informasi Di Depo Arsip Koran Suara Merdeka Antara Sistem Simpan Manual Dengan Foto Repra (2013)*, diakses pada 02 Oktober 2022 pukul 17:09

berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono<sup>76</sup> analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Miles dan Huberman menawarkan pola umum analisis dengan mengikuti model interaktif sebagai berikut :

Komponen dalam Analisis data Model Miles dan Huberman



Sumber: Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D

Alur analisis mengikuti model analisis interaktif sebagaimana diungkapkan Miles dan Huberman. Teknis yang dapat digunakan dalam menganalisis data dapat sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono,<sup>77</sup> reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV. Alfabeta, 2018, hal.246.

<sup>77</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal. 247-249

memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya<sup>78</sup> adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk *table*, *grafik*, *flowchart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami

## 3. Menarik Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono<sup>79</sup> kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan

---

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal. 249

<sup>79</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal. 252-253

sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

##### 1. Profil Fuadh Naim

Fuadh Naim merupakan seorang mantan penggemar *Korean Wave*. Fuadh Naim lahir di Makassar, 05 Maret 1991. Seorang suami dari Vira Hardianti dan ayah bagi seorang anak laki-laki bernama Hasan Muhammad. Neliay dibesarkan di Makassar hingga saat 13 tahun, ketika sedang menempuh pendidikan di SMP, orang tuanya memutuskan untuk pindah ke Kupang, Nusa Tenggara Timur. Hingga pada akhirnya, Fuadh Naim harus pindah lagi dan melanjutkan studi S1 di Universitas Pembangunan Nasional veteran Yogyakarta, jurusan Ilmu Komunikasi. Fuadh Naim juga sempat terjun dalam dunia organisasi pada saat kuliah, yakni AVIKOM (Audio Visual Komunikasi)<sup>80</sup>. Selanjutnya Fuadh Naim harus pindah ke Jakarta untuk mengemban kariernya sebagai Influencer dakwah dengan sasaran mad'unya para remaja penggemar *Korean Wave*. Kisah Fuadh Naim dimulai ketika Fuadh Naim masuk Sekolah Menengah Atas (SMA), Fuadh Naim tidak mudah untuk bergaul layaknya teman-teman yang lainnya. Hal inilah yang menyebabkan munculnya *anxiety*, sukar bergaul dan berteman hingga Fuadh Naim merasakan kesendirian dalam hidupnya tanpa adanya bantuan dari orang-orang. Dikala Fuadh Naim merasa sendirian,

---

<sup>80</sup> Fuadh Naim, *#PernahTenggelam*, Jakarta: Al Fatih Press, 2019, hal.25

Fuadh Naim menemukan hiburan tersendiri yang dapat menerima dirinya. Dari situlah, Fuadh mulai mengenal dan menjadi penggemar *Korean Wave*.<sup>81</sup>

Pada 2007 Fuadh Naim mulai menjadi penggemar *Korean Wave*, dan menyukai segala sesuat hal-hal yang berkaitan dengan *Korean Wave*. Mulai dari music (*Korean Pop*), makanan (*Korean Food*), drama korea (*Korean Drama*), dan lain sebagainya. Obsesi dan kecintaanya terhadap hal-hal mengenai *Korean Wave*, membuatnya semakin masuk ke dalam. Fuadh Naim pertama kali mengenali *Korean Wave* melalui Koran Drama yang berjudul “*Dea Jang Geum*” yang pada saat itu disiarkan melalui salah satu stasiun televisi dengan peralihan judul berbahasa Inggris yakni “*Jewel In The Palace*”. Dari situlah, Fuadh Naim mulai membeli berbagai macam DVD K-Drama lainnya, mulai dari *Full House*, *Princess Hours*, *My Girlfriend is Gumiho*, *My Sassy Girl*, dan masih banyak DVD K-Drama lainnya.<sup>82</sup>

Selain K-drama, Fuadh Naim juga mengenal K-pop pada tahun 2009 saat memulai studinya di Yogyakarta. Karena hidupnya yang cenderung bebas, Fuadh Naim lebih menyukai hal-hal yang berbau *Korean Wave*. Grup K-pop pertama yang disukai Fuadh Naim adalah SHINee. Kemudian merambah ke seluruh aspek *boyband* atau *girlband* lainnya. Tidak hanya menikmati lagu dan dramanya, ia juga membeli beberapa album dan peralatan musik K-pop untuk koleksinya.<sup>83</sup> Fuadh Naim juga belajar bahasa Korea yang disebut dengan *Hangeul*

---

<sup>81</sup> Fuadh Naim, #*PernahTenggelam*, hal.26-27

<sup>82</sup> Fuadh Naim, #*PernahTenggelam*, hal.27

<sup>83</sup> Fuadh Naim, #*PernahTenggelam*, hal.26-27

dan mempelajarinya dengan baik. Setelah belajar bahasa Korea, Fuadh Naim pun mengaplikasikannya ke dalam kehidupannya sehari-hari. Fuadh Naim dapat menulis dengan baik menggunakan *Hangeul*. Bertahun-tahun lamanya Fuadh Naim tenggelam dalam dunia *Korean Wave* hingga Fuadh Naim pun menyadari ada hal yang menjanggal di dalam budaya *Korean Wave* ini. Kemudian, Fuadh Naim memberanikan diri mengikuti kajian-kajian Islam yang berada di sekitar kampusnya. Hingga suatu hari Fuadh Naim berbicara dengan batinnya dan merasakan ada hal yang aneh dalam dirinya ketika terlalu mencintai budaya *Korean Wave*.

Fuadh Naim merasa ada di sebuah persimpangan jalan yang mengharuskannya untuk memilih berubah menjadi lebih baik dan tetap menyukai budaya *Korean Wave*.<sup>84</sup> Akhirnya, Fuadh Naim menemukan titik dimana budaya Korea dan Islam berada di jalannya masing-masing dan Fuadh Naim harus memilih diantara dua persimpangan jalan tersebut. Hingga Fuadh Naim merenungkan dan berfikir ‘apakah tidak cukup kita mencintai *Korean Wave* namun tetap mengerjakan shalat, puasa, membaca Al- Qur’an? Apakah dengan seperti ini akan merugikan orang lain? Lalu, apa ada yang salah dengan budaya *Korean Wave* sampai tidak bisa berdampingan dengan Islam?’

Fuadh Naim pun memutuskan bahwa dirinya adalah seorang muslim, memiliki Tuhan, yaitu Allah SWT dengan seperangkat tuntunan kehidupan yang baik untuk dirinya dan umat muslim lainnya, yaitu Al-Qur’an dan Sunnah. Dari perjalanannya itulah, Fuadh Naim mulai

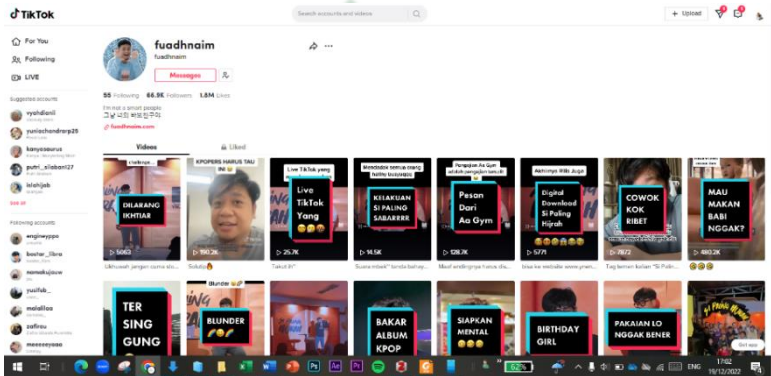
---

<sup>84</sup>Fuadh Naim, *#PernahTenggelam*, hal.32-34

merasa ada yang tidak bisa dibiarkan dalam dirinya untuk terus menerus mencintai budaya *Korean Wave*. Fuadh Naim mengakui bahwa dirinya salah dan terlalu berlebihan dalam mencintai budaya *Korean Wave*.

## 2. Profil Akun TikTok @fuadhnaim

Gambar 1 Tampilan Akun @fuadhnaim (Desember 2022)



Akun @fuadhnaim merupakan merupakan akun TikTok milik Fuadh Naim yang memiliki 66,9 ribu pengikut, 55 mengikuti orang lain, dan 1,8 juta per Desember 2022. Akun tersebut menampilkan foto profil berupa foto Fuadh Naim yang sedang mengenakan kaos berwarna biru terang dengan pose kedua tangan diangkat ke depan wajah yang ceria layaknya orang yang akan mengucapkan kata dengan lantang. Dalam bio teratas akunnya, tertulis aku bukan orang yang pintar dalam versi 2 bahasa. Yakni Bahasa Inggris *I'm Not Smart People* dan Bahasa Korea *그냥 너의 바보 친구야*.<sup>85</sup>

<sup>85</sup> Akun TikTok Fuadh Naim, <https://www.TikTok.com/@fuadhnaim?lang=en> , diakses 19 Desember 2022.

Dalam tampilan akun Fuadh Naim, juga telah disediakan kategori video yang sudah dipisahkan sesuai dengan tema yang dibahas. Berikut beberapa judul *playlist* yang telah dibuat sesuai kategorinya :

- a. Si Paling Hijrah
- b. *Before Thirty*
- c. X-School 2022
- d. *Roadshow Vlog*
- e. Curhat
- f. *Event*
- g. Pernah Tenggelam
- h. Q&A
- i. *JUST4FUN*
- j. Opini

Hingga per hari ini Senin, 19 Desember 2022 video TikTok @fuadhnaim yang diberi judul “Kasih Allah Pada Idol” telah ditonton sebanyak 1,1 juta dengan 215.5 ribu jumlah suka, 3617 komentar, 13,2 ribu *saved*, serta 8465 dibagikan. Video ini juga merupakan salah satu dari tiga video yang disematkan oleh Fuadh Naim dalam akunnya.

Fuadh Naim memiliki gaya yang khas ketika menyampaikan dakwah. *Annyeong ayyuhannas* menjadi tagline intri di video unggahannya. Memiliki arti “Halo Para Manusia”, tagline ini mampu menarik minat anak muda untuk mendengarkan hingga selesai materi atau dakwah yang disampaikan.<sup>86</sup> Cara berdakwah Fuadh Naim yang menarik dengan mengkolaborasikan tema seputar Korea, serta nada bicara yang halus mendapat banyak respon positif dari pengguna TikTok lainnya. Selain itu, menambahkan teks dalam kontennya, juga

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Aidha Hikma Adilla (Mahasiswa PMI UINSA 2019) pada 19 Desember 2022

mempermudah bagi pengguna yang membutuhkannya.

## **B. Penyajian Data**

### **1. Video TikTok Fuadh Naim “Kasih Allah Pada Idol”**

Video yang menjadi pembahasan peneliti yaitu video Fuadh Naim yang berjudul Kasih Allah Pada Idol. Video yang berdurasi 1 menit ini menunjukkan seorang laki-laki yang sedang menyampaikan dakwah tentang indah dan adilnya nikmat yang diberikan oleh Allah.

#### **a. Narasi Video Kasih Allah Pada Idol**

“안녕 Annyeong Ayyuhannas, menarik nih ada yang berkomentar Idol itu kan ga beriman sama Allah. Ga percaya sama Allah. Tapi Allah tuh masi kasi kebaikan gitu lhoh pada mereka. Dikasi ketenaran, dikasi kekayaan. Disclaimer dulu, di konten ini gue akan bawa-bawa agama. Dan agama gue Islam. Jadi buat temen-temen yang non muslim, semoga ga ada miskomunikasi ya. *Bismillahirrahmanirrahim*, dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Jadi Allah itu Maha Kasih dan Maha Sayang. Kasihnya Allah tu untuk semua makhluk ciptaan-Nya. Semua! Orang beriman, penyembah dewa, penyembah kaleng, penyembah kursi kekuasaan (*insert* suara sirine). Semua Allah kasihi. Allah akan memberikan kepada kita semua ini, kaya harta kekayaan, kekuasaan, ketenaran, yang kaya gitu-gitu tuh silakan aja. Orang beriman bisa dapet, orang yang ga beriman juga bisa dapet. Sedangkan sayangnya Allah, itu mohon maaf nih ya. Hanya untuk orang-orang yang beriman aja. Dalam Hadits, Rasul mengatakan: Nikmat dunia itu, kaya seseorang yang lagi masukin jari ke dalam air laut. Trus

diangkat jarinya. Nah sisa-sisa air yang netes, itu adalah nikmat seluruh dunia. Jadi andai lu seperkasa Thanos, setampan BTS, sekaya Luhut, atau seterkenal Kekeyi sekalipun. *If you own the world*. Itu cuman setetes air yang ada di jari. Makanya kalo kita mengejar dunia itu, pasti kaya selalu ada yang kurang gitu. Udah kaya masih korupsi. Udah cakep masih operasi. Udah terkenal masih bikin sensasi. Udah dua perio..(insert suara tembakan). Ya karena dunia cuma setetes. Ngga bakal ngenyengin. Tapi, nikmat akhirat bagi orang-orang beriman, dikatakan seluas samudera. Mau ampe muntah-muntah juga gabakal abis tuh samudera lu minum. Umur bumi aja udah 4 milyar tahun. Tapi air laut tuh ga abis-abis. Kurang badai apa coba, yang Rasulullah coba sampaikan ini??! Ini hadits kudu *fyp*. Jadi iya bener, kalo Allah tuh baik bener sama Idol. Masyaallah udah dikasi ganteng, pinter, terkenal, aa~~ Jadi tambah sayang sama Allah. Kita ngga usah ngiri. Gausah ikut-ikutan rebutan air yang ada di jari. Fokus aja taat sama Allah. Biar bisa dapet Surga, yang luasnya kaya samudera”

#### **b. Visualisasi dan Deskripsi Video Kasih Allah Pada Idol**

Video berdurasi 1 menit ini menunjukkan seorang laki-laki sedang menanggapi komentar yang ditulis oleh pengguna TikTok lainnya. Isi komentar tersebut adalah “*Contoh pas liat mereka suksse tanpa percaya Tuhan. Di pikiranku yang tebersit “Baik banget ya, Allah sama makhluk-Nya” gitu terus.* Dalam video, dakwah yang disampaikan tentang indah dan adilnya nikmat yang diberikan oleh Allah.

Gambar 2



**Fuadh Naim :**

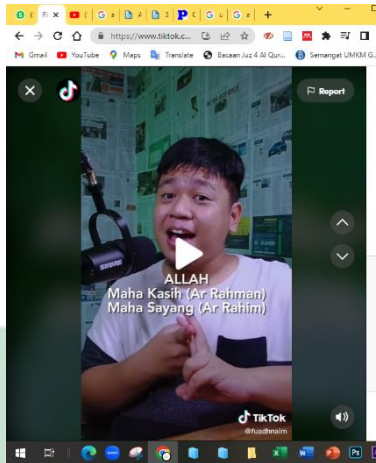
*Annyeong Ayyuhannas menarik nih ada yang berkomentar Idol itu kan ga beriman sama Allah. Ga percaya sama Allah. Tapi Allah tuh masi kasi kebaikan gitu lhoh pada mereka.*

Pada gambar 4.1 ini terlihat Fuad Naim yang ceria dan sumringah menyapa penonton, sebelum menyampaikan dakwah tentang kasih sayang Allah.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



Gambar 3

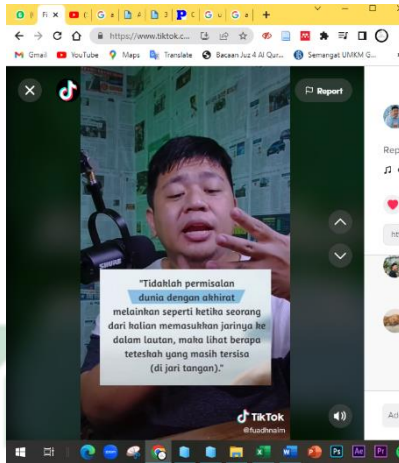


**Fuadh Naim :**

*Bismillahirrahmanirrahim, dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Jadi Allah itu Maha Kasih dan Maha Sayang. Kasihnya Allah tu untuk semua makhluk ciptaan-Nya. Semua!*

Pada gambar 4.2 ini diperlihatkan jari Fuadh Naim sedang melakukan gerakan menyebut bilangan dua. Mengisyaratkan bahwa Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Gambar 4

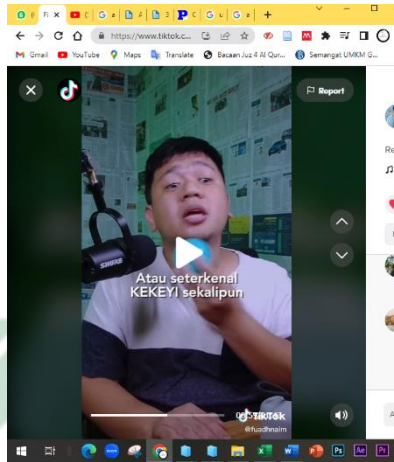


**Fuadh Naim :**

*Dalam Hadits, Rasul mengatakan: Nikmat dunia itu, kaya seseorang yang lagi masukin jari ke dalam air laut. Trus diangkat jarinya. Nah sisa-sisa air yang netes, itu adalah nikmat seluruh dunia.*

Pada gambar 4.3 ini tampak Fuadh Naim memperagakan tetesan air yang menetes dari ujung jarinya. Mengekspresikan Hadits yang disampaikan oleh Rasulullah perihal nikmat dunia yang bagaikan tetesan air pada ujung jari setelah dicelupkan pada air laut.

Gambar 5

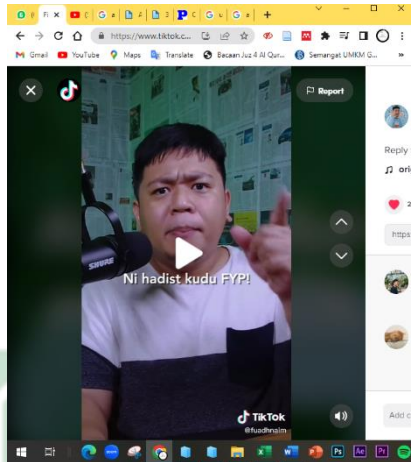


**Fuadh Naim :**

*Jadi andai lu seperkasa Thanos, setampan BTS, sekaya Luhut, atau seterkenal Kekeyi sekalipun. If you own the world. Itu cuman setetes air yang ada di jari.*

Pada gambar 4.4 ini tampak Fuadh Naim memperagakan gerakan ikonik dari seorang influencer wanita di awal kariernya. Penyampaian dakwah yang dikemas dengan jenaka dan menghibur menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh Fuadh Naim untuk menggaet mad'u agar tertarik menyimak dakwahnya.

Gambar 6



**Fuadh Naim :**

*Kurang badai apa coba, yang Rasulullah coba sampaikan ini??! Ini hadits kudu fyp.*

Pada gambar 4.5 ini tampak Fuadh Naim berekspresi serius, dengan menunjuk ke atas dengan jari telunjuknya. Menginginkan penggalan hadits tentang pengibaratan nikmat dunia layaknya tetesan air laut dari ujung jari, untuk fyp, atau menjadi viral dan banyak penonton yang tau akan nanya.

Gambar 7



**Fuadh Naim :**

*Jadi iya bener, kalo Allah tuh baik bener sama Idol. Masyaallah udah dikasi ganteng, pintar, terkenal, aa~~ Jadi tambah sayang sama Allah. Kita ngga usah ngiri. Gausah ikut-ikutan rebutan air yang ada di jari. Fokus aja taat sama Allah. Biar bisa dapet Surga, yang luasnya kaya samudera*

Pada gambar 4.6 ini tampak Fuadh Naim berekspresi gemas, ditambah dengan nada bicara yang seperti berdendang dengan nada dilembutkan di awal kalimat : *aa~~ Jadi tambah sayang sama Allah*. Di akhir video, Fuadh Naim juga menyampaikan bahwa kita tidak perlu iri dengan nikmat dunia yang hanya tetesan air ketika jari diangkat setelah dicelupkan pada air laut. Fuadh juga mengajak para mad'u untuk hanya fokus beribadah pada Allah saja.


### C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Berdasarkan data penelitian yang tersaji sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam video TikTok “Kasih Allah Pada Idol”, memiliki pesan dakwah yakni selalu bersyukur dan percaya atas *qadha’ dan qadar* Allah yang yang didapat dari konotasi, denotasi, dan mitos scene-scene pilihan.

#### 1. Perspektif Teori

##### a. Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada video Kasih Allah Pada Idol

Tabel 2

Visual	Audio	Type of Shot
	Annyeong Ayyuhannas menarik nih ada yang berkomentar Idol itu kan ga beriman sama Allah. Ga percaya sama Allah. Tapi Allah tuh masi kasi kebaikan gitu lho pada mereka.	Medium Close Up (MCU)

#### Denotasi :

Dalam konten video ini, terlihat seorang laki-laki bernama Fuadh Naim, dengan penampilan berkaos putih dan abu gelap di bagian kaos bawah. Selain itu juga, nampak Fuadh Naim sedang duduk dan menghadap kamera serta microphone

untuk menangkap suara yang akan memberikan dakwah. Ekspresi wajah pada gambar ini adalah tersenyum ceria.

**Konotasi :**

Fuadh Naim sedang memberikan tanggapan terhadap komentar yang Fuadh Naim dapatkan di video konten sebelumnya. Fuadh Naim menyampaikan pembahasannya dengan bahasa dan intonasi suara yang halus menenangkan. Fuadh Naim setuju dengan adanya Rahman dan Rahim Allah yang nyata adanya. Allah yang maha adil untuk semua makhlukNya. Fuadh Naim mengatakan “Kasihnya Allah tu untuk semua makhluk ciptaan-Nya. Semua! Orang beriman, penyembah dewa, penyembah kaleng, penyembah kursi kekuasaan (*insert* suara sirine). Semua Allah kasih.”

**Mitos :**

Setelah melalui pemahaman konotasi yang terdapat pada data. Terdapat mitos atau ideologi yang berkembang di masyarakat bahwa :

Di beberapa kalangan masyarakat, masih banyak stigma yang mengakar tentang profil orang yang berdakwah. Salah satunya adalah orang yang berdakwah haruslah jebolan dari sebuah sekolah agama atau sejenisnya. Atau ada beberapa stigma yang berkembang di masyarakat mengenai penampilan Ketika berdakwah. Masyarakat kerap menilai orang yang berdakwah harus yang bersarung, atau berpeci. Di samping itu, ada istilah :*Don't Judge a Book by It's Cover*” yang memiliki , jangan hanya menilai buku hanya dari sampul luarnya saja. Atau sebuah pepatah arab yang berbunyi :

أَنْظُرْ مَا قَالِ وَلَا تَنْظُرْ مَنْ قَالِ

“Lihatlah apa yang disampaikan, dan jangan melihat siapa yang menyampaikan”

Karena sebuah penampilan belum tentu mewakili kepribadian seseorang. Dalam agama Islam, Allah tidak memandang manusia dari rupa atau fisik bahkan harta sekalipun. Namun Allah akan memandang manusia, melalui siapa yang paling bertakwa adalah yang paling mulia di sisi-Nya. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Q.S Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



Tabel 3

**Denotasi :**

	<p>Bismillahirrahmanirrahim, dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Jadi Allah itu Maha Kasih dan Maha Sayang. Kasihnya Allah tu untuk semua makhluk ciptaan-Nya. Semua!</p>	<p>Medium Close Up (MCU)</p>
---	--	------------------------------

Dalam video ini, Fuadh menyampaikan dakwahnya mengenai indahny kasih Allah dengan memperagakan dua jari yang merepresentasikan Allah memiliki Rahman dan Rahim untuk semua makhluk-Nya.

**Konotasi :**

Fuadh Naim menyampaikan pembahasannya dengan bahasa dan intonasi suara yang halus menenangkan. Fuadh Naim setuju dengan adanya Rahman dan Rahim Allah yang nyata adanya. Allah yang maha adil untuk semua makhlukNya. Fuadh Naim mengatakan “Kasihnya Allah tu untuk semua makhluk ciptaan-Nya. Semua! Orang beriman, penyembah dewa, penyembah kaleng, penyembah kursi kekuasaan (*insert* suara sirine). Semua Allah kasih.”

**Mitos :**

Jadi apapun jenis makhluknya, apapun agamanya pasti mendapatkan kasih Allah.

Allah berfirman dalam :

1. QS. Al – Hasyr: 22

هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

“Dialah Allah Yang tiada Tuhan selain Dia, Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, Dialah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.”

2. QS. Al-Baqarah : 143

إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرءُوفٌ رءِيمٌ

“Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia”

3. QS. Al-Fatihah : 3

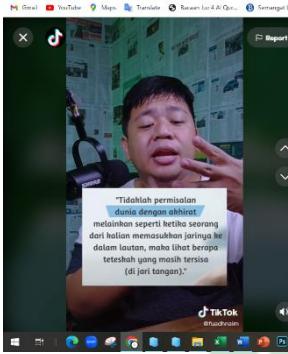
الرءْمَنِ الرءِيمِ

“Yang Maha Pengasih, Maha Penyayang”



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Tabel 4

	<p>Dalam Hadits, Rasul mengatakan: Nikmat dunia itu, kaya seseorang yang lagi masukin jari ke dalam air laut. Trus diangkat jarinya. Nah sisa-sisa air yang netes, itu adalah nikmat seluruh dunia.</p>	<p>Medium Close Up (MCU)</p>
---	---	------------------------------

**Denotasi :**

Dalam gambar ini, Fuadh Naim tampak mengangkat jari-jarinya dan berusaha memberikan gambaran dari pesan dakwah yang disampaikan.

**Konotasi :**

Dalam *scene* ini, Fuadh menjelaskan tentang pengibaratan nikmat dunia dan nikmat akhirat berdasarkan Hadist Nabi. Nikmat dunia hanya tetesan air yang terjatuh ketika tangan dicelup ke air laut, sedangkan nikmat akhirat layaknya sisa air laut yang telah digunakan untuk mencelupkan jari.

**Mitos :**

Pada hakikatnya, Allah memberikan nikmat dunia dan kasih pada seluruh makhluk-Nya. Namun, seringkali kita bertanya, mengapa orang non muslim, tetap diberikan rezeki atau kasih oleh Allah SWT. Bahkan, tak jarang pula mereka yang non muslim terlihat lebih kaya dan lebih sejahtera ekonominya dibanding orang beriman. Sebagai orang yang beriman, kita tidak boleh *su'udzon* kepada

Allah Ketika melihat fenomena tersebut. Harusnya, hal-hal yang semacam itu menjadi acuan kita untuk tambah bersemangat merenungi firman-firman Allah yang telah disampaikan. Menggali lebih dalam hikman dan rahasia Allah dibalik itu semua.

Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda:

أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا اللَّهَ وَأَجْمِلُوا فِي الطَّلَبِ فَإِنَّ نَفْسًا لَنْ تَمُوتَ حَتَّى تَسْتَوْفِيَ رِزْقَهَا  
وَإِنْ أَبْطَأَ عَنْهَا فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَجْمِلُوا فِي الطَّلَبِ حُدُوا مَا حَلَّ وَدَعُوا مَا حَرَّمَ

“Wahai manusia bertakwalah kepada Allah dan pilihlah cara yang baik dalam mencari rezeki, karena tidaklah suatu jiwa akan mati hingga terpenuhi rezekinya, walau lambat (menurut pandangan manusia) rezeki tersebut sampai kepadanya, maka bertakwalah kepada Allah dan pilihlah cara yang baik dalam mencari rezeki, ambillah rezeki yang halal dan tinggalkanlah rezeki yang haram.” (HR. Ibnu Majah no. 1756. Hadits shahih)

Allah menjadikan datangnya rezeki dari dua sebab, yakni sebab syari’I dan sebab duniawi. Sebab duniawi berupa bekerja, melakukan usaha, atau yang lainnya. Faktor ini berlaku untuk seluruh makhluk-Nya baik yang beriman ataupun yang bukan. Sedangkan sebab syar’I, adalah mereka yang beriman bertakwa, amar ma’ruf nahi munkar kepada Allah. Namun tak jarang pula, Allah mendatangkan rezeki kepada makhluknya sesuai kehendak-Nya, tanpa suatu sebab apapun. Karena Allah telah mengatur jatah rezeki ke tiap makhluk-Nya. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Hud : 6, yakni :

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ

“Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh).”

Rezeki yang diberikan kepada orang yang tidak beriman, tidak memiliki kualitas yang sama dengan yang beriman. Dalam QS. Al-Baqarah : 126, disebutkan bahwa orang yang tidak beriman tetap diberikan nikmat berupa kesenangan sementara.

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَارْزُقْ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ مَنْ آمَنَ مِنْهُمْ  
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ وَبِئْسَ  
الْمَصِيرُ

“Dan (ingatlah), ketika Ibrahim berdoa: Ya Tuhanku, jadikanlah negeri ini negeri yang aman sentosa, dan berikanlah rezeki dari buah-buahan kepada penduduknya yang beriman di antara mereka kepada Allah dan hari kemudian. Allah berfirman: “Dan kepada orang yang kafir pun Aku beri kesenangan sementara, kemudian Aku paksa ia menjalani siksa neraka dan itulah seburuk-buruk tempat kembali”

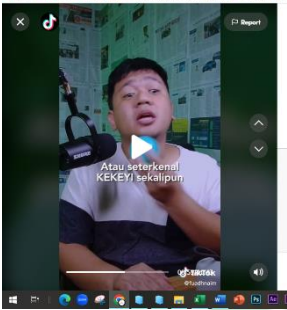
Dalam tafsirnya, Imam As-Sa'di mengatakan bahwa Ketika Nabi Ibrahim memohon doa kepada Allah, agar orang yang beriman mendapatkan rezeki dari Allah SWT. Maka Allah menegaskan, bahwa rezeki yang diberi oleh Allah tidak hanya diberikan pada orang yang beriman saja. Namun, juga kepada orang yang tidak beriman. Hanya saja, orang yang beriman mendapatkan rezeki tersebut agar mampu melaksanakan ibadah dan taatnya pada Alla yang kelak mampu mengantarkan pada surga.

Sedangkan, untuk orang yang tidak beriman, hanya akan menikmati rezeki yang sedikit itu di dunia, dan di akhirat mereka akan mendapatkan siksa.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Tabel 5

	<p>Jadi andai lu seperkasa Thanos, setampan BTS, sekaya Luhut, atau seterkenal Kekeyi sekalipun. If you own the world. Itu cuman setetes air yang ada di jari.</p>	<p>Medium Close Up (MCU)</p>
---	--	------------------------------

**Denotasi:**

Fuadh tampak memperagakan gerakan ikonik dari salah satu konten kreator wanita yang populer. Fuadh menggunakan properti yang seakan-akan itu adalah *beauty blender*, saat menyampaikan dakwahnya.

**Konotasi :**

Dalam scene ini, Fuadh menerapkan sebuah strategi dakwah yang cocok untuk para *mad'u*. Menggunakan properti, pemilihan diksi, merupakan cara Fuadh untuk menarik pendengar dakwah yang notabene memang generasi muda.

**Mitos :**

Di dunia ini, masih banyak orang yang hanya terfokus pada hal-hal duniawi. Padahal, apa yang mereka kejar itu tidak ada apa-apanya jika dibandingkan dengan nikmat akhirat.

وَاللّٰهِ مَا الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ اِلَّا مِثْلُ مَا يَجْعَلُ اَحَدَكُمْ اِصْبَعًا فِي النِّمْرِ فَلْيَنْظُرْ بِمَ يَرْجِعُ؟

“Demi Allah, tidaklah dunia dibandingkan akhirat kecuali seperti seseorang dari kalian mencelupkan jarinya ke laut,

maka lihatlah apa yang tersisa di jarinya jika ia dikeluarkan dari laut?” (HR Muslim no 2868).

Dalam hadits lain disebutkan;

مَا الدُّنْيَا فِي الآخِرَةِ إِلَّا كَمِثْلِ مَا يُجْعَلُ أَحَدُكُمْ إِصْبَعَهُ هَذِهِ فِي اليمِّ فَلْيَنْظُرْ بِمَا يَرْجِعُ  
وَأَشَارَ بِالسَّبَابَةِ


“Perumpamaan antara dunia dgn akhirat ibarat seorang diantara kalian mencelupkan jarinya ke dalam lautan, maka hendaklah ia melihat apa yang menempel padanya. Lalu beliau memberi isyarat dengan jari telunjuknya”. (HR. Ahmad)



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



Tabel 6

	<p>Kurang badai apa coba, yang Rasulullah coba sampaikan ini??! Ini hadits kudu fyp.</p>	<p>Medium Close Up (MCU)</p>
---	--	------------------------------

**Denotasi :**

Tampak Fuadh Naim yang bersemangat, terlihat dari ekspresi dan gerakan tangannya yang menunjuk ke atas seraya menautkan alis.

**Konotasi :**

Dalam *scene* ini Fuadh Naim, mengatakan bahwa Hadits Nabi tentang pengibaratan nikmat dunia dan nikmat akhirat ini harus populer dan *fyp*. Maksudnya adalah, para pengguna TikTok harus tau tentang dari Hadits ini, yang menginstruksikan umat Islam untuk tidak fokus mengejar dunia saja.

**Mitos :**

Sebuah kepopuleran informasi, bisa mempengaruhi alur pikir seseorang atau kelompok. Oleh karenanya, perlu bagi para pendakwah untuk sellau menebar pesan kebaikan.

Tabel 7

	<p>Jadi iya bener, kalo Allah tuh baik bener sama Idol. Masyaalah udah dikasi ganteng, pintar, terkenal, aa~~ Jadi tambah sayang sama Allah. Kita ngga usah ngiri. Gausah ikut-ikutan rebutan air yang ada di jari. Fokus aja taat sama Allah. Biar bisa dapet Surga, yang luasnya kaya samudera</p>	<p>Medium Close Up (MCU)</p>
---	--	------------------------------

**Denotasi :**

Tampak Fuadh Naim yang bersemangat, terlihat dari ekspresinya dan gerakan tangan yang bersedekap.

**Konotasi :**

Dalam *scene* ini Fuadh Naim, merasa kagum atas nikmat yang diberikan oleh Allah kepada seluruh makhluk-Nya. Serta Fuadh Naim mengajak para *mad'u* dengan bahasa dan tutur kata yang lembut, untuk berlomba dalam kebaikan, bukan kebathilan.

**Mitos :**

Berdakwah berarti kita mengajak dan memanggil orang untuk *amar ma'ruf nahi munkar* kepada Allah SWT. Dalam penyampainnya, seorang da'I bida menggunakan bahasa yang halus dan ada juga yang menyampaikan secara keras atau tegas. Di masyarakat, hal ini menjadi pembahasan yang menimbulkan pro kontra. Ada Sebagian masyarakat yang menyukai dakwah dengan cara halus lemah lembut,

dan ada juga yang menyukai jenis penyampaian dakwah yang keras atau tegas.

Dalam Islam hendaknya menyampaikan dakwah dengan kata-kata yang penuh kelembutan dan damai. Sebagaimana dalam Q.S At-Thaha : 44, yakni :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

*“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”*

Memberikan senyum, bertutur kata lembut pada mad’unya, dan menggunakan strategi dakwah yang dapat menarik mad’u dan menyesuaikan mad’u merupakan cara yang dapat dilakukan seorang da’I dalam menyampaikan pesan dakwah.

## 2. Perspektif Islam

### c. Pesan Dakwah Dalam Konten TikTok Berjudul “Kasih Allah Pada Idol”

#### 1. Allah Maha Pengasih dan Maha Penyayang

Ar Rahman dan Ar-Rahim merupakan sifat Allah yang tercantum dalam Al-Quran. DI dalam Al-Quran sendiri, Ar-Rahman dan Ar-Rahim termasuk dalam jajaran Asmaul Husna.

لِرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ ۝۳

Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang  
(QS. Al-Fatihah : 3)<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup> “Surah Al-Fātiḥah Qur’an Kemenag,”  
<https://quran.kemenag.go.id/surah/1>, diakses 21 Desember 2022

Asmaul Husna adalah nama, gelar, sebutan Allah yang agung dan baik sesuai dengan sidat-Nya. Ar-Rahman yang dimaksudkan adalah, Maha Pengasih. Kasih saying Allah ini diberikan kepada seluruh makhluk hidup. Dengan Kasih Allah, Dia memberikan tempat tinggal berupa bumi ini sebagai tempat huni yang nyaman dan aman agar dihuni oleh seluruh makhluk. Namun, limpahan kasih ini hanya berlaku pada nikmat dunia saja. Di akhirat kelak, kasih ini akan diberikan kepada orang yang beriman yang menjadi penghuni surga.

Sifat Rahman memiliki arti Maha Pengasih atau Maha Pemurah. Kata Rahman sering berdampingan dengan kata Rahim yang memiliki arti Maha Penyayang. Muhammad Ali memberikan arti atau terjemahan “*The Beneficent*” memiliki arti Yang Pemurah, sedangkan Yusuf Ali memberikan arti pada “(God) Most Gracious” Allah yang Maha Pemurah.<sup>88</sup> Dalam QS. AL-A’raf ayat 156, ditegaskan bahwa nikmat Allah ditujukan untuk seluruh makhluk-Nya. Setiap makhluk Allah dalam semesta ini merasakan nikmat yang diberikan.

وَإِذْ أَنْبَأْنَا لُقْمَانَ إِذْ قَالَ لِأَبْنَيْهِ إِذْ تَبَوَّأُ لَهُ الْكُرْسِيَّ مِنْ دُونِ الْحَاكِمِيَّةِ إِنَّكَ أَنْتَ الْحَكِيمُ ۖ فَلَمَّا وَقَفَا عَلَى الْعَمَلِيِّ قَالاَ إِنَّ هَذَا لَشَيْءٌ يُغْوِي ۖ فَسَاءَ مَا يَكْتُمُونَ ۚ فَذَكَرْنَا لَهُ آيَاتِنَا فَكَفَرًا وَقَدَّحًا ۖ وَجَعَلْنَا لُقْمَانَ كَلِمَاتٍ عَالِيَةَ حُلُقُومٍ فَكَفَرَ ۖ وَجَعَلْنَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ الْعَمَلِيِّ وَالْكَافِرِ الْيَمِّ الْمُنِيرَ ۚ وَجَعَلْنَا الْفِرْعَوْنَ وَحَامَانَ مِنَ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ۚ

Tetapkanlah untuk kami kebaikan di dunia ini dan di akhirat. Sesungguhnya kami kembali (bertobat) kepada Engkau. (Allah) berfirman, “Siksa-Ku akan Aku timpakan kepada siapa yang Aku kehendaki dan

---

<sup>88</sup> Muhammad Abdul Haleem, *Memahami Al-Qur'an Pendekatan Gaya Dan Tema*, (Bandung: Marja', 2002), hal. 217

rahmat-Ku meliputi segala sesuatu. Akan Aku tetapkan rahmat-Ku bagi orang-orang yang bertakwa dan menunaikan zakat serta bagi orang-orang yang beriman pada ayat-ayat Kami.”<sup>89</sup>

Quraish Shihab, seorang ahli tafsir Indonesia berpendapat bahwa Ar Rahim merupakan kasih sayang Allah yang tak terbatas bagi hamba-hambanya. Hal ini memiliki perumpamaan dengan jalinan dan suasana kasih sayang seorang ibu terhadap anak-anaknya yang tak pernah terbatas<sup>90</sup>. Sebagai bentuk kasih sayang Allah yang memiliki nama ArRahim. Allah juga memberikan kedamaian, hati yang tenang, tidak takut, dan risau. Ketenangan tidak bisa dibeli, hanya Allah SWT yang mampu membuatnya menjadi nyata. Allah berfirman dalam QS. Al-Fath : 4

هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ السَّكِينَةَ فِي قُلُوبِ الْمُؤْمِنِينَ لِيَزْدَادُوا إِيمَانًا مَعَ إِيمَانِهِمْ ۗ وَلِلَّهِ جُنُودُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا ۙ

Dialah yang telah menurunkan ketenangan ke dalam hati orang-orang mukmin untuk menambah keimanan atas keimanan mereka (yang telah ada). Milik Allahlah bala tentara langit dan bumi dan Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Surah Al-A’rāf, Qur’an Kemenag,”  
<https://quran.kemenag.go.id/surah/7/156>, diakses 21 Desember 2022.

<sup>90</sup> “M Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Vol 1*, 2000, hal.21

<sup>91</sup> “Surah Al-Fath Qur’an Kemenag,”  
<https://quran.kemenag.go.id/surah/48/4>., diakses 21 Desember 2022.

## 2. Bersyukur

Sebuah ajaran tentang kewajiban seseorang untuk bersyukur atas karunia dan nikmat yang Allah berikan kepada kita. Imam Al Ghazali berpendapat bahwa itu disebut perintah syukur yang sehubungan dengan perintah berdzikir.<sup>92</sup> Kata Syukur berasal dari syukur (شكور) yang merupakan bentuk Masdar. Kata kerja (*fi'il*)nya adalah *syukara (madhi)* dan *yasykuru (mudari')*. Bersyukur juga memberikan manfaat yang luar biasa. Kekuatan dan keutamaan yang luar biasa di mata manusia dan hadapan Allah Yang Maha Segala.

Keteladanan bersyukur juga dapat kita jumpai dalam kisah-kisah para Nabi, antara lain Nabi Adam, Nabi Ismail, Nabi Isa, Nabi Musa, Nabi Sulaiman, hingga Nabi Muhammad. Seperti pada kisah Nabi Sulaiman, saat ditanya apa kunci kemuliaan dan kesuksesan dalam hidupnya. Nabi Sulaiman, menjawab “*Hadza min fadhli Rabbi*”.<sup>93</sup>

Jawaban tersebut memiliki arti semua kesuksesan dan kemuliaan ini berasal dari Tuhanku, Allah SWT. Pengakuan diri ini sangat diperlukan. Perilaku tersebut juga mencerminkan, apapun yang dilakukan jika melibatkan Allah SWT, pasti akan mendapat keberhasilan. Dapat disimpulkan bahwa, syukur bukanlah benda mati. Syukur merupakan kata kerja yang perlu ada bukti dan Tindakan nyata. Secara lisan praktik syukur bisa dilakukan dengan

---

<sup>92</sup> Abu Hamid al-Gazali, *Ihya' 'Ulum ad-Din* (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), juz IV, hal. 80.

<sup>93</sup> Choirul Mahfud, “THE POWER OF SYUKUR: Tafsir Kontekstual Konsep Syukur dalam al-Qur’an,” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu KeIslaman* 9, no. 2 (15 Desember 2014): 377–400, <https://doi.org/10.21274/epis.2014.9.2.377-400>.

mengucapkan kata-kata yang baik dan pujian kepada Allah SWT. Sedangkan dalam Tindakan, syukur ditandai dengan upaya manusia untuk selalu bersungguh-sungguh untuk memanfaatkan dengan baik apapun yang diberikan oleh Allah untuk kemaslahatan dan kemanfaatan bagi umat.

### 3. Berprasangka Baik Kepada Allah

Sebagai seorang muslim, dikala mendapatkan ujian, masalah, atau hal yang buruk, sudah seharusnya melakukan introspeksi diri. Membenahi diri, dengan merenungi perbuatan apa yang telah dilakukan. Setiap muslim juga harus menyadari, bahwa hal buruk dan baik yang datang dalam kehidupan adalah ketetapan dari Allah SWT. Allah Subhanahu Wata'ala berfirman dalam QS. Al-Baqarah : 216:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ  
وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.<sup>94</sup>

Dalam sebuah *hadits Qudsi* dari Abu Hurairah, Rasulullah bersabda yang memiliki arti :

---

<sup>94</sup> “Surat Al-Baqarah Ayat 216 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb,” diakses 20 Desember 2022, <https://tafsirweb.com/845-surat-al-baqarah-ayat-216.html>.

“Allah Subhanahu Wata’ala berfirman sebagai berikut: ”Aku selalu menuruti persangkaan hamba-Ku kepada-Ku. Apabila ia berprasangka baik maka ia akan mendapatkan kebaikan. Adapun bila ia berprasangka buruk kepada-Ku maka dia akan mendapatkan keburukan.” (Hadis Riwayat Tabrani dan Ibnu Hibban).<sup>95</sup>

Berhusnudzan kepada Allah adalah salah satu bentuk menghamba pada Allah SWT. Berprasangka baik pada Allah, akan mendatangkan banyak manfaat dan kebaikan manusia. Beberapa hal yang perlu diyakini agar manusia selalau berprasangka baik pada Allah SWT. :

- a. Membentuk keyakinan bahwa Allah akan memberikan ampunan dan rahmat bagi hamba-Nya yang berbuat kebaikan.

وَمَنْ يَعْمَلْ سُوءًا أَوْ يَظْلِمْ نَفْسَهُ ثُمَّ يَسْتَغْفِرِ اللَّهَ يَجِدِ اللَّهَ غَفُورًا رَحِيمًا

“Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan dan menganiaya dirinya, kemudian ia mohon ampun kepada Allah, niscaya ia mendapati Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S. An-Nisa: 110).

- b. Meyakini bahwa Allah akan memeberikan ganjaran pahala bagi hamba-Nya yang taat pada perintah-Nya

إِنَّا لِلَّهِ آمِنُونَ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَاقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ  
عِنْدَ رَبِّهِمْ

---

<sup>95</sup> “Surat Al-Baqarah Ayat 216 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb.”



Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya (QS: Al Baqarah : 277)

- c. Membangun rasa yakin untuk selalu bertawakkal pada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan.

وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ

“Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (kebutuhan)nya.”(Q.S. At-Thalaq: 3).

- d. Membangun keyakinan bahwa setiap keputusan takdir, ada pada Allah

وَإِنْ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا عِنْدَنَا خَزَائِنُهُ وَمَا نُنزِّلُهُ إِلَّا بِقَدَرٍ مَعْلُومٍ

Tidak ada sesuatu pun melainkan pada sisi Kami-lah khazanahnya; dan Kami tidak menurunkannya melainkan dengan ukuran yang tertentu.(Q.S. Al-Hijr ayat 21)

#### 4. Berlomba Dalam Kebaikan

Ajaran Islam membimbing umatnya, terutama mereka yang mampu agar tidak hanya memikirkan diri sendiri atau keluarga dan golongannya. Tetapi juga harus mempertimbangkan keadaan orang lain. Berbagai hadits Rasulullah SAW menemukan fenomena bagi keluarga muslim yang hidup bahagia sementara tetangganya mengeluh tentang

kekurangan dan kesulitannya.<sup>96</sup> Dalam Al Quran disebutkan bahwa umat manusia agar senantiasa berlomba dalam kebaikan dan kebajikan terhadap sesame, serta kepada makhluk lain. Allah berfirman dalam Al-Baqarah: 148

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.<sup>97</sup>

Ayat di atas memerintahkan setiap orang agar berlomba atau berkompetisi dalam mengerjakan kebaikan dan kebajikan. Kebijakan dan kebaikan tidak hanya terbatas pada ibadah atau amal yang bersifat religious saja. Pada hakikatnya, kebajikn dan kebaikan adalah segala usaha, sikap, atau perilaku bagi masyarakat. Seperti menyisihkan paku jika menemukannya di jalan, agar tidak mengenai pengguna jalan lainnya. Sikap kebaikan ini, bukan saja memperoleh pahala Ketika di dunia, namun juga besok Ketika di akhirat.

---

<sup>96</sup> Berlomba Dalam Kebaikan, nu.or.id, <https://jabar.nu.or.id/taushiyah/berlomba-dalam-kebaikan-Wvw13>, diakses 20 Desember 2022

<sup>97</sup> “Surat Al-Baqarah Ayat 216 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/100> , diakses 20 Desember 2022

## 5. Tidak Bersikap Iri Kepada Rezeki Orang Lain

Dalam kehidupan, pasti ada permasalahan yang rumit. Entah itu finansial, permasalahan pertemanan yang memicu konflik atau permasalahan yang lainnya. Kadangkala konflik bisa timbul karena sikap tidak ingin kalah, dan ingin menang sendiri. Sama seperti jika ada prasangka dalam suatu hubungan. Sebuah prasangka bisa menyebabkan seseorang menjadi lebih agresif dari biasanya, entah dalam bentuk verbal maupun fisik.

Dalam konten Kasih Allah Pada Idol, Fuadh Naim menyebut bahwa kita tidak perlu iri dengan rezeki yang lain. Sebab, nikmat dunia layaknya tetes air yang jatuh dari ujung jari setelah diangkat dari air laut. Rasulullah telah membuat perbandingan dengan pengibaratan antara dunia dan akhirat. Perbandingan keduanya bagaikan orang yang mencelupkan jarinya ke dalam lautan, maka dunia hanya bagai tetes air yang melekat pada jari-jari tersebut. Al-Mustaurid bin Syaddad Radhiyallahu anhu berkata:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : وَاللَّهِ مَا الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ إِلَّا مِثْلُ مَا  
يَجْعَلُ أَحَدَكُمْ إِصْبَعَهُ هَذِهِ - وَأَشَارَ يَحْيَى بِالسَّبَابَةِ - فِي الْبَحْرِ فَلْيَنْظُرْ بِمِ  
يَرْجِعُ

Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda :  
“Demi Allah, tidaklah dunia dibandingkan akhirat melainkan seperti salah seorang dari kamu yang mencelupkan jari tangannya ini –perawi bernama Yahya menunjuk jari telunjuk- ke lautan, lalu



Buruk sekali (perbuatan) mereka menjual dirinya dengan mengingkari apa yang diturunkan Allah karena dengki bahwa Allah menurunkan karunia-Nya kepada siapa yang Dia kehendaki di antara hamba-hamba-Nya. Oleh karena itu, mereka menanggung kemurkaan demi kemurkaan. Kepada orang-orang kafir (ditimpakan) azab yang menghinakan.

Ayat-ayat yang telah disebutkan di atas menjelaskan tentang keinginan dan angan-angan untuk memperoleh sesuatu, acapkali menimbulkan sikap iri dengki dalam hati. Berangan-angan tidak pada tempatnya, dan tanpa usaha maka hanyalah angan-angan kosong. Orang yang terlalu terbuai dengan angan-angan akan lalai dalam melihat dan introspeksi pada diri sendiri. Padahal, setiap manusia diciptakan dengan kelebihan masing-masing.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Konten Video TikTok @fuadhnaim merupakan konten dakwah yang dikemas secara menarik dan menyesuaikan kebutuhan mad'u. Penyampaian materi dakwah menggunakan nada suara yang lembut, tidak menggurui, pemilihan diksi yang kreatif, dan iringan instrument berupa lagu *Polaroid Love* yang dipopulerkan oleh *boyband* Korea bernama Enhyphen juga menjadi poin penting strategi Fuadh Naim dalam menyampaikan dakwahnya yang notabene mad'unya adalah penggemar Korea. Dalam videonya, Fuadh Naim menanggapi komentar pengguna TikTok lainnya, yang menyatakan bahwa pengguna tersebut merasa terharu dan kagum atas kasih sayang Allah kepada makhluk-Nya, meskipun yang tidak beriman sekalipun.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap serta denotasi, konotasi, dan mitos pada video TikTok @fuadhnaim dalam video yang berjudul "Kasih Allah Pada Idol" dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan mengaitkan pada ayat Al-quran serta Hadits dapat ditarik kesimpulan :

pesan dakwah yang terkandung dalam video tersebut adalah, pesan dakwah dalam kategori pesan akhlak, akidah, dan syari'ah. Berikut kesimpulan kategori pesan dakwah dalam video tersebut :

#### a.) Pesan dakwah dalam kategori akhlak

Fuadh Naim menyampaikan pesan dakwah secara lemah lembut, dan tidak menggunakan nada menggurui. Fuadh juga mampu bersikap

menghargai perbedaan, hal ini terlihat dalam tuturnya saat menyampaikan Kasih Sayang Allah bagi makhluk-Nya. Tak berhenti di situ, Fuadh juga mengajak penonton untuk bersyukur kepada apa yang telah Allah berikan.

b.) Pesan dakwah dalam kategori Akidah  
Selalu percaya dengan takdir yang Allah tentukan. Percaya bahwa rezeki setiap manusia telah ditakar.

c.) Pesan dakwah dalam kategori Syari'ah  
Instruksi *amar ma'ruf nahi munkar*, dan tidak bersifat iri hati kepada manusia lain.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis konten video TikTok Fuadh Naim yang telah diteliti, penulis memberikan rekomendasi antara lain :

1. Untuk akademisi, sebagai seorang mahasiswa perguruan tinggi diharuskan untuk selalu menerapkan Tri Dharma perguruan tinggi. Terlebih pada aspek penelitian, mahasiswa perlu memperluas wawasan serta berfikir kritis perihal fenomena yang sedang, saat, atau berkembang di masyarakat.
2. Untuk pembuat konten video atau *content creator* yang berkecimpung di dunia dakwah, agar selalu memberikan nilai-nilai kebaikan di setiap konten yang disungguhkan. Tidak melepas norma-norma agama sesuai syariah AlQuran dan hadits. Selain itu, penggunaan strategi yang tepat bagi mad'u juga menjadi point penting dalam berdakwah. Entah dari segi penyampaian, materi, atau bahasa yang digunakan.

3. Untuk pengguna TikTok agar lebih memilih konten-konten video yang mengedukasi khususnya tentang ajaran Islam dan perilaku moral karena hal tersebut dapat membantu pembentukan karakter, mental, dan menambah wawasan mengenai pemahaman agama.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Melalui pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian, ada beberapa keterbatasan dalam diri peneliti dan agar menjadi rujukan peneliti selanjutnya untuk lebih diperhatikan lagi dalam menyempurnakan penelitian selanjutnya. Penelitian ini tentu memiliki kekurangan yang perlu dan harus untuk terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Berikut keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Fokus objek penelitian yang sempit, sehingga pembahasan juga kurang meluas
2. Dalam proses pengambilan data, informasi hanya didapat dari objek utama saja yang cakupannya kurang luas. Diharap untuk penelitian selanjutnya, mengambil objek yang dapat dibahas dengan luas.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muiz., “*Pengertian Konten : Macam Jenis, Syarat, Etika, Cara Membuat dan Contoh*”, diakses pada September 2022 dari <https://adammuiz.com/konten/>.
- Agis, P., Penggunaan Aplikasi TikTok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. Skripsi. diakses pada September 2022, dari <http://repository.radenintan.ac.id/15053/2/PERPUS%20PUSAT%20BAB%201%20DAN%202.pdf>.
- al-Gazali, AH., *Ihya' 'Ulum ad-Din*, Beirut: Dar al-Fikr, juz IV.
- Ali Aziz, Moh., *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, Surabaya: Prenada Media, 2019.
- Anwar, K. *Rasakan Kekuatan Alhamdulillah: Latihan Bersyukur Agar Hidup Lebih Berkah dan Makmur*, Jakarta: PT Qaf Media Kreativa, 2018.
- Arsyad, A., *Media Pembelajaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Arum, W., Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, diakses pada September 2022, dari [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cac he:DfWL5ticwIgj:scholar.google.com/+definisi+media+&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cac he:DfWL5ticwIgj:scholar.google.com/+definisi+media+&hl=id&as_sdt=0,5).
- Aziz, MA., *Ilmu Dakwah, Ed. Rev. Cet. 2*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Briandana, R., Meiwanto, C., dkk, Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia, *International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII, Special Issue 1*, 2022.

- Budihardjo, Konsep Dakwah Dalam Islam, *SUHUF*, Vol. 19, No. 2, Nopember, 2007.
- Bungin, MB., *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Chaer, A., *Linguistik Umum*, Jakarta: Rineka Cipta, 1994.
- Cindy, M., *Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah, Ini Data Terbaru*, diakses pada September 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-TikTok-terus-bertambah-ini-data-terbaru>.
- Daryanto, *Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*, Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Deradjat, Z., *Dasar-Dasar Agama Islam*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1996.
- Djajasudarma, FT., *Semantik 1*, Bandung:PT. Refika Aditama, 2009.
- Effendy, OU., *Kamus Komunikasi*, Bandung :PT. Mandar Maju, 1989.
- Ega, F., *Studi Komparatif Kecepatan Temu Kembali Informasi Di Depo Arsip Koran Suara Merdeka Antara Sistem Simpan Manual Dengan Foto Repro*, Thesisi, 2013, diakses pada 02 Oktober 2022 pukul 17:09.
- Enjang & Aliyudin, *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*,(Bandung : Widya Padjadjaran,2009.
- Fiske, J., *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Haleem, MA., *Memahami Al-Qur'an Pendekatan Gaya Dan Tema*, Bandung: Marja', 2002.

- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*, Malang : UMM Pres, 2005.
- Ilaihi, Wahyu., *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jaffar, S., Butt S., dkk, June 30, 2022, "Importance Of Da'wah In Islam: A Review Of The Prophet's Da'wah Strategies In State Of Madina." *The Scholar Islamic Academic Research Journal* 8, No. 1.
- Jamaan, A., dkk, "Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional", *Jurnal Online Mahasiswa, Vol. 1 No. 1* (2014) dari <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2258>.
- Kafi, J., *Psikologi Dakwah*, Surabaya: Indah, 1997.
- Kominfo: Blokir TikTok Hanya Sementara, diakses pada 29 September 2022, pukul 12:30 WIB, dari <https://bit.ly/3rdPkRx>.
- Kurniawan, AW & Puspitaningtyas, Z., *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Pandiva Buku, 2016.
- Kustandi, C., Sutjipto, *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Lantowa, M., & Khairussibyan, *Semiotika: Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra*, Deepublish, 2017.
- Mahfud, C., "THE POWER OF SYUKUR: Tafsir Kontekstual Konsep Syukur dalam al-Qur'an," *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu KeIslaman* 9, no. 2, 15 Desember 2014.
- Mahjuddin, *Kuliah Akhlaq Tasawuf*, Jakarta: Kalam Mulia, 1996.
- Mamang, Etta & Sopiiah., *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2010.

- McQual, D., *Teori Komunikasi Massa, McQual's Mass Communication Theory*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Moleong, L.J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammad, H, dk., *Media Pembelajaran*, Klaten: Tahta Media Group, 2021.
- Muhammad, Mufid., *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, Jakarta : Prenda Media, 2005.
- Mulyati, A., *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014.
- Munir, M., *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Naim, F., Kasih Allah pada Idol dari [https://www.TikTok.com/@fuadhnaim/video/7085835171320139034?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7004849935925724673](https://www.TikTok.com/@fuadhnaim/video/7085835171320139034?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7004849935925724673)
- Naim, Fuadh., *#PernahTenggelam*, Jakarta: Al Fatih Press, 2019.
- Nariwati, U., *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*, Bandung: Agung Media 9, 2008.
- Nata, A., *Akhlaq Tasawuf*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Nursida, I., *Perubahan Sebab Dan Bentuknya: Sebuah Kajian Historis*, 2014.
- Pateda, M., *Semantik Leksikal*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta:PT LKiS Pelangi Aksara, 2007.
- Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990

- Penyusun, T., *Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, Pengantar Studi Islam*, Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2002.
- Pertiwi, S., Cangara, H., dkk, 08 August 2022, Digital Da'wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age, *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, Volume 05, page No. 2033-2043.
- Pratama, A, Skripsi : “Analisis Konten Film Anak Jalanan di RCTI, Palembang, 2018, dari <http://repository.radenfatah.ac.id/4207/3/BAB%20III.pdf>
- Prihatsanti, U., Suryanto, Hendrian, W., “Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi”, *Buletin Psikologi*, Vol. 26, No. 2, 2018.
- Purwanto, WH,. “*Media Sosial, Media Dakwah,*” Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia, diakses 18 Agustus 2022, dari <https://fpscs.uii.ac.id/blog/2022/08/18/media-sosial-media-dakwah/>.
- Rakhmat, J., *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2008.
- Rizky, K., *TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga pada 2022*, diakses pada 29 September 2022 pukul 12:50 WIB dari <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/TikTok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>.
- Rusman, D., *Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori, dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Sadiman, AS., dkk, *Media Pendidikan : Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada:2014.

- Sangadji, EM., & Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Satori, D., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sejarah Singkat Aplikasi TikTok yang Mendunia, diakses pada 29 September 2022 pukul 12:25, dari <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/>
- Shihab, MQ., *Tafsir Al-Misbah*, Vol 1, 2000.
- Shobron, Sudarno dkk., *Studi Islam 1*, Surakarta: LPID UMS, 2012.
- Sobur, A., Analisis Teks Media, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, hal 127.
- Sobur, A., *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sudaryat, Y., *Dalam Wacana*, Bandung: Yrama Widya, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV. Alfabeta, 2008.
- Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: Pedagogia, 2012.
- Sumadi, *Dakwah Dan Media Sosial Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi*", Vol. 4, No. 1 Juni 2016, diakses 21 Desember 2022 dari <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>.
- Surakhmad, W., *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode Teknik*, Bandung: Tarsito, 1990.
- Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe)*, Volume9. No.2, diakses pada Oktober 2022 dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/artic>

le/viewFile/4319/2703.

Syukir, A., *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.

Triniati, E., *Eufemisme Dalam Rubrik “Seksologi Dan Kejiwaan” Pada Tabloid Nyata Edisi 2100-2111*, Purwokerto:UMP,2013.

Uchjana, EO., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2006.

Vidyana dan Atnan, Pengaruh Konten Edukasi TikTok terhadap Pengetahuan Mahasiswa: sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan, *Jurnal Basicedu*, Vol. 6 No. 4 Tahun 2022, diakses pada September 2022 dari <https://media.neliti.com/media/publications/447971-none-c16564e2.pdf>.

Wuwungan, Himpong dkk, Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa, *Jurnal Komunikasi* Vol. 4 No. 2, 2022.

Yuniat, U., *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan Dan Peluang*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2019.

Zaini, S., *Kuliah Aqidah Islam* , Surabaya: Al-Ikhlash, 1990.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A