

DAKWAH TIKTOK DA'I MILENIAL

Qamariyah Ulfa ^{1*}, Rio Febriannur Rachman ²

¹ Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia

*Corresponding author: ulfaqomariyah8@gmail.com

Abstrak:

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara virtual karena di tengah perkembangan zaman yang semakin canggih Islam harus mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan serta budaya (etnografi) yang ada dalam dunia virtual harus dikemas dengan menarik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif etnografi virtual. Tujuannya, mendeskripsikan level-level analisis media siber pada akun tiktok @basyasman00, mulai dari dokumen media, objek media, pengalaman. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan Penekanan etnografi adalah pada studi keseluruhan budaya. Teknik pengumpulan data yang diambil meliputi penelitian di lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dalam penelitian lapangan, penulis melakukan teknik sebagai berikut: dokumentasi, wawancara, studi kepustakaan. Analisis data dijalankan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil dalam penelitian ini sebagai berikut: Dalam ruang media, Medium ini merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi. Pada akun @basyasman00 medium yang digunakan adalah Tiktok. yang mempublikasikan video-video dakwah. Prosedur untuk membuat akun tiktok ada dua cara, melalui smartphone atau komputer. Dalam Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya diproduksi dan disebarkan melalui internet. Pada akun @basyasman00 yang menjadi dokumen medianya adalah video. video dakwah yang disebarkan melalui akun tiktok @basyasman00 bersifat lebih mudah dipahami, dan lebih mudah diterima jika melihat pada situasi seperti sekarang ini dimana masyarakat sudah memasuki yang namanya masyarakat digital. Pada level ini objek media level ini data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber maupun konteks yang berada di sekitar teks tersebut. Dari beberapa gambar kolom komentar Followers akun tiktok @basyasman00 dapat dilihat bahwa banyak yang terpengaruh dan merasa sependapat dengan postingan akun tiktok @basyasman00 tersebut. Level pengalaman level ini peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual (online) dengan realitas yang ada di dunia nyata.

Kata kunci: dakwah, etnografi virtual, media sosial, tiktok

Pendahuluan

Dakwah multimedia merupakan suatu hal baru bagi para *da'i* untuk memanfaatkan media sebagai media dakwahnya karena melihat selama ini *da'i* berdakwah hanya sebatas mimbar saja atau majlis ta'lim. Walaupun juga ada yang melakukan dakwah melalui media cetak atau media elektronik, itu hanya sebagian kecil saja.¹ Sesuai dengan Qur'an Surah Saba' Ayat 28, yang artinya: "*Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu*".

Hadir dan berkembangnya internet memberikan cara komunikasi baru pada semua lapisan masyarakat. Dengan munculnya media sosial dapat merubah paradigma komunikasi masyarakat komunikasi tidak terbatas jarak maupun waktu. Komunikasi bisa dilakukan dimana saja, kapan saja tanpa harus *face to face*. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang sering kali sebagai penghambat komunikasi.² Misalkan rakyat biasa cenderung canggung jika berkomunikasi dengan pejabat atau pedagang kecil cenderung canggung jika berkomunikasi dengan saudagar yang kaya raya.

Internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi telah memungkinkan pengembangan aktifitas dakwah yang lebih konvergensif dan membedakannya dengan pola konvensional.³ Dengan adanya internet menyebabkan pesan-pesan dakwah lebih mudah tersampaikan, salah satunya dengan menggunakan media sosial.

Media sosial menjadi sarana publikasi yang sangat efektif. Adapun media sosial yang banyak digunakan adalah *youtube, whatsapp, facebook,*

¹ Zulkarnain, "Dakwah Islam di Era Multimedia", *Jurnal Risalah*, Vol. XXIV, No. 2, (November 2013), 5. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/27>

² Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)". *Jurnal The Messenger*, Vol. III No. 1, (Edisi Juli 2011), 69. https://www.google.com/search?safe=strict&sxsrf=ALeKk03X7IBHm2dsJ_gGRG1Q-Zh9t_

³ Jusmiati, "Tantangan dan Peluang Berdakwah Menggunakan New Media", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.

*instagram, tiktok, line, twitter, reddit, pinterest dan tumblr.*⁴ Ada beberapa media sosial yang sudah biasa digunakan oleh seorang *da'i* sebagai media dakwahnya seperti *Youtube, Facebook, dan Instagram*. Walaupun sebenarnya berdakwah melalui media sosial merupakan hal yang baru bagi para *da'i*.

Seiring berjalannya waktu, berdakwah tidak hanya menggunakan platform yang biasanya digunakan untuk berdakwah di era multimedia ini seperti *facebook, Youtube, dan Instagram*. Tetapi ada sebagian *da'i* yang memanfaatkan platform *tiktok* dalam berdakwah dikarenakan Saat ini Seorang *da'i* dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam mengemas pesan dakwahnya salah satunya berdakwah melalui *tiktok*.

Sebab *tiktok* telah memiliki ribuan bahkan jutaan pengguna dari berbagai negara. Aplikasi *tiktok* yang kita kenal seperti sekarang awalnya tidak muncul sebagai *tiktok*. Pada September 2016, perusahaan asal China, ByteDance meluncurkan aplikasi video pendek bernama *Douyin*. Dalam waktu 1 tahun, *Douyin* memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, Douyin melakukan ekspansi ke luar China dengan nama baru yang lebih *eyecatching*, yakni *tiktok*.⁵

Misi *tiktok* adalah untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. *TikTok* memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video berdurasi 15 detik.⁶ yang membuat *tiktok* unik dan sangat bernilai bagi mereka adalah algoritma *tiktok* yang berbeda dengan platform media sosial lainnya. *Tiktok* berjalan pada grafik konten, bukan grafik sosial. Sehingga sangat digemari oleh pengguna *tiktok*.

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa peminat akun *tiktok* didominasi oleh anak-anak milenial, atau lebih dikenal sebagai remaja.

⁴ Abdi Kurnia Djohan, *Oase Iman Di Media Sosial* (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2019), 25.

⁵ Debra Ruth, Pengaruh Motif Pengguna Media Baru Tiktok Terhadap Personal Branding Generasi Mileneal di Instagram, *Jurnal Dakwah*, Vol. 4, No. 2, (Oktober 2020), 208.

⁶<https://mix.co.id/marcomm/news-trend/yang-membedakan-tik-tok-dari-media-sosial-lain/> diakses pada 10 Januari 2021

Karena mereka cenderung menyukai hal yang aneh-aneh dan unik. Mereka mengunggah setiap harinya bisa mencapai ratusan video dari akun yang berbeda. dengan berbagai macam varian video seperti joget-joget dan musik. *Tiktok* merupakan media sosial yang lagi *booming* di zaman sekarang terbukti dengan bertambahnya pengguna tiap hari.⁷

Kebanyakan orang berfikir jika *tiktok* ini identik dengan joget-joget dan musik, ada sebagian khalayak yang beranggapan bahwa *tiktok* ini adalah aplikasi yang tidak berfaedah, aplikasi yang hanya memuat hiburan saja dengan berbagai jenis jogetan. Melihat dari hal tersebut Husein dengan nama akun tiktok @basyasman00, seorang dai milenial, memanfaatkan akun media sosial *tiktok* untuk berdakwah di semua kalangan khususnya kalangan remaja yang saat ini lagi kecanduan bermain *tiktok*. Husain sendiri adalah remaja 18 tahun, asal kota Madura dan sedang menjadi mahasiswa aktif di Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Husain menampilkan trend dakwah baru yang unik dan penuh makna Ia memanfaatkan media sosial *tiktok* dengan mengisi kajian-kajian islami di dalamnya. Dengan menggunakan akun *tiktok*, Husain menyampaikan ajaran-ajaran Islam, pada videonya diselipkan ayat atau hadis dengan video, musik Islami, quotes-quotes Islami atau pesan suara singkat. Dengan begitu penonton bisa belajar tidak hanya secara visual tapi juga lewat suara.

Akun *tiktok* Husain @basyasman00 hampir setiap hari memposting video yang mengandung pesan agama, baik itu tentang hukum fiqih atau kajian-kajian islam serta kata-kata motivasi yang menginspirasi. Video yang diposting tidak memaksa seseorang untuk mengikuti apa yang telah ia sampaikan tetapi video dakwah yang diposting Husain hanya sebuah ajakan untuk menuju kepada jalan Allah, video yang dibagikan disertai musik yang sesuai dengan pembahasan dakwah. Sehingga mampu menciptakan pesan dakwah yang sederhana, tidak membosankan dan mudah dipahami. sehingga hal tersebut yang menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton.

⁷ Sumber data ini berasal dari [www.cnnindonesia.com](#), [www.beritasatu.com](#), [GlobalWebIndex](#), dan KusumaWardhani, E.,& Sari, D.S. (2021). Gelombang Pop Culture Tiktok: Studi kasus Amerika Serikat, Jepang, India dan Indonesia. *Padjadjaran Journal of international relation*, 3(1), 19-31.

Hal ini terbukti dengan banyaknya *followers* serta *like* yaitu 2,6 M *followers*, 103, 1 M *like*.⁸ Pada profil akun *tiktok* @basyasman00 terdapat kata-kata singkat tapi penuh makna yakni “berharap disukai sewajarnya dan dibenci sewajarnya”. Dakwah melalui akun *tiktok* dapat mengubah anggapan masyarakat yang menilai bahwa *tiktok* ini adalah aplikasi yang tidak berfaedah menjadi aplikasi berfaedah dengan kajian-kajian islami di dalamnya. Berdasarkan pada fokus penelitian diatas, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk Mengetahui Dakwah Virtual Pada Konten Akun Tiktok @Basyasman00.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. *Cyber media* meliputi *media online*, digital media, media Virtual, e-media, media baru, dan *media web*.⁹ Sedangkan media sosial menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), berkerja sama (*to cooperate*), di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten.¹⁰

Dari beberapa teori di atas peneliti memilih teori menurut Kementrian Komunikasi dan Informatika Jakarta (kominfo) yaitu media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya berinteraksi satu sama lain dengan menciptakan konten informasi dan membagikannya dan juga menerima informasi dari pengguna yang lain.¹¹ Media sosial di Indonesia cukup populer.

⁸ <https://www.tiktok.com/@basyasman00?lang=id-ID> di akses pada tanggal 26 Februari 2021, 10.00 WIB.

⁹ Rulli Nasrullah, *Media Siber*, (Jakarta: Pramedia Group, 2014), 25.

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

¹¹ KOMINFO, *Sosial Media*, 3.

Berdasarkan data Nielson, pada tahun 2011 internet digunakan dalam bersosialisasi di internet (*Social Networking*) menyusul kemudian surat elektronik, bermain games, mendengarkan musik, dan seterusnya.¹²

Sedangkan menurut IPJI (Institut Penyedia Jasa Internet) pada tahun 2016, 136 juta rakyat indonesia menggunakan internet dan mayoritas lewat mobile data. Selain itu, lembaga *We Are Social* mempublikasikan hasil penelitian terhadap perilaku internet, akses terhadap internet hingga akun media sosial dari seluruh dunia. Untuk Indonesia, data riset menunjukkan bahwa ada sekitar 15 persen penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna di internet.¹³

Sebenarnya masyarakat informasi tidak sesederhana seperti yang dibayangkan kebanyakan orang. Media komunikasi yang semakin canggih telah menyebabkan informasi terintegrasi ke dalam suatu tatanan yang lebih luas, dari yang bersifat lokal menjadi global. Kehadiran internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi sering dipandang sebagai agen dari proses globalisasi informasi. Ini membuktikan bahwa masyarakat informasi tidak bisa lepas dengan teknologi sehingga muncul istilah masyarakat jejaring.¹⁴

Masyarakat jejaring sendiri dicirikan dengan transformasi ruang dan waktu serta memunculkan “*timeless time*” (waktu yang tidak dapat terukur). Waktu yang dikomputerasi dengan mesin masing beroperasi dan berkomunikasi dalam kecepatan yang melampaui persepsi penggunaannya. “*spaces of flows*” (ruang yang mengambang). Masyarakat jejaring cenderung fleksibilitas, rekombinasi kode-kode, dan komunikasi simbolis sesaat.¹⁵

Generasi ini seperti memiliki otoritas atas diri mereka masing-masing dalam menggunakan media-media yang mereka akses. Generasi ini mampu memperlihatkan pola-pola kebergaman khas yang banyak dipengaruhi teknologi informasi dan komunikasi. Bagi mereka, internet dapat menjadi guru dan teman setia yang bisa memecahkan

¹² Hermin indah wahyuni, *kebijakan media baru di indonesia*, (Yogyakarta: gajah mada univarsity press, 2013), 74.

¹³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, 12.

¹⁴ Irwan Abdullah, *Konstruksi Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana, 2009), 3.

¹⁵ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, 23.

banyak persoalan. Sehingga perkembangan media memiliki relasi dengan perkembangan kehidupan masyarakat.¹⁶ Dalam hal ini umat Islam di seluruh dunia bisa saja menggunakan internet sebagai tempat ia dalam menuntut ilmu, terutama tentang agama. Tetapi khalayak harus pintar dalam memilah dan memilih pesan dakwah yang mana yang sesuai syari'at Islam agar tidak tersesat dalam memahami akidah.

Dalam penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual yang mana etnografi virtual merupakan pendekatan (metode) baru dalam melihat budaya di dunia virtual. Sebagai sebuah metode dan juga bisa dipergunakan sebagai level-level dalam melihat realitas di dunia virtual etnografi virtual mengungkap bagaimana budaya siber diproduksi, mana yang muncul, relasi dan pola, hingga bagaimana hal tersebut berfungsi melalui medium internet. Sebuah realitas budaya melalui etnografi virtual setidaknya bisa mendeskripsikan perangkat dan konten yang dibangun, juga melihat bentuk (*form*) media di internet, apa yang membawa (*site*) dan yang tampak dari yang disampaikan (*surface*).¹⁷

Melihat hal tersebut etnografi sering kali dikaitkan dengan pendekatan kulturalis dan menekankan pada pengalaman nyata. Dengan meneliti fenomena yang ada di internet dengan realitas di dunia nyata biasanya etnografi menganalisis makna budaya, demikian pula dalam etnografi virtual merekam makna budaya, interaksi dengan teknologi virtual, dan struktur yang membentuk budaya cyber (*cyberculture*). Interaksi media siber dengan manusia melahirkan deskripsi budaya yang baru.¹⁸

Internet tidak hanya sekedar medium yang dapat memberikan tempat berinteraksi di antara anggota komunitas virtual. Internet juga memberikan kontribusi dari terbentuknya dimensi-dimensi baru dari budaya. Sehingga etnografi virtual dapat digunakan untuk mengungkap

¹⁶ Tetri Ajeng Fitriyah, "Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Virtual Vlog". (Skripsi, ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2017), 50.

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual*, 43.

¹⁸ Made Budiasa, *Metode Etnografi Dalam Analisis Cyber Religion Di Era Digitalisasi* (Bali: IHDN Press, 2020), 38.

realitas, baik yang tampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer antara entitas komunitas virtual di internet.¹⁹

Realitasnya bahwa pengalaman di *online* memiliki koneksi atau hubungan secara *offline*. Oleh sebab itu pada sebuah metode dalam menguraikan budaya dan artefak budaya di internet melalui metode analisis media siber. Dalam metode ini ada empat level, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), pengalaman (*experimental stories*).²⁰

Secara sederhana etnografi virtual bisa didefinisikan sebagai metode etnografi yang digunakan untuk mengungkap realitas, baik yang tampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer di antara entitas (anggota) komunitas virtual di internet. Selain itu penulis juga menggunakan metode Analisis Media Siber untuk menguraikan budaya dan artefak budaya di internet.²¹

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data yang dalam hal ini ialah pendeskripsian mengenai level-level Analisis Media Siber pada akun *tiktok* @basyasman00, mulai dari dokumen media, objek media, pengalaman. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis yang bersifat non kuantitatif, seperti misalnya penggunaan instrumen dokumentasi (*documentation*) dan wawancara mendalam (*in depth interview*).²² Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi virtual. Penekanan etnografi adalah pada studi keseluruhan budaya. Etnografi pada dasarnya merupakan bidang yang sangat luas dengan variasi yang sangat besar dari praktis dan metode.²³

Secara sederhana etnografi adalah artefak (peninggalan budaya) yang berasal dari suatu masyarakat. Sedangkan untuk mendekati

¹⁹ Andi krisyanto, *Internet Untuk Pemula*, 55.

²⁰ Evi Novitasari, *Dakwah Melalui Media Sosial Youtube*, (Skripsi, Komunikasi Penyiar Islam, IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2020), 40.

²² Antonius Birowo, *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Gintanyali, 2004), 2.

²³ Jmoleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadakarya: 2016), 26.

makna etnografi virtual ditarik titik utama pembahasan di dalamnya yakni “sebagai sebuah teknik penelitian” dan “komunitas virtual”. Kata pertama menjelaskan mengenai metodologi atau metode yang digunakan untuk meneliti sekaligus menganalisis fenomena. Sedangkan kata kedua menjelaskan fokus atau entitas dari riset yang dilakukan dengan medium (*field*) di internet.

Sumber data adalah subyek dari mana data itu diperoleh dan merupakan hal yang paling utama dalam sebuah penelitian karena hal tersebut merupakan cara untuk menentukan kekayaan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari sumber data primer dan data sekunder.

Data primer data yang diperoleh dalam bentuk verbal atau kata kata atau *caption* dalam postingan akun *tiktok* @basyasman00 yang dapat memengaruhi para *follower*. Maka dalam memperoleh data primer peneliti dapat mengumpulkan data hasil dari postingan akun *tiktok* @basyasman00. Ada sejumlah akun *tiktok* yang dimiliki para pemuda serta berisi dakwah, di antaranya, @basyasman, @raihanhabib dan @Huseinhadar. Akun @basyasman00 milik Husain yang masih berusia 18 tahun ini, menarik untuk diteliti karena tercatat memiliki *followers* dengan jumlah relatif lebih banyak 3,3 Juta dan dirilis sejak 2018 atau lebih dahulu dari yang lain. Dalam salah satu wawancara Habib Jakfar yang merupakan pemilik akun @Huseinhadar mengaku dirinya terinspirasi membuat akun *tiktok* dari Husain. Sementara itu, berbeda dengan akun @raihan habib yang sesekali memposting musik religi, @basyasman00 fokus untuk melakukan dakwah di ruang virtual.

Adapun Unit Analisis penelitian ini, pada akun *tiktok* @basyasman00 mulai tanggal 1 Februari sampai dengan 30 April 2021. Teknik pengumpulan data yang diambil meliputi penelitian di lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dalam penelitian lapangan, penulis melakukan teknik sebagai berikut: Dokumentasi dalam penelitian ini penulis mengambil data dari akun Akun *tiktok* @basyasman00, Wawancara dalam penelitian ini penulis mewawancarai admin dari akun *tiktok* @Basyasman00 dan beberapa *followers* akun *tiktok* @basyasman00, Studi kepustakaan Penulis melakukan studi kepustakaan dengan membaca buku-buku yang berkaitan dengan komunikasi, etnografi

virtual, tiktok, dan media sosial serta hasil-hasil dari penelitian yang sebelumnya yang juga menggunakan analisis media siber.

Teknik penelitian yang diambil meliputi penelitian lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dalam penelitian lapangan, penulis melakukan teknik analisis etnografi virtual yaitu dengan cara mendeskripsikan dan menginterpretasi pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan, maupun bahasa.

Peneliti ini menggunakan beberapa tahap yaitu: pertama, tahap penelitian terdahulu tahap ini dilakukan untuk mengkaji berbagai referensi untuk menetapkan bagian hal yang akan dikaji, kemudian peneliti memilih akun Tiktok @basyasman00 sebagai penelitian. Kedua tahap pengembangan desain pada tahap ini peneliti berkonsultasi kepada pembimbing untuk dilanjutkan ke seminar proposal yang sudah tercetak. Kegiatan Selanjutnya yang peneliti lakukan adalah menyusun garis-garis pertanyaan yang akan digunakan untuk menjawab semua permasalahan pada fokus penelitian. Ketiga, tahap penelitian Pada tahap ini peneliti memulai dalam mengumpulkan data dan juga menganalisis sesuai dengan tujuan dalam melakukan penelitian ini, yaitu menganalisis akun Tiktok @basyasman00. Keempat, tahap penulisan laporan Tahap terakhir setelah melakukan tahap-tahap di atas adalah penulisan laporan. Peneliti mulai menyusun data yang telah dikumpulkan kemudian menganalisis dalam bentuk lembaran demi lembaran untuk mencapai fokus yang berupa hasil penelitian tersebut.

Dalam menemukan data penulis menggunakan analisis media siber dalam etnografi virtual yang merupakan teori yang diterapkan oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Etnografi Virtual, riset komunikasi budaya, dan sosioteknologi di internet. Yang mana analisis media siber terdiri dari empat level yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), pengalaman (*experiential stories*). Level pertama dan kedua yaitu ruang media dan dokumen media berada dalam unit mikro atau teks, sedangkan objek media dan pengalaman berada dalam unit makro dan konteks.

Hasil dan Pembahasan

Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah.²⁴ Dakwah multimedia sendiri merupakan terobosan baru bagi para da'i untuk dapat melakukan aktivitas dakwah di beberapa media, mengingat selama ini para da'i dalam melaksanakan dakwah terbatas pada media mimbar saja. Dan walaupun ada yang melakukan dakwah melalui media cetak atau media elektronik, itu hanya sebagian kecil saja²⁵.

Salah satunya berdakwah melalui internet khususnya media sosial. Di era kemajuan teknologi yang semakin berkembang, banyak da'i yang memanfaatkan internet sebagai media dalam penyebaran dakwah. Internet berpeluang untuk dapat berpartisipasi dalam proses penyebaran dakwah yang berperan sebagai medianya. Internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi yang terselubung di seluruh dunia tak terbatas jarak, ruang, dan waktu.²⁶ Dan abad ke 17 kita melihat terbitnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang kemudian mengubah total dunia manusia, abad ke 21 boleh jadi abad yang menandai suatu babak baru dalam peradaban manusia.²⁷ Intinya manusia pada abad ini sangat ketergantungan terhadap teknologi, hampir seluruh aktivitasnya melibatkan internet.

Pada abad ini, agama dan spiritualitas umumnya tampil kembali sebagai kebutuhan yang dianggap mendasar. Bukan karna mereka begitu menarik, melainkan lebih disebabkan oleh berbagai hal luaran, seperti ambruknya ideologi-ideologi raksasa, materealisme kultural yang akhirnya dirasakan dangkal, dan kekosongan batin manusia yang semakin akut.

²⁴ M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Jakarta: Al-Amin Press, 1997), 8.

²⁵ Zulkarnain, "Dakwah Islam di Era Multimedia", *Jurnal Risalah*, Vol.XXIV, No..2, (November 2013), 5.

²⁶ Evi Novitasari, " *Dakwah Melalui Youtube*" (Skripsi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2020), 28.

²⁷ Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), 39.

Dengan demikian dakwah melalui internet menjadi sangat penting untuk memulihkan kembali kekosongan batin manusia yang sudah akut. Da'i bisa berdakwah terhadap semua kalangan melalui internet tanpa melihat status sosialnya. Pardianto menyatakan bahwa bagian internet yang paling bertanggung jawab dalam aktivitas on-line ialah fraksi jaringan yang disebut *world wide web* (www).²⁸ Sehingga mad'u bisa memilih kajian dakwahnya siapa yang paling mengena di hati, mudah dipahami, dan mudah diamalkan. Jadi dakwah sambil ngenet itu dapat dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja.

Keyakinan tentang potensi telekomunikasi dan informatika bagi kehidupan masyarakat sesungguhnya telah dimulai sejak tiga decade lalu melalui gagasan Alvin Toffler (1970).²⁹ Sejak saat itu, pemikiran ini semakin banyak ditemui sebagai salah satu alternative bagi pengembangan tatanan masyarakat yang lebih maju. Salah satu pemikiran yang muncul adalah istilah masyarakat informasi yang mengacu pada inovasi teknologi informasi yang berlangsung pada decade akhir abad dua puluh.

Untuk zaman sekarang, agama dan spiritualitas menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat jejaring. Tidak dapat dipungkiri, perkembangan media informasi dan komunikasi saat ini acapkali memosisikan agama pada kondisi yang rumit. Agama dilahirkan dan dibentuk orang-orang berdasarkan keyakinan mereka, sedangkan teknologi dalam hal ini media sering dipandang hanya instrument atau saluran untuk penyampaian makna-makna religius tersebut kepada audiens. Agama sendiri sering dipahami sebagai serangkaian nilai dan norma-norma yang berfungsi mengendalikan perilaku manusia.³⁰

Sebenarnya kehadiran internet membawa hal baru di dunia dakwah. Terdapat banyak dampak positif tetapi juga tidak dipungkiri ada dampak negatifnya. Salah satunya munculnya pesan-pesan keagamaan yang bernuansa radikal yang justru muncul dari situs yang mengatasnamakan sebagai portal berita Islam. Adanya pesan-pesan radikal pada dasarnya tidak hanya penafsiran atas ayat-ayat alqur'an, tetapi bisa juga disebabkan kurangnya pengetahuan tentang standar

²⁸ Bustanul Arifin, "Dakwah Cybermedia", *Jurnal Dakwah*, Vol. 26, no. 1, Januari 2015.6

²⁹ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, 14.

³⁰ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, 41.

penyiaran dan kode etik jurnalisisme dari para pengelola portal berita tersebut.

Dan dirasa sangat perlu dilakukan karena hidup ini ibarat sebatang pohon yang manfaatnya dapat dinikmati manusia kalau pohon tersebut berbuah manis.³¹ Begitu juga dengan kehidupan, jika seseorang dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat terhadap orang lain maka itu tentu lebih baik, apalagi dengan mengajak kepada kebaikan, dengan hal tersebut hidup lebih berarti. Dakwah melalui internet merupakan inovasi baru dalam syiar Islam untuk memudahkan para *da'i* dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. dalam aktivitas dakwah internet dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dapat dipandang sebagai medium bagi aktivitas dakwah yang dapat menyebarkan berbagai informasi keislaman secara luas tetapi juga telah menjadi sebuah lingkungan baru yang signifikan, di mana umat islam dapat membentuk identitas dirinya sendiri.³² Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah.

Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya perkembangan teknologi informasi terutama dalam menggunakan media siber.

Media siber sebagai media baru merupakan komunikasi yang termediasi computer, namun terjadi secara sinkronis. Artinya kita dapat terlibat dalam sebuah percakapan, baik dalam bentuk teks maupun suara atau perpaduan antara keduanya.³³ Media sosial merupakan ruang siber yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial. Maka sebenarnya dengan adanya media siber manusia meruang kehidupan baru yang tak terbatas.³⁴

³¹ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet*, 96.

³² Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, 190.

³³ Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di era media baru*, 52.

³⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006),375.

Analisis media siber dengan menggunakan metode etnografi virtual terdapat empat level sebagai berikut : ruang media, dokumen media, objek media, level pengalaman. Artefak kebudayaan memberikan sebuah pemahaman bahwa internet dapat dimaknai sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan para pengguna untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai macam bentuk komunikasi,serta untuk bertukar informasi.

Pertama, level ruag media level ini dapat mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium di internet. Medium ini merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi. Jika mengambil contoh media sosial, prosedur membuat akun, memublikasikan konten, maupun aspek geografis dari tampilan media menjadi salah satu deskripsi yang perlu dijelaskan dalam laporan penelitian.³⁵

Pada akun @basyasman00 medium yang digunakan adalah tiktok yang memublikasikan kajian dakwah. Media siber merupakan akun hidup sehingga untuk mengakses tiktok membutuhkan koneksi internet untuk dapat terhubung, dan terkoneksi terus-menerus Baik itu menggunakan *website* maupun *smartphone*. Dengan ketentuan selama server atau tempat menyimpan data dan media siber yang menjadi stasiun pengguna untuk selalu tetap hidup. Semua data dari perangkat lunak di media siber bisa diakses oleh siapapun yang terkoneksi dengan jaringan internet meskipun penggunanya pada saat itu tidak mengakses jaringan internet. seperti kita membalas email kapan pun sementara penerima belum tentu saat itu juga akan membaca isi surat elektronik yang kita kirim.³⁶

Begitu juga pada akun tiktok setiap *like*, *coment*, dan *massage* kita bisa mengakses kapanpun dan semua data yang terdapat pada akun tiktok seseorang dengan catatan kita terhubung dengan jaringan internet. Meskipun pengguna tiktok yang kita lihat itu tidak terkoneksi dengan internet tetapi selama kita terhubung dengan jaringan internet maka kita dengan mudah melihat semua data yang terdapat di semua jenis media siber.

Tiktok memiliki beberapa fitur yang membuat pengguna tiktok memposting video yang lucu dan menarik, ada empat fitur utama pada

³⁵Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual*, 45.

³⁶Rulli Nasrullah, *Etnogravi Virtual*,47.

akun tiktok diantaranya musik, countdont, stiker, dan filter.³⁷ Tiktok saat ini memiliki aturan baru untuk pengguna berusia 18 tahun. Menurut Eric Han, Head of US Safety TikTok, aturan baru yang dibuat untuk melindungi privasi pengguna pada kalangan remaja. Aturan ini bertujuan untuk mendorong standar yang lebih tinggi untuk privasi dan keamanan pengguna, karena memberikan kontrol privasi yang sesuai dengan usia mereka merupakan hal yang sangat penting.

Kedua level dokumen media Level ini pada dasarnya menjawab faktor apa (*what*) yang menjadi artefak budaya dalam penelitian etnografi virtual.³⁸ Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi—sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya—diproduksi dan disebarakan melalui internet. Pada akun tiktok @basyasman00 yang menjadi dokumen medianya adalah Video itu sendiri, video yang diposting di tiktok @basyasman00 adalah video dakwah yang tidak semata-mata dakwah tetapi diselingi dengan alunan musik yang menghibur. Di model seperti itu agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh pendengarnya sebab yang menjadi pendengar adalah para generasi Z. biasanya video di tiktok selalu di isi dengan konten-konten yang menghibur dengan berbagai macam tarian dari semua jenis musik.

Sedangkan dalam akun tiktok @basyasman00, video yang di share selalu mengandung kajian agama, petuah-petuah bijak, syari'at Islam, dan motivasi sekaligus hiburan. Mayoritas pengguna tiktok adalah para generasi milenial dan para generasi Z. sehingga kebanyakan dari mereka sangat suka dengan hal-hal baru apalagi dalam dunia digital. Mereka sangat suka hal-hal yang aneh sekaligus menghibur jika tidak diarahkan kepada jalan yang benar, mereka akan menganggap sesuatu yang menurut mereka asyik itu semuanya baik. Sehingga @basyasman00 menciptakan konten tiktok dengan mengisi konten yang berbeda yaitu mengisi dengan kajian dakwah dan hal-hal yang positif yang sekaligus menghibur. Oleh karena itu, dapat lebih mudah diterima oleh para generasi milenial dan para generasi Z.

³⁷ Fitur utama di tiktok, <https://gensindo.sindonews.com> diakses pada tanggal 21 Mei 2021 jam 02.15 WIB

³⁸Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual*, 51.

Ketiga level objek media pada level ini objek media merupakan unit yang spesifik karena peneliti bisa melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antarpengguna, baik dalam unit mikro maupun unit makro. Dalam level ini data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber maupun konteks yang berada di sekitar tekstersebut.³⁹ Dalam akun tiktok @basyasman00 *Followers* dapat berinteraksi melalui kolom komentar ataupun *direct message*.

Keempat level pengalaman Level pengalaman atau *experiential stories* merupakan gambaran secara makro bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia *offline*. Ini dimaksudkan bahwa apa yang muncul di *online* memiliki relasi dengan dunia nyata. Pada level ini, etnografer mengungkap realitas di balik teks yang diunggah atau dikreasikan dan melihat “bagaimana”, sebagai misal, motivasi atau efek. Di level ini peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual (*online*) dengan realitas yang ada di dunia nyata.⁴⁰

Saat penulis menanyakan alasan admin memilih tiktok sebagai media dakwahnya. Ternyata Husain selaku admin tiktok @basyasman00 sebenarnya tidak sengaja mengenal akun tiktok dari tetangganya mereka banyak membicarakan tentang seseorang yang goyang jamed di akun tiktok tersebut. Kebetulan pada saat itu memang sedang membuncahnya aplikasi tiktok di tengah-tengah masyarakat terutama pada golongan anak muda. Pada tahun 2019-2020 merupakan tahun di mana sedang viral viralnya tiktok. apalagi pada di tahun tersebut awal adanya pandemi covid 19 di saat itu banyak orang yang menjadikan pelarian kebosanannya untuk melihat tiktok atau memainkan aplikasi tiktok itu sendiri.

Sehingga muncullah ide bagi Husain untuk memposting video dakwahnya di tiktok dan ternyata banyak respond positif dari masyarakat hal ini yang membuat Husain semangat untuk menyi'arkan dakwah di tiktok. selain Husain juga banyak pengguna tiktok yang memanfaatkan tiktok untuk media dakwah seperti Raihan Habib, Habib Ja'far, Izzati Elya.

Sebenarnya Husain sebelum berdakwah di tiktok ia sudah lebih dahulu berdakwah di Instagram, tetapi saat Husain *mengupload* konten

³⁹Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet)*, 54.

⁴⁰Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual*, 55.

dakwahnya di tiktok respondennya lebih banyak. Sehingga menumbuhkan semangat Husain untuk berdakwah di tiktok. Husain memiliki tujuan setiap media sosial yang ia punya digunakan untuk hal yang bermanfaat dengan menyebarkan hal-hal positif baik itu berdakwah ataupun memuat kata-kata motivasi. Maka ia memodifikasi tiktok yang sudah dan viral sebelumnya menjadi tiktok yang lebih bermanfaat dengan membahas kajian agama atau hal-hal yang bernuansa Islami.

Selain itu, alasan Husain untuk berdakwah melalui media sosial juga bukan tanpa alasan. Sifat media sosial yang bisa diakses kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun yang terkoneksi internet membuat penyebaran pesan begitu cepat. Oleh karena itu diharapkan konten yang diposting oleh akun tiktok @basyasman00 bisa dengan mudah diterima oleh banyak orang dari semua lapisan masyarakat dan dapat disebarkan dengan cepat.⁴¹ Kemudian para pengguna tiktok pun dapat memberikan umpan balik dengan berkomentar pada kolom komentar dan *direct message* seperti yang dikatakan oleh @Wati223 yang berkomentar menanyakan tentang sholat sunnah pada malam nisfu sya'ban. "*dek nanya apa malam nisfu sya'ban ga ada kegiatan sholat sunnah bakda sholat magrib? Apa dalam ajaran Rasulullah memang tidak ada to di masjid saya ada*".⁴²

Kebanyakan tanggapan dari *followers* akun tiktok @basyasman00 isi dari komentarnya kebanyakan berisi pertanyaan yang kurang dipahami oleh *followers* itu sendiri seperti contoh tersebut. Ada juga yang izin untuk memposting ulang postingan akun tiktok @basyasman00 karena postingan tersebut dianggap bermanfaat jika disebarluaskan.

Postingan akun tiktok @basyasman00 dapat memberikan pengetahuan tentang hal-hal yang bisa dikatakan sebagai hal-hal umum yang sering terjadi di kehidupan sehari-hari, seperti yang dikatakan oleh Kang Park Ir dia berterimakasih kepada Husain karena dengan adanya postingan Husain dia jadi paham tentang hukum bergaul dengan

⁴¹ Wawancara pribadi dengan admin akun tiktok @basyasman00 pada tanggal 13 Mei 2021

⁴² Komentar Wati223 pada kolom komentar akun tiktok @basyasman00

sesama jenis itu haram. “*terimakasih Ucen*” ungkapinya pada kolom komentar postingan akun @basyasman00.⁴³ Tysna Saputra salah satu *followers* @basyasman00 juga berkomentar setuju dengan apa yang dibahas dalam postingan akun tiktok @basyasman00 “*mantab bener*”.⁴⁴

Keberhasilan akun tiktok @basyasmna00 menarik perhatian masyarakat yang dibuktikan dengan umpan balik pada setiap kolom komentar yang terdapat di bawah postingan akun tiktok @basyasman00. Penulis menjadi penasaran alasan para *followers* akun tiktok @basyasman00 mengapa ngefollow akun tersebut? Dan ini jawaban dari salah satu *followwers* @basyasman yaitu Yanuar Intan Prihatanti “*isi kontennya bermanfaat mbak jadinya aku seneng liatnya*”⁴⁵

Kesimpulan

Dalam ruang media, level ini dapat mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium di internet. Medium ini merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi. Jika mengambil contoh media sosial, prosedur membuat akun, memublikasikan konten, maupun aspek geografis dari tampilan media menjadi salah satu deskripsi yang perlu dijelaskan dalam laporan penelitian. Dalam akun @basyasman00 medium yang digunakan adalah Tiktok. yang memublikasikan video-video dakwah. Prosedur untuk membuat akun Instagram ada dua cara, melalui smartphone atau komputer.

Dalam Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya diproduksi dan disebarkan melalui internet. Level ini pada dasarnya menjawab faktor apa (*what*) yang menjadi artefak budaya dalam penelitian etnografi virtual. Pada akun @basyasman00 yang menjadi dokumen medianya adalah video. video dakwah yang disebarkan melalui akun tiktok @basyasman00 bersifat lebih mudah dipahami, dan lebih mudah diterima jika melihat pada situasi seperti sekarang ini dimana masyarakat sudah memasuki yang namanya masyarakat digital.

⁴³ Komentar Kang Park Ir pada kolom komentar akun tiktok @basyasman00

⁴⁴ Komentar Tysna Putra pada kolom komentar akun tiktok @basyasman00

⁴⁵ Wawancara Pribadi *followwers* @basyasman00 Yanuar Intan pada tanggal 3 Mei 2021

Pada level ini objek media merupakan unit yang spesifik karena peneliti bisa melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antar pengguna, baik dalam unit mikro maupun unit makro. Dalam level ini data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber maupun konteks yang berada di sekitar teks tersebut. Dari beberapa gambar kolom komentar *Followers* akun akun tiktok @basyasman00 dapat dilihat bahwa banyak yang terpengaruh dan merasa sependapat dengan postingan akun tiktok @basyasman00 tersebut. Bahkan ada juga pertanyaan pertanyaan yang belum mereka ketahui ditanyakan kepada admin tiktok @basyasman00.

Level pengalaman atau *experiential stories* merupakan gambaran secara makro bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia *offline*. Ini dimaksudkan bahwa apa yang muncul di *online* memiliki relasi dengan dunia nyata. Pada level ini, etnografer mengungkap realitas di balik teks yang diunggah atau dikreasikan dan melihat “bagaimana”, sebagai misal, motivasi atau efek. Di level ini peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual (*online*) dengan realitas yang ada di dunia nyata. Husain mengatakan bahwa sebenarnya tiktok ini bukan merupakan tempatnya berdakwah tetapi ia menggunakan tiktok sebagai media dakwahnya karena untuk menghilangkan racun-racun yang ada di tiktok.

Daftar Pustaka

Abdullah, Irwan. *Kontruksi Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana, 2009.

Ainurrofiq, Irfan” *Analisis Etnografi Virtual Meme Politik Di Instgaram Cyber Bela Islam*?. Skripsi, Jurusan Komunikasi Penyiar Islam, IAI Syarifuddin, Lumajang, 2019.

Amin, M. Masyhur *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Jakarta: Al-Amin Press, 1997.

Arifin, Bustanul “ Dakwah Cybermedia”, *Jurnal Dakwah*, Vol. 26, no. 1, Januari 2015.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineke Cipto, 2002.

Astika, Vista Dini. “ *Studi Etnografi Virtual Aktivistis memedakwah di Media Sosial Instagram*”. Skripsi, Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto, 2020.

Atik Hikamwati, Sholihatul “ Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, *Jurnal komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 2, no. 1, (Januari 2021).

Birowo, Antonius. *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali, 2004.

Budiasa, Made. *Metode Etnografi Dalam Analisis Cyber Relegion Di Era Digitalisasi* Bali: IHDN Press, 2020.

Bungin, Burhan *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group), 2006.

Djohan, Abdi Kurnia. *Oase Iman Di Media Sosial*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2019.

El Ishaq, Ropingsi *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani, 2016.

Fakhruroji, Moch. *Dakwah Di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019.

Fariyah, Irzum “Media Dakwah POP”, *Jurnal Komunikasi Penyiar Islam*, Vol. 1, No. 2, Juli- Desember 2013.

Fitriadi, Aldi “ *Perspektif Dakwah Islam dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok di Masa Pandemi Covid 19*”, (t.tp.: Pare, 2020).

Fitur utama di tiktok, <https://gensindo.sindonews.com> diakses pada tanggal 21 Mei 2021 jam 02.15 WIB

Hakiki, Rizki “ *Dakwah Di Media Sosial Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar*”. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016.

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_siber di akses pada tanggal 15-02-2021, 15.50 WIB

<https://www.tiktok.com/@basyasman00?lang=id-ID> di akses pada tanggal 26 Februari 2021, 10.00 WIB.

Ilahi, Wahyu *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

- Jmoleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosadakarya: 2016.
- Jusmiati, “ Tantangan dan Peluang Berdakwah Menggunakan New Media”, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.
- KOMINFO. *Sosial Media*. Jakarta: Siber Kreasi, 2020.
- Ma'arif, Bambang. *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Rosadakarya, 2010. 22.
- Margono. *Metodologi Pendidikan Penelitian*. Surabaya: Rineka Cipto, 2003.
- Nasrullah, Rulli Media Sosial: *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Novitasari, Evi “ *Dakwah Melalui Youtube*”. Skripsi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2020.
- Pilor, Abdul *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Prastowo, Andi *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jojakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Qadaruddin Abdullah, Muhammad. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya :CV Qiara Media, 2019.
- Ruth, Debra Pengaruh Motif Pengguna Media Baru Tiktok Terhadap Personal Branding Generasi Mileneal di Instagram, *Jurnal Dakwah*, Vol. 4, No. 2, (Oktober 2020), 208.
- Sadiyah, Dewi *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2015.
- Setya Watie, Errika Dwi “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)”. *Jurnal The Messenger*, Vol. III No. 1, (Edisi Juli 2011), 69.
- Tri Yulianto, Rifan “ *Dakwah Digital Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*”. Skripsi, Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2020.

Wawancara Pribadi *followers* @basyasman00 @Ierul mam pada tanggal 11 Mei 2021

Wawancara pribadi dengan admin akun tiktok @basyasman00 pada tanggal 13 Mei 2021

Wawancara Pribadi *followers* @basyasman00 Yanuar Intan pada tanggal 3 Mei 2021