

**STRATEGI DAKWAHTAINMENT MELALUI
APLIKASI *TIKTOK*
(STUDI NETNOGRAFI AKUN *TIKTOK*
@okisetianadewi_official)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

IRKHAM FARID ALDAR
NIM. 3417043

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**STRATEGI DAKWAHTAINMENT MELALUI
APLIKASI *TIKTOK*
(STUDI NETNOGRAFI AKUN *TIKTOK*
@okisetianadewi_official)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

IRKHAM FARID ALDAR
NIM. 3417043

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Irkham Farid Aldar

Nim : 3417043

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI DAKWAHTAINMENT MELALUI APLIKASI *TIKTOK* (STUDI NETNOGRAFI AKUN *TIKTOK* @okisetianadewi_official).”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 21 April 2023
Penulis



Irkham Farid Aldar
NIM. 3417043

NOTA PEMBIMBING

Mochamad Najmul Afad, M.A.

**JL RE Martadinata gang Layur no. 22 Rt 4 Rw 4 Kelurahan Karangasem
Utara Kecamatan Batang Kabupaten Batang**

Lamp : 2 (Dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Irkham Farid Aldar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Irkham Farid Aldar

NIM : 3417043

Judul : **STRATEGI DAKWAHTAINMENT MELALUI
APLIKASI TIKTOK (STUDI NETNOGRAFI AKUN
TIKTOK @okisetianadewi_official)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 3 April 2023

Pembimbing,


Mochamad Najmul Afad, M.A.
NIP. 199306192019031006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **IRKHAM FARID ALDAR**
NIM : **3417043**
Judul Skripsi : **STRATEGI DAKWAHTAINMENT MELALUI APLIKASI *TIKTOK* (STUDI NETNOGRAFI AKUN @okisetianadewi_official).**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 26 Mei 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Ahmad Hidayatullah, M. Sos
NIP. 1990031020190032010

Penguji II

Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 199106262019031010

Pekalongan, 26 Mei 2023

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. H. Sam'ani, M. Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zai	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Es
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Wau	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof (tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah diawal kata)
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

B. Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a	أَي = ai	أ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أ = u		أَوْ = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup

dilambangkandengan /t/

Contoh:

جميلة امرأة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah hidup

dilambangkandengan /h/

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا = rabbanā

البر = al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجل = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = al-qamar

البديع = al-badī'

الجالا = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini yang akhirnya skripsi ini bisa selesai. Oleh karena itu dengan rasa syukur dan bahagia saya persembahkan rasa terimakasih saya kepada :

1. Allah SWT karena hanya atas izin dan karunia-Nyalah skripsi ini dapat dibuat dan selesai. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa. Terima kasih atas segala nikmat yang Engkau berikan atas ridho-Mu, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Untuk Bapak dan Ibu tercinta sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang telah memberi kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga. Selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik.
3. Untuk diri saya sendiri yang sudah mau berusaha dan berjuang bersemangat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam proses penyelesaiannya banyak rintangan.

4. Terimakasih kakak-kakak saya telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula.
5. Bapak M. Najmul Afad, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih bapak sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.
6. Terimakasih juga kepada Soraya Putri Ardiansyah yang sudah cukup membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih buat teman-teman seperjuangan KPI 2017 selalu memberikan motivasi, nasehat dan dukungan yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada pihak yang telah membantu yang tentunya tidak bisa saya sebutkan satu persatu juga.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.

ABSTRAK

Irkham Farid Aldar, (3417043). 2023. “Strategi Dakwahtainment Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Netnografi Akun Tiktok @Okisetianadewi_Official)”.. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Mochamad Najmul Afad, M. Ag.

Kata Kunci: Strategi Dakwahtainment, Netnografi, Tiktok

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya sosial media yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebarkan informasi sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca dan berbagi cerita. Dalam sejarah perkembangan dunia *IPTEK* mengharuskan sesuatu yang ada media elektronik juga harus ada di media internet, diantaranya sosial media seperti *instagram, facebook, youtube, TikTok* dan sebagainya. Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i-da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain. Kemudian para da'i harus beradaptasi dengan perkembangan zaman yakni dengan menggunakan media sosial untuk berdakwah yang dikemas dalam bentuk hiburan atau yang dapat disebut sebagai dakwahtainment.

Strategi dakwahtainment yang digunakan Oki Setiana Dewi melalui aplikasi *TikTok*. Penelitian ini menggunakan *TikTok* sebagai *field* (daerah penelitian) dan akun *@okisetianadewi_official* sebagai komunitasnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan studi netnografi dan data dianalisis menggunakan analisis strategi dakwah Al-Bayanuni. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi dakwahtainment pada akun *TikTok @okisetianadewi_official*, apa saja isi pesan dakwah pada akun *TikTok @okisetianadewi_official*. Selain itu untuk mengetahui bagaimana interaksi budaya yang terbentuk di dalamnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan kegiatan dakwahtainmentnya, Oki Setiana Dewi menggunakan strategi dakwah yang dicetuskan oleh Al-bayanuni, diantaranya strategi sentimental, strategi rasional dan strategi indrawi. Oki selaku da'i sangat representatif dalam menyampaikan pesan dakwah. Isi pesan dakwah Oki, diantaranya pesan akidah berupa meyakini bahwa Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya, pesan syariah berupa dalam keadaan suka maupun duka tetap bertaqwa kepada Allah SWT, pesan akhlak berupa berserah diri kepada Allah dan mengingat kebesaran-Nya saat mendapat ujian. Budaya yang terbentuk dalam dakwah Oki yakni interaksi yang saling mendukung, mengingatkan antar anggota komunitas dan saling mendo'akan agar bisa memperbaiki diri, sehingga membentuk pribadi yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap konten Oki cenderung positif dengan banyak komentar yang mengapresiasi nilai-nilai positif dalam kontennya. Namun, dengan adanya kekuatan dan peluang yang ada, terdapat pula kelemahan dan ancaman yang harus diperhatikan.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat yang tak ternilai serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Dakwahtainment Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Netnografi Akun @Okisetianadewi_Official) skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Program Strata 1 atau (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan serta beberapa pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. Sam'ani Sya'roni M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Vyki Mazaya M.S.I selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Teddy Dyatmika, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Muhammad Najmul Afad, M.A. selaku dosen pembimbing penulis
6. Wirayuda Pramana Bhakti, M. Pd selaku wali dosen penulis

7. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Terutama Dosen Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam
8. Segenap staff Prodi yang sudah membuat banyak terkait penyelesaian skripsi penulis
9. Teman Angkatan 2017 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang sudah berjuang bersama serta memberikan dukungan secara penuh.

Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis memanjatkan do'a dan semoga segala bentuk bantuan memberikan balasan berupa amal yang berlipat kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekalongan, 10 April 2023

Penulis

Irkham Farid Aldar

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Analisis Teori.....	7
2. Penelitian yang Relevan.....	13
3. Kerangka Berpikir.....	15
E. Metode Penelitian	16
1. Jenis Pendekatan dan penelitian.....	16
2. Sumber data.....	18
3. Metode pengumpulan data	19
4. Teknik analisa data.....	20
F. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Pesan Dakwah.....	23
1. Pengertian pesan dakwah	23

	2. Jenis – jenis pesan dakwah.....	24
	B. Strategi Dakwah	26
	C. Dakwahtainment	27
	D. Tiktok	30
	1. Pengertian Tiktok	30
	2. Fitur – fitur aplikasi tiktok	32
	E. Netnografi	34
BAB	III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
	A. Profil Oki Setiana Dewi.....	39
	1. Biografi Oki	39
	2. Akun tiktok Oki	42
	B. Dakwahtainment Oki Setiana Dewi.....	42
	C. Strategi dakwahtainment Oki dalam penyampaian pesan dakwah	49
	1. Video dakwah yang berkaitan dengan strategi sentimental.....	49
	2. Video dakwah yang berkaitan dengan strategi rasional	53
	3. Video dakwah yang berkaitan dengan strategi indriawi	57
BAB	IV ANALISIS DATA	61
	A. Anilisis Strategi dakwahtainment oki setiana dewi.....	61
	1. Video dakwah yang berkaitan dengan sentimental	65
	2. Video dakwah yang berkaitan dengan strategi rasional	69
	3. Video dakwah yang berkaitan dengan strategi indriawi.....	73
	B. Isi pesan dakwah Oki Setiana Dewi	77

	C. Hasil Analisis Netnografi dengan teori interaksi simbolik pada akun tiktok @Okisetianadewi_Official.....	85
	D. Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Threatment) Dakwahtainment Oki Setiana Dewi Melalui Aplikasi <i>TikTok</i>	89
BAB V	PENUTUP	92
	A. Kesimpulan	92
	B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Lembar Pemeriksaan Skripsi

Surat Keterangan *Similarity Checking*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 3.1 Akun TikTok Oki Setiana Dewi.....	42
Gambar 3.2 Pengguna TikTok Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 3.3 Postingan Pertama Akun TikTok Oki	45
Gambar 3.4 Cara Berpakaian	46
Gambar 3.5 Penggunaan Caption.....	48
Gambar 3.6 Penggunaan Tagar.....	48
Gambar 3.7 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	49
Gambar 3.8 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	50
Gambar 3.9 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	51
Gambar 3.10 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	53
Gambar 3.11 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	54
Gambar 3.12 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	55
Gambar 3.13 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	56
Gambar 3.14 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	57
Gambar 3.15 <i>Capture</i> tiktok Oki Setiana Dewi	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Postingan berjudul jangan marah maka bagimu surga.....	49
Tabel 3.2 Postingan berjudul Kisah Abdurrahman bin Auf.....	51
Tabel 3.3 Postingan berjudul keistimewaan wanita dalam islam	52
Tabel 3.4 Postingan berjudul berjudul beribadah hanya kepada Allah.....	53
Tabel 3.5 Postingan berjudul manfaatkan waktu sebaik mungkin.....	54
Tabel 3.6 Postingan berjudul Perbanyak berdzikir kepada Allah	56
Tabel 3.7 Postingan berjudul pentingnya menjaga lisan.....	57
Tabel 3.8 Postingan berjudul takdir Allah adalah yang terbaik.....	58
Tabel 3.9 Postingan berjudul takdir Allah adalah yang terbaik.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai istilah yang lazim, dakwahtainment digunakan untuk memberi ciri khas pada suatu metode dakwah di televisi dimana metode dakwah dikemas dalam bentuk hiburan yang diselengi dengan acara seperti humor, drama, nyanyian maupun informasi-informasi yang ringan. Saat ini dakwahtainment semakin marak dan menghiasi layar televisi khususnya di pagi hari pada bulan Ramadhan. Dakwah yang diselengi humor serta dikemas dalam bentuk curhat menjadi konsumsi masyarakat sehari-hari. Dakwahtainment merupakan salah satu metode dakwah yang cukup strategis yang sangat berguna dalam proses pembinaan spiritual di kalangan tertentu masyarakat kita. Fenomena ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan dunia Islam. Dilihat dari misi sebenarnya dari dakwah ala televisi, tentu ada dilema. Tujuan dakwah yang religius terbukti dominan dalam pelaksanaannya dan dengan muatan materialistis yang dikhawatirkan turut merusak dakwah itu sendiri..¹

Dakwahtainment merupakan konsep yang menggabungkan konsep dakwah Islami dengan program hiburan yang menarik perhatian khalayak atau mad'u. Dalam pelaksanaannya, program dakwahtainment tentunya melalui berbagai persiapan di bawah pimpinan pengelola media, produser, dan tim kreatif, yang selain pimpinan, juga memberikan

¹ Fatma Laili, *Dilema Dakwahtainment*, AT-TABSIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, no.1, 2013, hlm.128.

pertunjukan selama penampilan mereka. Inovasi dan improvisasi dalam tayangan-tayangan dakwahtainment selalu dilakukan untuk memenuhi keinginan mad'u atau membangkitkan daya minat untuk menonton tayangan tersebut. Maka alasan para da'i memilih metode dakwah yang dikemas dalam bentuk hiburan dengan mengakulturasi antara dakwah, humoris dan media karena kecenderungan masyarakat sekarang sudah jenuh dengan sesuatu yang berbentuk monoton, *stagnan*, *fragmentis* dan lain sebagainya. Sehingga masyarakat membutuhkan hal yang baru, salah satunya dengan dakwahtainment. Dakwahtainment tidak hanya disiarkan melalui televisi sebagai media elektronik tetapi juga melalui media *internet*.²

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan media sosial sebagai tempat menerima dan menyebarkan informasi mengubah cara kita mengenal, membaca dan berbagi cerita. Dalam sejarah perkembangan dunia *IPTEK* mengharuskan sesuatu yang ada di media elektronik juga harus ada di media *internet*, diantaranya sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *youtube*, *TikTok* dan sebagainya. Tentu ini menjadi tantangan baru bagi para da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional dari satu tempat ke tempat lain. Kemudian para da'i harus beradaptasi dengan perkembangan zaman yakni dengan

² Muhammad, Haris Fiardi, *Peran Dakwahtainment Akun Channel Youtube Jeda Nulis Terhadap Pemuda Tersesat Oleh Habib Husein Ja'far*, Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, Vol. 3, No. 2, 2021, hlm. 78.

menggunakan media sosial untuk berdakwah yang dikemas dalam bentuk hiburan, hal inilah yang disebut sebagai dakwahtainment.³

Fokus dari penelitian ini yaitu pada media sosial *TikTok*. Aplikasi *TikTok* merupakan sebuah aplikasi untuk membuat video pendek yang memiliki efek unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para penggunanya. Aplikasi ini mempunyai ribuan bahkan jutaan pengguna di berbagai belahan dunia. Aplikasi ini berisi video-video pendek dengan berbagai genre menarik yang dibuat dengan tujuan sebagai hiburan. Aplikasi ini juga bisa memudahkan para pengguna untuk saling berbagi informasi melalui video yang dibagikan, video yang bagus akan memiliki banyak perhatian dari orang yang melihatnya.⁴

Penggunaan aplikasi *TikTok* dalam berdakwah tidak hanya sekedar membuat konten dakwah saja namun perlu untuk memerhatikan strategi yang tepat agar dakwah yang disampaikan menarik dan mudah diterima. Dari perspektif psikologis, strategi dipandang sebagai metode mengumpulkan informasi dan mengaturnya untuk menganalisis hipotesis. Dengan demikian, strategi memiliki istilah berupa upaya berpikir ke arah efisiensi guna membuat pilihan yang memuaskan. Maka strategi dapat diartikan sebagai upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Dengan mengumpulkan informasi pengguna *TikTok* dari kalangan

³ Yulia, Nafa Fitri Randani dkk, *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*, Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol. 3, No 1, 2021, hlm. 571.

⁴ Yulia, Nafa Fitri Randani dkk, *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*, Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol. 3, No 1, 2021, hlm. 572.

generasi milenial, mulai dari konten ringan yang sedang ramai diperbincangkan, konten hiburan yang menyenangkan, hingga topik yang sedang ramai diperbincangkan. Dengan demikian, agar dakwah mudah diterima, konten yang dibuat harus memuat hal-hal tersebut.⁵

TikTok dipilih sebagai media untuk dakwah karena aplikasi tersebut saat ini sedang menjadi trend untuk ajang eksistensi diri. Di berbagai negara aplikasi *TikTok* mempunyai ribuan bahkan jutaan pengguna. "Tercatat, pengguna aktif bulanan *TikTok* di Indonesia saja mencapai angka fantastis yakni 99,1 juta orang pada April 2022. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai pengguna terbesar kedua setelah Amerika Serikat dengan jumlah 136,4 juta,". Dengan jumlah demikian, maka banyak peluang untuk menarik perhatian banyak kalangan mengenai aplikasi dakwah.⁶

Berbagai kalangan mulai memanfaatkan aplikasi *TikTok* untuk menyerukan nilai-nilai kebaikan dan menyebarkan konten dakwah. Mulai dari para ulama yang mumpuni hingga munculnya pendakwah baru para pemuda. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengkaji salah satu akun *TikTok* yaitu @okisetianadewi_official karena video konten tersebut diindikasikan mengandung strategi dakwahtainment yang menyentuh hati mad'u. Oki memiliki *follower* sebanyak 1,7 juta pada akun *TikTok*nya. Oki merupakan publik figur yang menggunakan dakwahtainment dengan

⁵ Kustadi Suhandang, *Strategi dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 81.

⁶ Mitra Tarigan (Editor), 2022, *Pengguna TikTok di Indonesia Kedua di Dunia, Cocok untuk Kampanye Marketing* diakses <https://gaya.tempo.co/read/1620184/pengguna-tiktok-di-indonesia-kedua-di-dunia-cocok-untuk-kampanye-marketing> pada 7 agustus 2022.

konten-konten yang dibuat pada aplikasi *TikTok*. Oki menyebut tugas dakwah bukan hanya ustadz saja tapi juga semua orang.⁷ Sebagai pendakwah yang juga aktif beberapa acara televisi nasional sebagai seorang ustadzah, melalui karya-karyanya yang banyak diminati, Oki juga aktif sebagai penulis, sehingga banyak orang yang tertarik untuk mengikuti kontennya di *TikTok*.⁸

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah di media *TikTok* merupakan peluang dan inovasi baru dalam dunia dakwah. Karena menurut ajaran Islam, dakwah pada dasarnya merupakan ajakan untuk beramal saleh, maka dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka dengan objek dakwah. Melalui media *TikTok*, dakwah dapat dilakukan dengan cara yang menarik sehingga masyarakat dapat melihat tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu. Melihat fenomena dakwah di jejaring sosial dengan akun @okisetianadewi_official, penulis ingin mengetahui strategi dakwahtainment dan karakteristik isi pesan yang terdapat pada video dakwah yang diunggah serta budaya yang terbentuk didalamnya, sehingga dakwah bisa diterima dengan baik yang kemudian dimuat dalam skripsi yang berjudul **“Strategi Dakwahtainment Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Netnografi Akun Tiktok @okisetianadewi_official)”**.

⁷ Kiki Sakinah, 2018, *Oki Setiana Dewi Luruskan Niat Dalam Berdakwah*, diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/phxg11384/oki-setiana-dewi-luruskan-niat-dalam-berdakwah>, pada 9 november 2022.

⁸ Devina, Isaura Putri, et al., *Efektivitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube : Oki Setiana Dewi*, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Institute Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Al-Ittishal, Vol. 3, No 2, 2022, hlm.102.

B. Rumusan Masalah

Agar penulisan lebih jelas dan terarah maka penulis mencoba untuk memformulasikan masalah sebagaimana yang tertera dibawah ini:

1. Bagaimana strategi dakwahtainment @okisetianadewi_official dalam *TikTok* melalui analisis netnografi?
2. Apa saja isi pesan dakwah @okisetianadewi_official ?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang digambarkan, tujuan riset ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi dakwahtainment @okisetianadewi_official dalam *TikTok* melalui analisis netnografi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis isi pesan dakwah akun *TikTok* @okisetianadewi_official.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang penulis harapkan setelah melakukan penelitian ini adalah penelitian ini dapat menambah referensi penelitian terkait strategi dakwahtainment melalui aplikasi tiktok. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam serta yang membacanya.

2. Manfaat Secara Praktis

Kajian ini hendaknya dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat khususnya pengguna media sosial, selain itu kajian ini akan mendorong para pengguna media sosial khususnya *TikTok* untuk memperkaya postingannya dengan ajakan untuk kebaikan.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis teori

a. Strategi dakwah

Secara etimologi kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yaitu da'aa, yad'u, du'aah/da'watan, jadi kata da'aa atau dakwah adalah kata du'aa isim mashdar, keduanya memiliki artinya sama, yaitu panggilan atau ajakan. Menurut ulama Basrah, kata dakwah berasal dari kata mashdar, yaitu da'watan, yang artinya menyeru. Sedangkan menurut ulama Kufah, kata khutbah berasal dari akar kata da'aa yang artinya menyeru. Terakhir, kata dakwah memiliki makna simbolik tergantung penggunaannya dalam sebuah kalimat. Namun dalam hal ini, dakwah yang dimaksud dalam arti himbauan, ajakan atau ajakan. Ucapan adalah ucapan kepada Allah SWT.⁹

Secara terminologi, dakwah adalah upaya mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan mengembangkan diri terlebih dahulu.

⁹ Alwisral, Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam membentuk Da'I dan Khotib Profesional*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2005), hlm.2.

Pembinaan diri menjadi sesuatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan keteladanan. Penyampaian ajaran agama kepada masyarakat dilakukan secara arif, agar masyarakat memahami dan mengikuti ajaran Islam. Diperlukan pedoman dalam kehidupan beragama, agar agama menjadi pedoman bagi kehidupan manusia.¹⁰

Kata strategi berasal dari kata Yunani klasik “*stratus*” yang berarti tentara dan “*agein*” yang berarti kepemimpinan¹¹. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan berhasil dalam mencapai suatu tujuan. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang menyeluruh, menyeluruh dan terpadu yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak bertindak sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik akan bekerja.¹²

Strategi dakwah adalah rencana yang berisi serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Menurut Al-Bayanuni, strategi dakwah adalah pengaturan dan rencana dakwah yang dibuat untuk kegiatan dakwah. Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:¹³

¹⁰ Bambang Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 126.

¹¹ Hafied Cangara, “*Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hlm.16.

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hlm.65.

¹³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 349-351.

- 1) Strategi sentimental (*al-manhaj al-‘athifi*)
- 2) Strategi rasional (*al-manhaj al-‘aqli*)
- 3) Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi sentimental merupakan strategi dakwah yang menitikberatkan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dan pemikiran batin mitra dakwah. Metode yang dikembangkan berdasarkan strategi ini adalah memberikan nasehat yang mengesankan kepada mitra dakwah, menyampaikan pesan dakwah dengan lemah lembut atau memberikan pelayanan yang memuaskan. Cara ini biasanya digunakan untuk mitra dakwah yang terpinggirkan dan lemah, seperti wanita, anak-anak, rakyat jelata, muallaf, fakir miskin, yatim piatu, dan lain-lain.¹⁴

Strategi rasional adalah strategi dakwah yang memiliki beberapa metode yang menitikberatkan pada aspek akal. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, berefleksi dan belajar. Menggunakan hukum logika, mendiskusikan atau menyajikan contoh dan bukti sejarah adalah beberapa metode strategi rasional. Strategi ini digunakan Nabi Muhammad SAW untuk menghadapi argumentasi para pemuka yahudi yang terkenal dengan kecerdikannya.¹⁵

Strategi indrawi merupakan sistem dakwah atau seperangkat metode dakwah yang berorientasi pada panca indera

¹⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 351-352.

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 352.

dan mengikuti hasil penelitian dan praktik keagamaan, model dan penyajian dramatis. Nabi Muhammad SAW menggunakan strategi ini sebagai contoh strategi indrawi yang disaksikan oleh para sahabatnya. Sahabat bisa langsung melihat keajaiban Nabi SAW seperti terbelahnya bulan, bahkan malaikat Jibril berwujud manusia. Sekarang Al-Qur'an digunakan untuk membenarkan atau menyangkal hasil penelitian ilmiah. Ulama Tafsir menyebutnya Tafsir 'Ilmi.¹⁶

b. Dakwahtainment

Dakwahtainment adalah gabungan dari bahasa Inggris dan Arab yang memiliki arti ajakan, seruan, panggilan, undangan. Selain itu juga terdapat varian makna etimologi dari dakwah yaitu do'a.¹⁷ Dalam praktiknya, dakwah sama halnya dengan penyebaran agama Islam, dimana dalam perspektif Islam, dakwah merupakan kewajiban umat Islam untuk selalu menyeru orang lain untuk beribadah kepada Allah. Selanjutnya menurut bahasa Inggris *tainment* yang berasal dari kata *entertainment* yang berarti hiburan atau pertunjukan. Jadi dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwahtainment merupakan penyebarluasan Islam agar ada perubahan untuk menuju dalam kehidupan yang lebih Islami dengan menggabungkan dengan unsur hiburan, pementasan di dalamnya.

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 353.

¹⁷ Nur Ahmad, *Problematika DakwahTainment Di Media Sosial*, AT-TABSIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol.4, No. 2, 2016, hlm. 232.

c. Teori Interaksi Simbolik

Suprpto dalam Dadi Ahmad menjelaskan bahwa tokoh-tokoh interaksionis simbolik, antara lain George H. Mead, Charles Horton Cooley, William I. Thomas and Kuhn, dan Herbert Blumer, sepakat bahwa interaksi simbolik merupakan konsep yang digunakan dalam tindakan kolektif sepanjang waktu, membentuk struktur sosial atau kelompok masyarakat lainnya melalui interaksi masyarakat yang khas. Teori interaksi simbolik mengasumsikan bahwa orang menggunakan simbol dan bahasa dan isyarat lain dalam aktivitas komunikatif dan interaksi mereka untuk membangun masyarakat mereka.¹⁸

Lebih lanjut gagasan Mead dikembangkan lagi oleh Blumer dengan berpendapat bahwa terdapat lima konsep dasar dalam interaksi simbolik, antarlain¹⁹ :

1. Konsep diri (*self*), konsep yang memandang bahwa manusia bukan semata-mata organisme yang bergerak di bawah pengaruh stimulus, baik dari luar maupun dari dalam, melainkan “organisme yang sadar akan dirinya” (*an organism having a self*). Ia mampu memandang diri sebagai objek pikirannya dan bergaul atau berinteraksi dengan diri sendiri.
2. Konsep perbuatan (*action*), karena perbuatan manusia

¹⁸ Dadi Ahmadi, *Interaksi simbolik: Suatu pengantar*, Mediator Vol. 9, No.2, 2008, hlm. 305.

¹⁹ Dadi Ahmadi, *Interaksi simbolik: Suatu pengantar*, Mediator Vol. 9, No.2, 2008, hlm. 303-304.

dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri, maka perbuatan itu berlainan sama sekali dengan gerak makhluk selain manusia. Manusia menghadapi berbagai persoalan kehidupannya dengan beranggapan bahwa ia tidak dikendalikan oleh situasi, melainkan merasa diri di atasnya. Manusia kemudian merancang perbuatannya. Perbuatan manusia itu tidak semata-mata sebagai reaksi biologis, melainkan hasil konstruksinya.

3. Konsep objek (*object*), konsep yang memandang manusia hidup di tengah-tengah objek. Objek itu dapat bersifat fisik seperti kursi, atau khayalan, kebendaan atau abstrak seperti konsep kebebasan, atau agak kabur seperti ajaran filsafat. Inti dari objek itu tidak ditentukan oleh ciri-ciri instrinsiknya, melainkan oleh minat orang dan arti yang dikenakan kepada objek-objek itu.
4. Konsep interaksi sosial (*social interaction*), interaksi berarti bahwa setiap peserta secara mental bergerak ke posisi orang lain. Pada saat yang sama, seseorang mencoba memahami tujuan dari tindakan orang lain sehingga interaksi dan komunikasi dapat dilakukan. Komunikasi tidak hanya melalui gerak tubuh, tetapi terutama melalui simbol, yang harus dipahami dan dipahami. Dalam komunikasi simbolik, orang menginterpretasikan dan menginterpretasikan gerak

tubuh orang lain dan bertindak sesuai dengan maknanya.

5. Konsep tindakan bersama (*joint action*), artinya Tindakan kolektif yang dihasilkan dari tindakan masing-masing individu yang kemudian dikoordinasikan dan disesuaikan. Inti dari konsep ini merupakan harmonisasi dan penggabungan banyak makna, tujuan, pemikiran dan sikap. Oleh karena itu, interaksi sosial membutuhkan banyak waktu untuk mencapai keharmonisan dan perpaduan. Eratnya hubungan antara tindakan dan simbol kehidupan manusia disebabkan karena kehidupan manusia salah satunya berada dalam lingkungan simbolik.

2. Penelitian Relevan

Agar penelitian ini tidak ditemukan kekeliruan dan kesamaan dari segi fokus, objek, subjek, dan hasil penelitian, maka berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan:

- a. Skripsi karya Titin Rahmawati Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Kisah Detik-Detik Wafatnya Rasulullah Saw Pada Media *YouTube*. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018, persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang dakwah Oki Setiana Dewi. Pebedaannya yakni pada skripsi penelitian Titin fokus pada

media sosial *YouTube*, sedangkan dalam penelitian ini fokus pada media sosial *TikTok*.

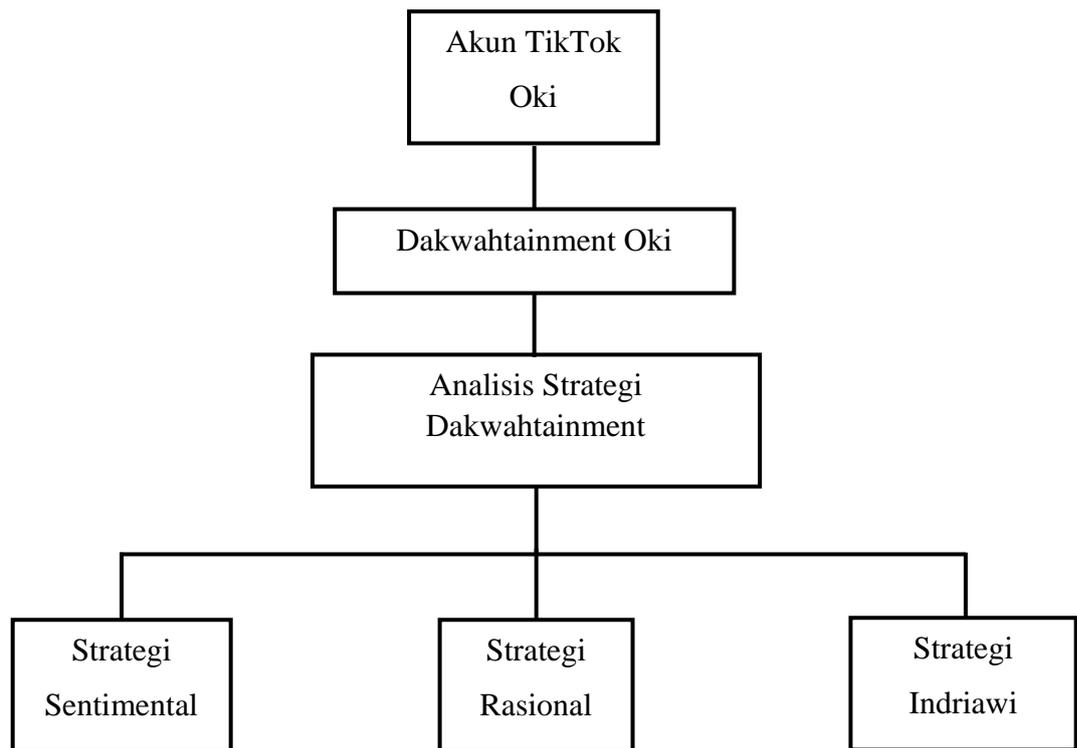
- b. Skripsi karya Evi Nowidiyanti Mahasiswa Intitute Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul Pesan Dakwah Melalui Konten *Tiktok* (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun *TikTok* @Basyasman00). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018. Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama fokus pada media sosial *TikTok*. Perbedaannya yakni pada objek kajiannya.
- c. Jurnal Penelitian Randani Yulia Nafa Fitri, Safrinal, Jalimah Zulfah lauconsina, Muhammad Roy Purwanto dengan judul Strategi Pemanfaatan Aplikasi *TikTok* Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama fokus pada media sosial *TikTok*. Perbedaannya yakni pada jurnal tersebut menggunakan wawancara langsung kepada subjek penelitian, sedangkan penelitian ini tidak menggunakan wawancara dalam mengumpulkan data.
- d. Skripsi Sekuat Sanjaya Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dengan judul Strategi Dakwah Da'i Dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah Santri Pesantren Modern Nahdlatul Ulama Di Desa Negeri Agung Kecamatan Talang Padang Tanggamus. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019. Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi dakwah. Perbedaannya yakni pada

karya skripsi sanjaya sekuat objeknya adalah santri pesantren sedangkan objek pada penelitian ini adalah para pengguna aplikasi *TikTok*.

3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah deskripsi model hubungan antara variabel yang ditarik berdasarkan penelitian teoritis, atau kerangka acuan konseptual yang digunakan dalam memecahkan masalah yang diteliti. Serta pada kerangka berpikir ini merupakan skema alur pemikiran guna memperkuat indikator yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pikiran ini penulis akan menjelaskan masalah utama penelitian. Penjelasan yang disusun akan menghubungkan teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Fokus penelitian ini adalah terletak pada bagaimana strategi dakwahtainment akun @okisetianadewi_official dalam aplikasi *TikTok*, apa saja isi pesan dakwah pada akun @okisetianadewi_official, serta bagaimana interaksi budaya yang terbentuk pada akun @okisetianadewi_official. Sehingga aplikasi *TikTok* tidak selalu berisi hiburan saja, melainkan bisa digunakan untuk media berdakwah. Hal ini menjadi suatu hal yang krusial untuk diperhatikan, karena dengan dakwah-dakwah tersebut bisa menjadi penyeimbang untuk dikonsumsi masyarakat.



Gambar 1.1

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Netnografi merupakan kajian yang berfokus pada pemahaman dunia maya, dimana terdapat orang-orang yang saling berinteraksi dan mampu membentuk budaya dan sistem sosialnya sendiri. Oleh karena itu, metode penelitian didasarkan pada penelitian observasional, dimana peneliti tidak hanya bergabung dalam komunitas virtual, tetapi juga berpartisipasi secara aktif. Penelitian ini menggunakan Tiktok sebagai *field* (daerah penelitian) dan akun @okisetianadewi_official

sebagai komunitasnya. Fokus penelitian ini sebagai berikut; bagaimana strategi dakwahtainment pada akun @okisetianadewi_official, apa saja isi pesan dakwah pada akun @okisetianadewi_official, serta bagaimana interaksi budaya yang terbentuk pada akun @okisetianadewi_official. Metode penelitian kualitatif secara signifikan mampu mempengaruhi substansi penelitian. Artinya bahwa metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informasi.²⁰

Adapun pendekatan dalam penelitian ini peneliti menggunakan netnografi. Netnografi berasal dari kata internet (*internetconnection network*) dan etnografi. Etnografi sendiri ialah aplikasi antropologi, yang berasal dari kata Yunani, yaitu *ethnos*, yang berarti warga suatu bangsa atau masyarakat, dan *graphien*, yang berarti tulisan. Netnografi dapat diartikan sebagai metode penelitian berbasis daring yang diadaptasi dari etnografi yang diterapkan untuk memahami interaksi sosial dalam konteks komunikasi *digital*.²¹

Netnografi menerapkan prosedur etnografi (terutama observasi partisipan) pada kasus unik interaksi sosial yang dimediasi komputer: perubahan, aksesibilitas, anonimitas, dan pengarsipan. sama halnya dengan etnografi konvensional, penelitian netnografi juga melibatkan prosedur yang terdiri dari enam langkah, yaitu perencanaan penelitian,

²⁰Antonius Birowo, *Motode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Gintanyali, 2004), hlm. 3.

²¹Serra Anisa, *Studi Netnografi Aksi Beat Plastic Pollution Oleh Nations Environment Di Instagram*, Jurnal Aspikom Vol.3, No. 6, 2019, hlm. 4.

entree, pengumpulan data, interpretasi, dan berpegang pada standar etis, dan representasi. Netnografi menggunakan komunikasi yang dimediasi komputer (*internet*) sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi dari fenomena budaya atau komunal.²²

2. Sumber Data

Riset ini mengacu pada dua macam sumber informasi guna memperoleh data yang diperlukan penulis, diantaranya yaitu:

a. Sumber data primer

Data primer adalah sumber data yang didapat secara langsung dari sumber yang asli tanpa melalui perantara. Sumber data primer penelitian ini ialah video pada akun *TikTok* @okisetianadewi_official.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder didapatkan melalui data-data literatur, baik dari internet, maupun buku dan jurnal. Penelitian ini menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah diperoleh dari postingan akun *TikTok* @okisetianadewi_official.

²² Umar, Suryadi Bakry, *Pemanfaatan Metode Etnografi Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional*, Jurnal Global & Strategis, No. 1, 2011, hlm. 22-23.

3. Metode Pengumpulan Data

Bentuk metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dalam riset ini ialah:

a) Observasi

Observasi pada sebuah riset yang dilaksanakan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi, sehingga pada prosesnya peneliti harus terlibat ke lapangan sembari mengamati gejala-gejala alam. Studi ini dilakukan secara sistematis tentang fenomena sosial di lingkungan sekitar kita.²³ Mengidentifikasi tempat yang akan diteliti merupakan proses awal pada observasi agar mendapatkan gambaran secara global mengenai subjek riset. Inilah keunggulan yang dimiliki pada teknik observasi karena pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini terdapat keterangan yang bersifat valid yang telah diperoleh dari wawancara.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses penting lainnya yang menyediakan informasi mengenai topik riset. Teknik dokumentasi dapat diperoleh dari laporan-laporan atau catatan tertentu, buku, jurnal, internet, atau dokumen lain yang menunjang pelaksanaan penelitian.²⁴

²³ Tarjo, *Metode penelitian sistem 3x Baca*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 93.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2011), hlm. 137.

4. Teknik Analisis Data

Prosedur netnografi dilakukan dalam beberapa langkah, diantaranya yaitu:²⁵

- a. Merancang dan menentukan objek penelitian: komunitas digital untuk mempelajari dan mengakses komunitas forum online: menentukan pertanyaan penelitian, situs media sosial untuk dipelajari atau topik penelitian untuk dipelajari. Peneliti harus belajar sebanyak mungkin tentang forum, kelompok, dan peserta individu untuk memahami.
- b. Pengumpulan data: dua jenis data harus dikumpulkan dan dikontekstualisasikan: a) data yang peneliti salin langsung dari interaksi komputer anggota komunitas online dan dari pengamatan komunitas dan anggotanya; (b) informasi yang ditulis oleh peneliti tentang pengamatannya terhadap komunitas, anggotanya, interaksi dan maknanya.
- c. Analisis dan interpretasi data: data yang dikumpulkan dapat dipercaya, membuat klasifikasi, analisis kode dan kontekstualisasi tindakan komunikatif. Peneliti berusaha memahami perilaku online, bukan diri mereka sendiri. Dalam teknik analisis data, peneliti netnografi berusaha melakukan:
 1. *Coding*, yaitu penamaan fenomena umum.

²⁵ Ido, Prijana Hadi, *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)*, (Depok: PT Rajagrafindo persada, 2020), hlm. 79-80.

2. Perhatikan, yaitu mencerminkan informasi.
 3. Abstraksi, yaitu. mengidentifikasi kesamaan dan urutan interaksi dan perbedaan.
 4. Tinjauan dan penyempurnaan, yaitu kembali ke lapangan untuk meninjau dan menyempurnakan pemahaman yang ada tentang pola, perbedaan, dan persamaan.
 5. Generalisasi, yaitu. menggambarkan generalisasi kecil yang mengandung atau menjelaskan konsistensi kumpulan data.
 6. Membangun teori dari temuan melalui teori, tujuannya adalah untuk memperoleh penjelasan demi kesinambungan informasi.
- d. Etika penelitian: a) peneliti harus mengungkapkan sepenuhnya keberadaannya, afiliasinya, dan niatnya kepada anggota komunitas online selama penelitian berlangsung; b) para peneliti harus memastikan kerahasiaan dan anonimitas informan; dan c) peneliti harus mencari dan memasukkan umpan balik dari anggota komunitas online yang sedang diteliti; d) Peneliti harus mengambil sikap hati-hati pada isu medium pribadi versus publik. Prosedur ini mengharuskan peneliti untuk menghubungi anggota masyarakat dan untuk mendapatkan izin mereka untuk menggunakan postingan tertentu yang akan dikutip secara langsung dalam penelitian.
- e. *Member check*: mengirimkan sebagian atau seluruh hasil laporan akhir penelitian kepada subjek penelitian untuk dimintai komentar.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan pemahaman yang lebih mudah ditangkap oleh pembaca, maka perlu dijelaskan deskripsi sistematika penulisannya tergolong ke dalam lima bab yaitu:

BAB I : diawali dengan pendahuluan, pada tahap ini bahasan yang tercakup didalamnya meliputi latar belakang permasalahan, formulasi masalah, tujuan dilakukannya penelitian, kegunaan dari penelitian, kajian literatur, landasan pemikiran, metode penelitian, dan terakhir sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori yang membahas mengenai definisi strategi dakwah, dakwahtainmen, bagaimana dakwahtainment @okisetianadewi_official dalam *TikTok*, bagaimana strategi dakwahtainment @okisetianadewi_official dalam *TikTok*.

BAB III : Data laporan hasil penelitian yang meliputi profil akun @okisetianadewi_official, serta data temuan postingan video pada akun TikTok @okisetianadewi_official.

BAB IV : Analisis data, yaitu analisis penulis terhadap pemahaman strategi dakwahtainmen melalui media TikTok pada akun TikTok @okisetianadewi_official dan juga mengenai hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah.

BAB V : Penutup sebagai tahapan akhir mencakup kesimpulan penelitian, jawaban dan saran atas rumusan masalah berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi dakwahtainment pada akun *TikTok* @okisetianadewi_official dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Strategi Dakwahtainment Oki Setiana Dewi

Oki Setiana Dewi dalam akun @okisetianadewi_official mengoptimalkan aplikasi *TikTok* untuk menyampaikan pesan dakwah, dengan menggunakan kelebihan *TikTok* yaitu tampilan visual yang menarik. Dengan tampilan tersebut, Oki menyampaikan pesan dakwah yang tetap berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits dengan konten berkisar dakwah ajaran Islam, melalui ciri khasnya yakni menyampaikan suatu nasihat dengan cerita teladan, berkenaan dengan aqidah, syariat dan akhlak atau muamalah dengan tujuan agar mudah diterima oleh pengguna aplikasi *TikTok* sebagai mitra dakwah.

2. Isi Pesan dakwah Oki Setiana Dewi

Pesan akidah berupa meyakini bahwa Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya dan meyakini bahwa segala sesuatu yang terjadi atas kehendak Allah SWT.

Pesan syariah berupa dalam keadaan suka maupun duka tetap bertaqwa kepada Allah SWT, menjalankan perintah dan menjauhi

segala larangan-Nya. Allah SWT memerintahkan untuk tidak berlarut dalam kesedihan dan tidak berlebihan ketika merasakan kebahagiaan.

Pesan akhlak berupa berserah diri kepada Allah dan mengingat kebesaran-Nya saat mendapat ujian, menginfakkan sebagian hartanya untuk orang yang membutuhkan, bersabar dan menahan amarah, menyedekahkan harta di jalan Allah SWT.

3. Interaksi simbolik yang berkembang pada akun *TikTok* @okisetianadewi_official:
 - a) Konsep diri (*self*), yakni komentar yang ditulis oleh para pengikut akun @okisetianadewi_official merupakan komentar yang dilakukan secara sadar atas inisiatif sendiri (*self*), dan merupakan pendapat pribadi.
 - b) Konsep perbuatan (*action*), yakni ketika admin memposting konten berupa informasi, pengikut berkomentar, dan menyukai postingan dari akun @okisetianadewi_official.
 - c) Konsep objek (*object*), yakni akun @okisetianadewi_official yang merupakan objek sosial dimana pengikut atau pengguna instagram dapat menemukan informasi serta dapat saling berpendapat didalamnya.
 - d) Konsep interaksi sosial (*social interaction*), yakni akun @okisetianadewi_official yang membuat konten video sebagai komunikator dan pengikut sebagai anggota komunitasnya berperan

sebagai komunikasi, didalamnya akan terjadi interaksi akibat pertukaran informasi dan saling berpendapat.

- e) Konsep tindakan bersama (*joint action*), yakni terdapat komentar mention yakni pengikut akun @okisetianadewi_official memanggil pengguna lain pada komentar dengan maksud agar pengguna lain melihat isi video tersebut.

Berdasarkan hasil temuan data. Hal ini memberikan pemahaman kepada penulis, bahwa budaya yang terbentuk dalam dakwah Oki yakni interaksi yang saling mendukung, mengingatkan antar anggota komunitas dan saling mendo'akan agar bisa memperbaiki diri, sehingga membentuk pribadi yang lebih baik. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap konten Oki cenderung positif dan banyak komentar yang mengapresiasi nilai-nilai positif dalam konten dakwahnya.

Dakwah virtual melalui sosial media memiliki segmentasi pendengar yang luas. Masyarakat Indonesia menjadi pengguna *smartphone* terbanyak keempat di dunia yang aktif di media sosial, sehingga hal ini menjadi peluang besar untuk menyebarkan dakwah islam kepada seluruh masyarakat. Namun, dengan adanya kekuatan dan peluang yang ada, terdapat pula kelemahan dan ancaman yang harus diperhatikan.

B. Saran

1. Peneliti selanjutnya

Riset ini akan mempunyai kelemahan, yaitu hanya melihat salah satu sudut kehidupan Oki yakni dari media sosial. Riset ini lebih menarik jika mengulik aktivitas harian dari Oki, agar bisa terlihat cara dakwah di media sosial *TikTok* dan secara langsung.

2. Bagi pendakwah

Pendakwah idealnya selalu *update* dengan zaman, Para da'i harus bisa menyesuaikan dengan kondisi masyarakat dan menggunakan media dakwah yang tepat untuk menyebarkan dakwah islam.

3. Bagi lembaga pendidikan

Pendidikan seharusnya bukan hanya menggunakan media konvensional dalam melaksanakan proses pendidikan. Riset ini merekomendasikan penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran.

- Maun. 2021. *Etika Sabar Dalam Berdakwah Perspektif Syaikh Ali Mahfudz*, Jasna : *Journal For Aswaja Studies*.
- Miskahuddin. 2020. *Konsep Sabar dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Ilmiah Al Mu'ashirah.
- Mukhamad Najib. Musa Hubeis. 2008. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Muniruddin, 2018. *Bentuk Zikir Dan Fungsinya Dalam Kehidupan Seorang Muslim*.
- Nina. 2011. *Kajian Tentang Interaksi simbolik*, Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Isipol Uma.
- Nofiaturrahma, Fifi. 2017. *Penanaman Karakter Dermawan Melalui Sedekah, Ziswaf*.
- Parenting Islami. 2022. 13 Hadis tentang Menghargai Waktu dan Keutamaannya, Salah satunya Jangan Menyia-nyiakan Waktu! di akses melalui <https://www.orami.co.id/magazine/hadis-tentang-menghargai-waktu> pada 31 maret 2023.
- Punima, Ach. 2018. *Keutamaan Menjaga Lisan Dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Yustitia*.
- Putri, Devina Isaura, et al., 2022. *Efektivitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube : Oki Setiana Dewi*, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Institute Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Al-Ittishal.
- Randani, Yulia Nafa Fitri. Safrinal. et al. 2021. *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*. Jurnal Mahasiswa FIAI-UII. At-Thullab.
- Salsabila, Rahma. 2022. *Marah, Pilih Melampiaskan atau Diam saja?*. Diakses melalui <https://jatim.nu.or.id/keislaman/marah-pilih-melampiaskan-atau-diam-sajaIzqIn#:~:text=Artinya%3A%20Janganlah%20marah%2C%20maka%20bagimu%20surga.&text=Artinya%3A%20Barangsiapa%20yang%20menahan%20amarah> pada 31 maret 2023.
- Sholeh, Moh. 2023. *Pentingnya Memperbanyak Dzikir kepada Allah* <https://jombang.nu.or.id/hikmah/pentingnya-memperbanyak-dzikir-kepada-allah-uZFt5> pada 31 maret 2023.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif , Kualitatif dan R&D*. Jakarta : Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sulianta, Feri. 2022. *Netnografi metode penelitian etnografi digital pada masyarakat modern*, Yogyakarta : ANDI.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya : Al Ikhlas.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian Sisem 3x Baca*. Yogyakarta: Deepublish.
- UKM ASC. 2021. Sahabat Rasulullah SAW yang Masuk Surga dengan Keadaan Merangkak diakses melalui <http://asc.ukm.um.ac.id/sahabat-rasulullah-saw-yang-masuk-surga-dengan-keadaan-merangkak/> pada 31 maret 2023.
- Zaidallah, Alwisral Imam. 2005. *Strategi Dakwah dalam membentuk Da'I dan Khotib Profesiona*. Jakarta : Kalam Mulia.