

**ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM KONTEN VIDEO
TIKTOK USTADZ HANAN ATTAKI**

SKRIPSI

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



HAFIZHAH SALSABILA

NIM. 3421044

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
AKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM KONTEN VIDEO
TIKTOK USTADZ HANAN ATTAKI**

SKRIPSI

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



Oleh :

HAFIZHAH SALSABILA

NIM. 3421044

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
AKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafizhah Salsabila

NIM : 3421044

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"Etika Komunikasi Dakwah dalam Konten Video Tiktok Ustadz Hanan Attaki"** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 2 Mei 2025

Yang Menyatakan,

A red postmark stamp from Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan is visible. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN' and 'MEYERANI TEMPEL'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp. The number 'F1AMX385225234' is printed at the bottom of the stamp.

Hafizhah Salsabila
NIM. 3421044

NOTA PEMBIMBING

Hj. Vyki Mazaya, M.S.I
Desa Besito RT. 04 RW. 04 Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus

Lamp: 4 (empat) eksemplar
Hal: Naskah Skripsi Sdri. Hafizhah Salsabila
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Hafizhah Salsabila

NIM : 3421044

Judul : Etika Komunikasi Dakwah dalam Konten Vidio Tiktok Ustadz Hanan Attaki

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

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 Mei 2025

Pembimbing



Hj. Vyki Mazaya, M.S.I
NIP. 199001312018012002



**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 : **HAFIZHAH SALSABILA**

NIM : **3421044**

Judul Skripsi : **ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM KONTEN
VIDEO TIKTOK USTADZ HANAN ATTACKI**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 19 Mei 2025 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

Penguji II


Mukovinah, M.Sos
NIP. 199200202019032016


Lia Afiani, M.Hum.
NIP. 198704192019032008

Pekalongan, 7 Juli 2025

Disahkan Oleh :

Dekan




Rizki Nur Harwati, M. Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. 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.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	B	b	-
ت	T	t	-
ث		s	s (dengan titik di atasnya)
ج	J m	j	-
ح	H	h	h (dengan titik di
خ	Kh	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	al	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	R	r	-
ز	Zai	z	-
س	S n	s	-
ش	Sy n	sy	-
ص	d		s (dengan titik di

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	D d	d	d (dengan titik di
ط		t	t (dengan titik di
ظ	Z	z	z (dengan titik di
ع	'Ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	F	f	-
ق	Q f	q	-
ك	K f	k	-
ل	L m	l	-
م	M m	m	-
ن	N n	n	-
و	W wu	w	-
هـ	H	h	-
ء	Hamzah		apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Y	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. T Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jam 'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *kar matul-auly*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + y tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + w wu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a antum*

مؤنث ditulis *mu anna*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura n*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Sy ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Isl m* atau *Syakhul-Isl m*

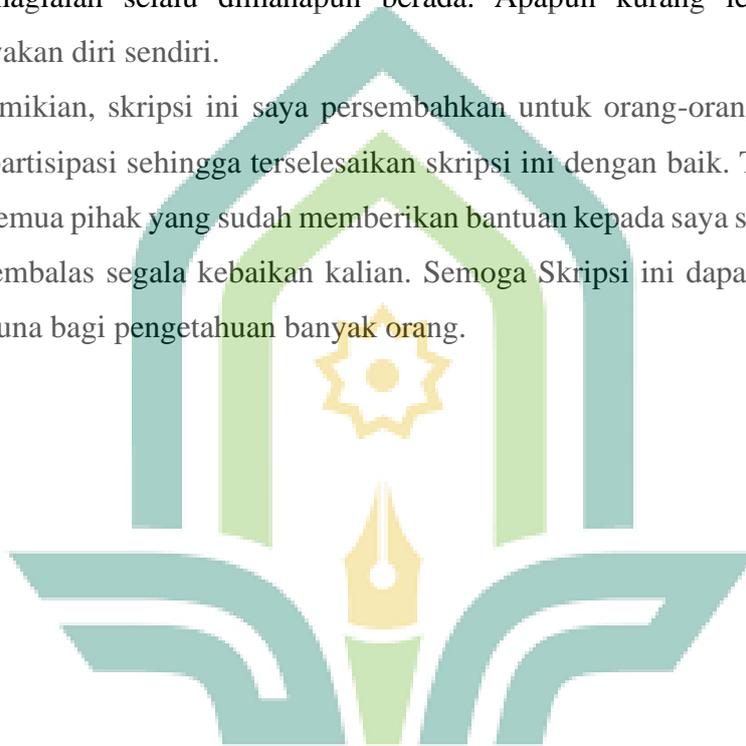
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbi 'alamin Puji syukur Kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunianya, sehingga Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini dapat selesai tepat waktu. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan untuk orang-orang hebat yang selalu memberikan semangat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Kusmiyati dan Bapak Wahmu terima kasih atas cinta yang tanpa batas dan doa yang selalu menyertai. Terimakasih atas lantunan do'a yang selalu dilantunkan kepada Allah agar saya bisa mewujudkan cita-cita. Kesabaran, pengorbanan dan dukungan kalian adalah selalu menyemangati saya dalam hal apapun. Tanpa kalian, semua ini tidak mungkin terwujud.
2. Kepada kakakku Anggoro Asih, Dini Isnaini dan Iwan suryawan yang selalu menjadi panutan, dan selalu memberikan semangat kepada adiknya dalam segala hal.
3. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan keikhlasan. Terimakasih telah menjadi pembimbing yang luar biasa, yang selalu menginspirasi saya untuk terus maju terima kasih atas bimbingan, waktu dan semangat motivasi dapat memberikan bimbingan serta pengarahan agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga ilmu dan kebaikan yang bapak berikan menjadi amal baik yang tak terputus. Aamiin.
4. Kepada seseorang yg penulis temui di tahun 2021, terimakasih telah menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan saya dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini. Selalu memberikan semangat, dukungan, tenaga, pikiran serta menjadi pendengar yang sabar dalam setiap keluh kesah yang saya hadapi dan juga selalu menghibur penulis dalam kesedihan. Saran dan solusi yang membantu saya melewati setiap tantangan, membuat saya tetap berjuang hingga tahap terakhir.
5. Teman-teman satu angkatan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjuang bersama-sama.

6. Terakhir Untuk diri saya sendiri, Hafizhah Salsabila. Apresiasi sebesar-besarnya karena mampu bertahan sampai sekarang. Terimakasih karena tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering menangis, mengeluh atas apa yang diusahakan, namun terima kasih anak perempuan bungsu ini selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, berbahagialah selalu dimanapun berada. Apapun kurang lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Demikian, skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang telah ikut berpartisipasi sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuan kepada saya semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pengetahuan banyak orang.



MOTTO

قَالَ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ٥

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit.”



ABSTRAK

Salsabila, Hafizhah 2025 *Etika Komunikasi Dakwah dalam Konten Vidio Tiktok Ustadz Hanan Attaki*. Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing HJ. Vyki Mazaya, M.S.I.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Dakwah di Media Sosial, Tiktok, Ustadz Hanan Attaki.

Penelitian ini membahas tentang etika komunikasi dakwah dalam video ceramah Ustadz Hanan Attaki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam dalam penyampaian dakwah di media digital. Latar belakang dari penelitian ini adalah pentingnya dakwah disampaikan dengan cara yang baik dan sesuai syariat agar pesan dapat diterima secara optimal oleh masyarakat.

Rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi dakwah yang dilakukan ustadz hanan attaki di media sosial tiktok; Bagaimana penerapan etika komunikasi dakwah ustadz hanan attaki dalam memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan metode analisis isi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi berupa Screenshoot postingan video dan observasi isi video ceramah. Penelitian kualitatif ini berperan menganalisis serta menyajikan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki telah menerapkan etika komunikasi dakwah dalam memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah. Setiap prinsip ini tercermin dari pilihan kata, gaya penyampaian, serta pendekatan emosional yang digunakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media digital dapat dilakukan secara etis, efektif dan berdampak positif jika sesuai dengan nilai-nilai komunikasi Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM KONTEN VIDIO TIKTOK USTADZ HANAN ATTAKI” Shalawat serta salam selalu tercurah kepada suri tauladan kita Rasulullah SAW, suri tauladan bagi para umatnya dan selalu kita nantikan Syafaatnya pada hari kiamat kelak. Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan di dalamnya. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu HJ. Vyki Mazaya, M.S.I. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dan dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan dan arahan, motivasi kepada saya

selama menjadi mahasiswa Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan senantiasa memberikan semangat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Mukoyimah, M. Sos. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. UIN Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Teman-teman seperjuangan khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021 yang memberikan motivasi dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan harapan semoga Allah SWT, meridhoi dan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, Mei 2025



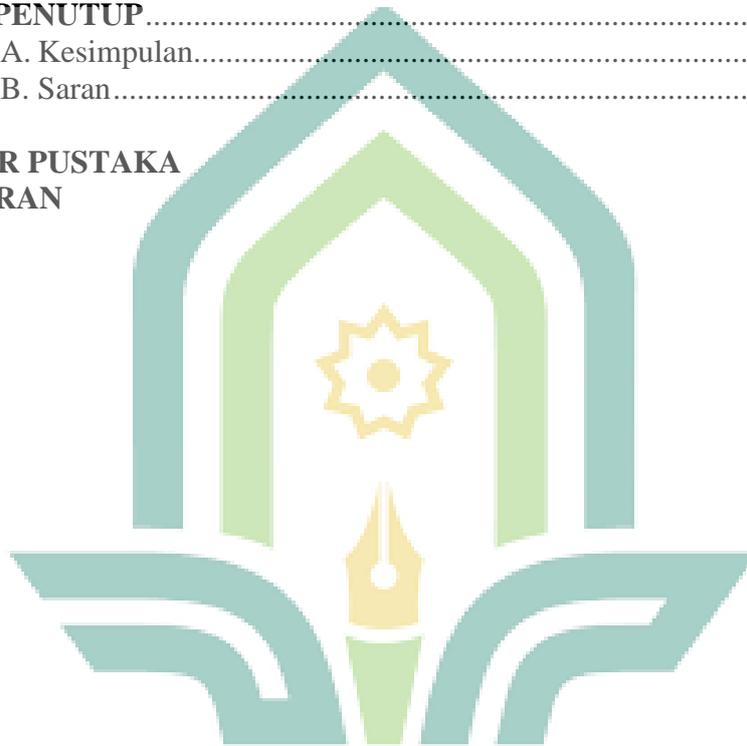
Hafizhah Salsabila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Penelitian Relevan	17
G. Kerangka Berpikir	21
H. Metodologi Penelitian	23
I. Sistematika Pembahasan	27
BAB II ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH, VIDIO TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH, TEORI STIMULUS DAN RESPON	29
A. Etika Komunikasi Dakwah	29
1. Definisi Etika Komunikasi Dakwah	29
2. Komunikasi Dakwah	34
3. Metode Dakwah	35
B. Tiktok Sebagai Media Dakwah	38
1. Tiktok	38
2. Perkembangan Dakwah Melalui Tiktok	42
3. Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Karakteristik Dakwahtainment)	45
4. Segmentasi dan Eektivitas Dai Dalam Berdakwah Melalui Tiktok	49
C. Teori Stimulus Respon	52

BAB III GAMBARAN UMUM ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKE DI AKUN TIKTOK @AM.EVENT.....	55
A. Biografi Ustadz Hanan Attaki.....	55
B. Akun TikTok Ustadz Hanan Attaki	58
BAB IV ANALISIS ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH STIMULUS DAN RESPON DI DALAM KONTEN VIDEO TIKTOK USTADZ HANAN ATTAKE DAN MAD’U	130
A. Analisis Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Tiktok.....	130
B. Analisis Penerapan Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Memenuhi Prinsip-Prinsip Komunikasi Dakwah.....	160
BAB V PENUTUP.....	211
A. Kesimpulan.....	211
B. Saran.....	212

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Transkripsi postingan video Tiktok pada akun @am.even periode 1-31 Januari 2025.	62
Tabel 3.2	Postingan berjudul Tidak akan sia-sia ketika bersabar.	64
Tabel 3.3	Postingan berjudul Puncak kemarahan Allah.....	67
Tabel 3.4	Postingan berjudul Dalam kehidupan, ada sedikit ruang yang Allah kasih agar kita tetap meminta dan berdoa kepada Allah.	70
Tabel 3.5	Postingan berjudul Istiqomah dalam berdoa= istiqomah beribadah.	74
Tabel 3.6	Postingan berjudul Ternyata menjaga jarak adalah salah satu perintah dari Allah.....	77
Tabel 3.7	Postingan berjudul Membaca kisah para nabi dan orang sholeh sebelum kita, bisa jadi referensi untuk lebih bisa bersyukur kehidupan. .	80
Tabel 3.8	Postingan berjudul Sesungguhnya balasan yang besar ada bersama dengan ujian yang besar. Siapa yang ridho, maka baginya ridho Allah.	85
Tabel 3.9	Postingan berjudul Yakin sama Allah ketika menghadapi ujian... ..	90
Tabel 3.10	Postingan berjudul Fase jenuh, kehilangan motivasi, dan ga pengen ngelakuin apapun itu wajar. Punya lifestyle tawazun biar semangatnya balik lagi.....	93
Tabel 3.11	Postingan berjudul Yang membuat kita tenang menghadapi ujian.	97
Tabel 3.12	Postingan berjudul Bertaqwa adalah kunci agar kita diberikan jalan keluar sama Allah.....	99
Tabel 3.13	Postingan berjudul Para nabi pun bertahan dalam ujian yang berat, dan akhirnya Allah berikan keajaiban.....	102
Tabel 3.14	Postingan berjudul Berserah diri ke Allah.	105
Tabel 3.15	Postingan berjudul Mengambil tanggung jawab bagi laki-laki adalah kehormatan.....	107
Tabel 3.16	Postingan berjudul Para sahabat baca Al ikhlas karena cinta isinya Kita? Cuma hafal itu aja.	110
Tabel 3.17	Postingan berjudul Scrolling sambil makan bikin kita lupa menikmati dan bersyukur nikmat makanan.....	113
Tabel 3.18	Postingan berjudul Ikhtiar itu tugas kita, hasil itu urusan Allah.Jangan bebani diri dengan takaluf.....	116
Tabel 3.19	Postingan berjudul Sedekah setiap pagi adalah perisai dari musibah.	118
Tabel 3.20	Postingan berjudul Serahin semua ke Allah, karena dengan tawakal bikin mental lebih tenang.	121
Tabel 3.21	Postingan berjudul Ikhlas karena Allah, biar hati tetap tenang.....	124
Tabel 3.22	Postingan berjudul Musibah bukan sekedar ujian, tapi pelajaran dari Allah. Bersabar dan berbaik sangka. Hingga akhirnya kita melihatnya sebagai sebuah anugerah.	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar3.1	Sumber: https://www.tiktok.com/@am.event? t=ZS-8tdgf7RxXxC& r=1	58
Gambar 3.1	Sumber: https://www.tiktok.com/@am.event? t=ZS-8tdgf7RxXxC& r=1	64
Gambar 3.3	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KBRN1Q/	66
Gambar 3.4	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KkKSkc/	69
Gambar 3.5	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KkpV7p/	74
Gambar 3.6	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Kkwuvq/	77
Gambar 3.7	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSMGQXE5/	79
Gambar 3.8	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSM2rJ8Sw/	84
Gambar 3.9	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KmL8Pp/	90
Gambar 3.10	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Ka3qcV/	92
Gambar 3.11	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Kawcxb/	96
Gambar 3.12	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KmLhbF/	99
Gambar 3.13	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSMDVmXoU/	101
Gambar 3.14	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KaWssr/	104
Gambar 3.15	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KmF7Ex/	107
Gambar 3.16	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Katxs2/	110
Gambar 3.17	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KaveSK/	113
Gambar 3.18	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KaECgF/	115
Gambar 3.19	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KmShhf/	118
Gambar 3.20	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6KmXfHE/	121
Gambar 3.21	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Km9Ksn/	124
Gambar 3.22	Sumber: https://vt.tiktok.com/ZS6Kmfems/	126



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A., dakwah adalah usaha untuk mengajak orang-orang menuju kebenaran dalam cara yang bijak dan sesuai dengan perintah Allah untuk mencapai kesejahteraan dan perlindungan baik di dunia maupun di akhirat.¹ Dakwah adalah kewajiban bagi umat Islam sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Tujuan dari dakwah adalah untuk mendorong orang agar mengikuti perintah Tuhan dan menghindari larangannya. Agar tujuan ini tercapai, da'i (komunikator) perlu melakukan perencanaan, persiapan, dan pertimbangan yang baik, serta harus menerapkan prinsip dan etika dalam proses berdakwah.

Nilai atau norma yang telah disetujui dan dijadikan sebagai pedoman dalam perilaku manusia disebut etika.² Dalam definisi lain mengatakan, etika adalah suatu prinsip kebenaran yang diterapkan dalam kehidupan manusia.³ Sebagai makhluk yang hidup dimasyarakat, manusia membutuhkan norma-norma untuk mencapai hubungan sosial yang seimbang dan harmonis. Begitu pula dalam kegiatan dakwah, penetapan prinsip dan etika sangat penting sehingga pesan dakwah dipahami baik oleh mad'u (audiens dakwah) sesuai dengan tujuannya. Sehingga, da'i (juru dakwah) perlu memahami dan juga

¹ Amin, Samsul Munir. "Ilmu Dakwah (Jakarta: Amzah, 2009)." *Cet ke-1*.

² Sari, Afna Fitria. "Etika komunikasi." *TANJAK: Journal of Education and Teaching* 1.2 (2020): 127-135.

³ Fatimah, Siti Rohmatul. "Konsep Etika dalam Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 38.2 (2019): 241-249.

menerapkan prinsip serta etika dakwah agar kegiatan dakwah dapat berlangsung secara efektif.

Media sosial adalah platform *online* yang diakses melalui internet, yang mempermudah pengguna untuk berkomunikasi dan berbagi informasi yang dapat dijangkau oleh banyak khalayak.⁴ Media sosial merupakan salah satu bagian dari perkembangan teknologi perangkat (gadget) di era modern saat ini. Berbagai aplikasi jejaring sosial, seperti Twitter, WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, dan lainnya. Media sosial dapat diakses oleh setiap kalangan, termasuk remaja. Menurut hasil penelitian, sekitar 48,6% remaja berada dalam ketergantungan media sosial pada tingkat tinggi, sementara sebagian orang lainnya mengalami kecanduan pada tingkat yang lebih ringan.⁵

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi saat ini, manusia dapat mengakses informasi lebih cepat.⁶ Masyarakat di Indonesia memiliki tingkat pengguna internet yang sangat tinggi. Menurut hasil penelitian pada tahun 2024 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 79,5% penduduk Indonesia atau sekitar 221,5 juta jiwa merupakan pengguna internet yang aktif. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang berada di angka 78,19%. Survei ini dilakukan secara nasional terhadap 8.720 responden dari 38 provinsi di Indonesia. Peningkatan ini menegaskan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia,

⁴ Mafar, Fiqru. "Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur." *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 15.2 (2020): 167-180.

⁵ Aprilia, Rizki, Aat Sriati, and Sri Hendrawati. "Tingkat kecanduan media sosial pada remaja." *Journal of Nursing Care* 3.1 (2020).

⁶ Dyatmika, Teddy, Syamsul Bakhri, and M. Rikzam Kamal. "Hoax dan literasi media internet di era Covid-19." *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 4.1 (2021): 64-93.

baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan.⁷ Sebagian tertentu dari penduduk di Indonesia menggunakan internet sebagai sarana untuk mengakses media sosial. Banyak para pendakwah yang menyesuaikan metode dakwah mereka dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform dakwah. Salah satu platform media sosial yang sangat terkenal dan mempunyai jumlah pengguna yang besar adalah *TikTok*.

TikTok adalah platform aplikasi yang memudahkan penggunanya untuk mengupload video yang telah mereka produksi dan membagikannya ke aplikasi lain. Pengguna dapat mengekspresikan kreativitas mereka sesuai dengan imajinasi mereka karena aplikasi tersebut menyediakan fitur yang komprehensif dan mudah dioperasikan.⁸ Menurut laporan DataReportal per Januari 2025, Indonesia memiliki sekitar 108 juta pengguna aktif TikTok bulanan, Indonesia menempati posisi kedua setelah Amerika Serikat pengguna secara aktif *TikTok* terbanyak.⁹ Sementara itu, data Statista dari Juli 2024 menunjukkan bahwa Indonesia menembus angka 157,6 juta pengguna, menegaskan posisi negara dengan jangkauan pengguna TikTok terbesar secara global.¹⁰ Platform ini bisa menjadi kesempatan yang digunakan sebagai sarana platform untuk proses penyebaran dakwah. Namun, ada juga informasi yang tersebar di media sosial

⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Laporan Survei Internet APJII 2024: Profil Pengguna Internet Indonesia Tahun 2024*, (Jakarta: APJII, 2024), diakses 19 Juni 2025, <https://apjii.or.id/survei2024>.

⁸ Sari, Anggita Falestyana, and Lutfhi Ulfa Ni'amah. "TikTok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun TikTok@ baysasman00)." *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah* 2.1 (2022): 31-43.

⁹ DataReportal, *TikTok User Statistics 2025: TikTok Users by Country* (DataReportal), Januari 2025, diakses 19 Juni 2025, <https://datareportal.com>.

¹⁰ Statista, "Countries with the largest TikTok audience as of July 2024: Indonesia – 157.6 million," dalam *Countries with the largest TikTok audience*, Agustus 2024, diakses 19 Juni 2025, <https://statista.com>.

seringkali tidak tersaring dengan baik, sehingga banyak terjadi ketidakjelasan, termasuk penyebaran hoaks (berita bohong) yang marak di berbagai platform media sosial.¹¹ Pengguna media sosial TikTok sering berinteraksi satu sama lain melalui saling balas komentar. Para pengguna TikTok ini sering disebut sebagai netizen. Netizen berasal dari gabungan kata "warga" (citizen) dan "internet." Istilah ini didefinisikan sebagai warga internet atau warganet.¹² Komentar netizen termasuk dalam jenis komunikasi interpersonal. Menurut De Vito, komunikasi antar pribadi merupakan dimana seseorang menyampaikan pikiran dan perasaan hati kepada orang lain untuk mencapai tujuan supaya orang tersebut mengetahui, mengerti, dan melakukan tindakan.¹³ Komentar netizen ditujukan dari satu akun pengguna TikTok kepada individu lain yang membuat konten TikTok. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ini merupakan bentuk komunikasi dari individu ke individu lainnya, yang disebut sebagai komunikasi interpersonal. Komentar netizen tentu bervariasi, ada yang tampak positif dan ada juga yang sebaliknya. Hal ini mencerminkan etika netizen yang dapat terlihat dari kata-kata mereka. Isu negatif yang sering menyebar menunjukkan bahwa ucapan netizen perlu dijaga, terutama di media sosial TikTok yang dapat dijangkau oleh banyak pengguna. Perlu diingat bahwa isu yang beredar belum tentu benar, sehingga penting untuk berhati-hati dalam

¹¹ Aditiawarman Mac. (2019). Hoax dan Hate Speech Di Dunia Maya. Jakarta: Tonggak Tuo

¹² Hafied Cangara, Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012), h.22

¹³ Harapan, E., & Ahmad, S. (2016). Komunikasi Antar Pribadi Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan. CV. Rajawali Pers

berkomentar.¹⁴ Hal ini terlihat dari laporan dengan judul 'Digital Civility Index (DCI)', yang menunjukkan bahwa netizen Indonesia menempati posisi paling rendah di Asia Tenggara, menandakan tingkat kesopanan terendah di wilayah tersebut.¹⁵ Menurut Digital Civility Index (DCI), tingkat sopan santun masyarakat Indonesia semakin menurun.¹⁶ Dalam Islam, sangat penting bagi umat Muslim untuk menjaga lidah mereka agar tidak menyakiti atau merugikan orang lain dengan komentar negatif. Etika berbicara yang baik dan penuh penghormatan adalah bagian dari ajaran Islam yang mengutamakan keharmonisan dalam hubungan dengan orang lain.¹⁷ Rasulullah Muhammad SAW mengajarkan bahwa perkataan yang buruk dan menyakiti adalah tindakan yang tidak diterima dalam agama. Oleh karena itu, umat Muslim dianjurkan untuk memilih kata-kata dengan bijaksana dan menghindari komentar negatif yang dapat melukai perasaan atau reputasi orang lain.

Prinsip-prinsip *Qaulan Ma'rufan* (nasihat yang baik) dan *Qaulan Kariman* (ungkapan yang hormat) tidak hanya berlaku dalam konteks agama Islam, tetapi juga dapat diterapkan secara umum untuk menciptakan komentar yang lebih positif dan konstruktif dalam berbagai lingkungan, baik online maupun offline. Penerapan prinsip-prinsip ini dapat membantu menciptakan lingkungan

¹⁴ Kartika Aulia, P. W. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui Tiktok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 146- 155.

¹⁵ *Digital Civility Index Microsoft. (2021). Wave 6 Digital Civility Report: Final Report. United States: Microsoft.*

¹⁶ Indonesiabaik.id. (2021). Benarkah Netizen Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia? Retrieved from Indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/benarkah-netizen-indonesiapaling-tak-sopan-se-asia>

¹⁷ Ayu Rochmatulloh Ramdani, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Studi Deskriptif Pengelolaan Media Sosial Instagram melalui Quiz Time di Instastory Akun X. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 106–113. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.572>

komunikasi yang lebih positif, bermartabat, dan bermanfaat di ruang digital. Dengan menerapkan etika komunikasi netizen yang didasarkan pada prinsip *Qaulan Ma'rufan* dan *Qaulan Kariman*, netizen dapat berkontribusi dalam membangun interaksi yang lebih harmonis dan saling menghormati di dunia digital.

Content creator yang menggunakan aplikasi *TikTok* untuk aktivitas dakwah adalah salah satunya Ustadz Hanan Attaki, dengan *username* @am.event yang memiliki 5,3 juta pengikut aktif. Dalam video dakwahnya Hanan Attaki menerapkan prinsip dan etika komunikasi dakwah agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan direspon secara baik dari *viewers* yang menjadi *mad'unya*.¹⁸

Pada masa konvergensi sekarang ini, sosial media banyak digunakan oleh para dai untuk menyebarkan pesan dakwah, seperti dai milenial pada sosial media salah satunya yakni Ustadz Hanan Attaki, beliau telah mengimplementasikan etika komunikasi dakwah yang berkaitan dengan enam prinsip komunikasi, yakni *qaulan sadidan*, *qaulan balighan*, *qaulan maysura*, *qaulan layyinan*, *qaulan kariman* dan *qaulan ma'rufan*. Enam prinsip tersebut menjadi dasar pijakan dan standardisasi etika komunikasi dakwah.¹⁹ Etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan dai pada umumnya. Perbedaan

¹⁸ Elen Inderasari, Bini Lestari, and Ferdian Achsan, "Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram (*The Usage of Language by Ustaz Hanan Attaki on Instagram Social Media*)," *Jalabahasa* 15, no. 1 (2020): 4,

¹⁹ Ariani, Anita. "Standarisasi dan Dasar Pijakan Etika Komunikasi Dakwah." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 28 (2015): 1-14.

tersebut terletak pada cara penyampaian pesan dakwah yang lebih menyesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda di era digital. Ustadz Hanan Attaki memiliki suara yang lembut, merdu, dan istimewa sehingga dapat meluluhkan hati pendengarnya. Selain itu, beliau memilih untuk berpenampilan modis seperti pemuda dengan mengenakan celana, kemeja kotak-kotak, dan cupluk, yang berbeda dari gaya berpakaian para penceramah umumnya yang sering memakai sarung, jubah, dan surban. Pendekatannya ini bertujuan agar remaja melihatnya sebagai teman bukan sebagai guru.²⁰ Topik dakwah yang beliau sampaikan juga ditujukan untuk kalangan muda atau disesuaikan dengan masalah- masalah yang sedang menjadi perhatian utama di kalangan anak muda.²¹ Dakwahnya tidak diadakan di masjid atau tempat ibadah lainnya, melainkan diselenggarakan di balai pertemuan atau hall hotel di setiap kota yang dikunjungi. Ustadz Hanan Attaki menggunakan metode dakwah dengan cara sesi tanya jawab dengan audiens, panitia, dan narasumber, metode dakwah tersebut berbeda dengan para dai lainnya yang umumnya menggunakan pendekatan formal dan ceramah satu arah. Dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok sebagai sarana penyebaran dakwah, Ustadz Hanan Attaki mampu menggabungkan nilai-nilai etika Islam dengan pendekatan komunikasi yang lebih interaktif dan sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, etika komunikasi yang diterapkan oleh beliau menjadi contoh penerapan dakwah yang

²⁰ Rosidi, et. al. Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23, no.1(2023): 21–36, <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698>.

²¹ Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. Dakwah melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki), *Jurnal Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 5, no.3 2020.

konvergen, yaitu menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan perkembangan media dan perilaku komunikasi modern.²²

Dakwah yang disebarakan melalui media sosial terdiri dari video pendek yang membahas tema tertentu, yang selanjutnya digabungkan menjadi konten Tiktok yang menampilkan kutipan pesan dakwah dari Ustadz Hanan Attaki, atau bahkan hanya berupa kumpulan video pendek yang digabungkan dalam satu video dokumenter. Di media sosial, dakwah ini bersifat satu arah, tanpa adanya interaksi langsung dengan mad'u. Biasanya, mad'u merespons tanggapan melalui like, komentar, atau dengan membagikan, menyebarkan pesan dakwah dengan menggunakan fitur cerita.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas, penulis menyimpulkan beberapa rumusan masalah antara lain :

1. Bagaimana komunikasi dakwah yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki di media sosial tiktok ?
2. Bagaimana penerapan etika komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Proposal penelitian ini penulis susun agar mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana etika komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki di media sosial tiktok.

²² Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. Dakwah melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki), *Jurnal Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 5, no.3 2020.

2. Untuk mengetahui bagaimana Ustadz Hanan Attaki memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Manfaat dari teori penelitian kali ini untuk menambah pengetahuan secara teoritis tentang prinsip dan etika komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Conten Creator Da'I di Tiktok
- b. Penelitian ini sebagai referensi untuk peneliti berikutnya yang berhubungan dengan prinsip dan etika komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Conten Creator Da'I di Tiktok
- c. Penulis juga mengharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang bagaimana cara beretika dakwah dimedia sosial.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi peneliti lain
Penulis berharap penelitian ini bisa memudahkan penelitian lain khususnya kepada mahasiswa sebagai bahan referensi atau acuan untuk penelitian lain yang sama-sama mengangkat topik tersebut.

- b. Bagi masyarakat

Diharapkan penelitian yang dibuat ini dapat memberikan edukasi mengenai pentingnya prinsip dan etika berdakwah dimedia sosial agar nantinya tidak terjadinya konflik dalam berdakwah.

E. Landasan Teori

1. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara dakwah yang disampaikan kepada individu, kelompok, atau masyarakat umum agar materi dakwah dapat diterima dengan baik. Pendekatan ini harus disesuaikan secara cermat dengan kondisi dan latar belakang mad'u selaku penerima pesan, sehingga efektivitas dakwah dapat tercapai.²³ "Metode" terdiri dari dua kata dalam bahasa, "meta", yang berarti "melalui", dan "hodos", yang berarti "jalan cara". Oleh karena itu, kita dapat mengartikan metode sebagai jalan atau cara yang harus dilakukan untuk menghasilkan suatu maksud tertentu.²⁴ Menurut beberapa ilmuwan, beberapa definisi dakwah adalah sebagai berikut ini: Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah merupakan upaya untuk mengajak umat untuk berkomitmen dalam mengajarkan kebaikan dan mengikuti petunjuk ilahi, dengan tujuan mendorong mereka untuk melaksanakan kebaikan dan menjauhkan diri dari segala hal yang buruk. Dengan demikian, dakwah bertujuan untuk membawa mereka meraih kebahagiaan, baik dalam kehidupan duniawi maupun di akhirat kelak, melalui arahan yang berlandaskan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang pendakwah harus bisa menyesuaikan sasaran dakwahnya dan menyampaikan dakwahnya dengan metode dakwah. Firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 125 menjelaskan tentang pentingnya metode dalam berdakwah yang berbunyi:

²³ Safroedin Malimi, *Etika Dakwah Dalam Persepektif Al-Qur'an Antara Ideallitas Qur'an dan Realita Sosial*, (Semarang : Walisongo Press, 2008) Hlm 76.

²⁴ Munzier Suparta, *Metode Dakwah Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2008) Hlm 54.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.²⁵

Dalam ayat 125 dari surat an-Nahl dapat dipahami bahwa metode dakwah itu mencakup empat golongan, yaitu

a. Al-Hikmah

Menurut Ibnu Rusyd, dakwah dengan Hikmah artinya dakwah dengan pendekatan substansi yang mengarah pada falsafah dengan nasihat yang baik, yang berarti retorika yang efektif dan populer, serta argumentatif. Dakwah al-Hikmah, yang berarti dakwah bijak, mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, situasi, dan kondisi mad’u (muqtadha al-hal).²⁶ Dakwah al-Hikmah dapat disimpulkan dengan ajakan atau seruan kepada jalan Allah dengan pertimbangan ilmu pengetahuan seperti bijaksana, adil, sabar dan penuh ketabahan, argumentatif, selalu memperhatikan keadaan mad’u.²⁷

²⁵ M. Quraish Shihab, Tafsir al Misbah: Pesan, Kesan dan Kerasiaan Al-Qur’an, Volume 7, (Jakarta: Lentera Hati, 2022), hlm.389

²⁶ Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur’an* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 164

²⁷ Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah edisi revisi*. Prenada Media hlm. 392

b. Al-Mau'idzah Al-Hasanah

Al-Mau'idzah al-Hasanah merupakan ucapan yang berisi nasihat yang baik dan bermanfaat bagi orang yang mendengarkannya. Atau argument-argumen yang memuaskan sehingga pihak audiens dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah.²⁸

c. Al- Jidal Allati Hiya Ahsan

Metode dakwah al- Jidal allati hiya ahsan merupakan aktivitas dakwah dengan jalan berbantahan, diskusi, berdebat dengan argumentasi yang kuat. Tetapi semua hal tersebut dilandasi dengan cara yang baik, saling menghormati antara satu dengan lainnya, antara kelompok yang satu dengan kelompok lainnya dengan etika dan tatakrama dengan tujuan seorang da'i harus selalu memperbaiki pemahaman yang tidak sesuai dan menolak pandangan yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah.²⁹

2. Etika Dalam Dakwah

Menurut Toha Yahya Omar, etika dakwah adalah tindakan nyata yang dilakukan dengan niat baik. Beliau menekankan bahwa etika dakwah sangat terkait dengan perilaku sehari-hari dan tata cara yang harus diikuti oleh para pendakwah.³⁰ Menurut H.A. Mustafa, etika adalah pengetahuan yang mengkaji tindakan manusia untuk menentukan yang benar dan yang salah,

²⁸ Ali Musthofa Ya'kub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), hlm. 21.

²⁹ Ma'arif, B. S. (2010). *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. hlm.54

³⁰ Habibi, I. (2015). *Dakwah Humanis: Cinta, Toleransi dan Dialog Paradigma Muhammad Fethullah Gulen*(Irawan, Ed.; 1st ed.). A-Empat puri kartika Banjarsari Serang

dengan mempertimbangkan tindakan manusia berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari akal. W.J.S. Poerwadarminto juga mendefinisikan etika sebagai ilmu tentang prinsip-prinsip moral dalam berdakwah. Etika dalam dakwah pada dai mengacu pada enam prinsip yaitu *qaulan kariman* merujuk pada ucapan yang memiliki makna yang mulia.³¹ *Qaulan sadidan* berarti berbicara dengan kebenaran sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan As-Sunnah.³² *Qaulan balighan* memerlukan pemilihan kata yang lembut, jelas, dan langsung pada pokok permasalahan. Tujuannya adalah untuk meyakinkan orang lain tentang kebenaran suatu pengetahuan atau informasi baru secara efektif.³³ *Qaulan layyinan* dalam bahasa Arab berarti tutur kata yang lembut dan tidak kasar. Dengan menggunakan *qaulan layyinan*, kita dapat membangun hubungan yang lebih harmonis dan meningkatkan pemahaman yang lebih baik antara diri kita dan orang lain.³⁴ *Qaulan maisuran* merujuk pada perkataan yang pantas dan mudah dipahami, komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan dicerna oleh orang lain. Tujuannya adalah agar perkataan disampaikan dengan tata bahasa yang jelas, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan dimengerti oleh audiens.³⁵ *Qaulan ma'rufa* mengacu

³¹ Anita Ariani, Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an", Fikiran Masyarakat, Vol, 4, No. 1, 2016, 10.

³² Qurrota A'yuni, Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Di Era Media Baru, Mumtaz, Vol. 2. No.2, Tahun 2018, 300.

³³ Abd. Hamid Wahid, Reorientasi Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam, Al Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol, 03 No, 02. 2019, 31.

³⁴ A.M. Ismatulloh, Etika Berkomunikasi dalam al-Qur'an: Analisis Penafsiran Hasbi ash-Shiddieqi dalam Tafsir an-Nur , lentera, Vol.I, No.2, Desember 2007, 142.

³⁵ Hufron, DKK, *Pendampingan* "Masyarakat Dalam Memahami Agama Islam Melalui Strategi Dakwah Persuasi Di Desa Kayukebek", Khidmatuna. Vol. 1 No. 1, 2021, 120.

pada kata atau kalimat yang baik dan tepat. *Qaulan kariman* merujuk pada perkataan yang mulia, mencerminkan akhlak terpuji.³⁶

Dalam konteks komunikasi dakwah, ini berarti bahwa seorang da'i harus dengan hati-hati menilai dan memahami situasi serta kondisi audiensnya sebelum berbicara.³⁷ Serupa dengan itu, Ahmad Amin menggambarkan etika sebagai ilmu yang menerangkan perbedaan antara yang baik dan yang buruk, serta tindakan yang seharusnya diambil oleh manusia. Etika juga menetapkan sasaran yang harus diperoleh dalam tindakan manusia dan memberikan panduan mengenai apa yang seharusnya dilakukan.³⁸

3. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Dakwah melalui media sosial adalah salah satu inovasi terkini dalam penyebaran Islam, yang tentunya akan mempermudah para da'i dalam menyebarkan ajaran agama ke seluruh dunia. Sebagai salah satu media, penggunaan media Internet memberikan peluang dan hambatan untuk meningkatkan cakupan dakwah Islam. Peluang yang dimaksud adalah bagaimana mereka yang tertarik dengan kemampuan dakwah dapat menggunakan media internet sebagai platform dan sarana dakwah untuk mendukung proses penyebaran dakwah Islam.³⁹

³⁶ Dahlan, M. D. dan Syihabuddin. (2001). *“Kunci-kunci Menyingkap Isi Al Quran”*. Bandung: Pustaka Fithri.

³⁷ Nazarullah, “Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam”, *jurnal peurawi, media kajian komunikasi islam*. Vol.1 No.1.tahun 2018, 4.

³⁸ [http: Seputarpengertian.com](http://Seputarpengertian.com), 15 Pengertian Etika Menurut Para Ahli (diakses pada tanggal 13 Desember 2015)

³⁹ Nur Ahmad. (2014). Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah. *Jurnal ADDIN*. Vol.8.

Media dakwah merupakan platform yang dimanfaatkan oleh para da'i untuk menginformasikan pesan mereka kepada masyarakat. Seiring dengan kemajuan era, media dakwah tidak sekedar beralih dari satu mimbar ke mimbar lainnya, namun para pendakwah juga semakin inovatif dalam menyebarkan nilai-nilai pendidikan Islam melalui platform media sosial yang mudah dijangkau melalui smartphone. Penggunaan smartphone atau ponsel pintar sebagai alat komunikasi memungkinkan para pendakwah untuk menyampaikan pesan mereka dengan lebih mudah.⁴⁰ Syeikh Sulthan Al-Umari menyatakan bahwa ada beberapa aturan penting yang perlu diperhatikan saat berdakwah di internet. Pertama dan terpenting, jujur niat. Jika dakwah di internet dilakukan dengan niat dan iktikad yang baik, maka akan berjalan lancar. Jika tidak, dakwah di internet tidak akan menjadi rumit atau terlibat dalam mazhab. Kedua, membuat visi dan misi berdakwah di internet penting untuk memahami bahwa tujuan berdakwah adalah membantu orang lain, mengajak orang ke arah kebaikan dan serta hal positif yang merupakan tujuan dakwah. Ketiga, menunjukkan kepada dunia betapa pentingnya nilai-nilai luhur Islam. Keempat, membantu untuk menghindari kontroversi dan kontradiksi konten dengan memilih pengawas atau penilai konten yang ahli dalam bidang syariah dan memiliki pengetahuan mendalam. Kelima, konten perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan trend saat ini. Terakhir, Jangan lupa untuk melengkapi situs web dakwah Anda dengan fitur

⁴⁰ Adi Wibowo. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*. Vol. 03. No. 02.

unggulan seperti forum dan diskusi langsung.⁴¹ Penelitian terdahulu membuktikan bahwa media sosial merupakan aplikasi dakwah yang paling efektif saat ini. Aktivitas dakwah melalui media sosial memberikan peluang yang lebih luas untuk mengekspresikan pesan dakwah, berbeda dengan dakwah melalui media konvensional yang terbatas oleh waktu dan hanya dapat diisi oleh kalangan tertentu.⁴² Oleh karena itu, dakwah melalui media sosial adalah strategi yang paling efektif karena mampu menarik perhatian lebih banyak orang dan dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat, jika dibandingkan dengan dakwah di lokasi tertentu, radio, atau televisi. Penggunaan aplikasi canggih untuk kegiatan dakwah secara online tampak lebih efisien serta dapat mengurangi biaya, waktu, dan tempat.⁴³ Penelitian tersebut menemukan bahwa kaum milenial secara umum memiliki akun media sosial dan dapat menggunakannya untuk mendapatkan informasi untuk menjawab pertanyaan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial akan memudahkan kegiatan dakwah di kalangan milenial.⁴⁴

TikTok adalah media sosial yang dianggap efektif untuk dakwah. Video TikTok merupakan jenis konten yang diproduksi kemudian disalurkan ke platform media sosial TikTok. TikTok adalah media untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mengedit, dan

⁴¹ Ahmad Zaini. (2015). "Dakwah Melalui Internet". At-Tabasyir. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.

⁴² Dudung Abdul Rahman, "Komunikasi Dakwah Melalui Sosial Media." *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13, no.2 (2019)

⁴³ Y Purwanto, M Taufik, AW Jatnika, "Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa." *Jurnal Sosisoteknologi* 16, no.1 (2017)

⁴⁴ Avifah, N. (2017). "Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 6(2), 223–237. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v6i2.2743>.

membagikan video singkat dengan durasi antara 15 sampai 60 detik. Konten video di TikTok biasanya terfokus pada kreativitas dan hiburan, mencakup beragam tema seperti tarian, tantangan, lip syncing, ceramah, komedi, parodi, kecantikan, fashion, kuliner, olahraga, hewan peliharaan, dan lainnya. Ceramah dalam konten video TikTok dapat meliputi berbagai tema seperti pendidikan, motivasi, inspirasi, isu sosial, politik, lingkungan, dan masih banyak lagi. Konten video ceramah di TikTok seringkali didasarkan pada pengetahuan, pengalaman, atau pandangan pribadi pengguna, yang dapat disampaikan melalui berbagai cara komunikasi, baik yang santai, humoris, dramatis, maupun serius. Dalam video mereka pengguna sering memanfaatkan suara atau dialog yang terkadang disertai dengan 2teks di layar serta efek visual dan grafis untuk meningkatkan daya tarik konten.

F. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan adalah penelitian terdahulu yang sudah diteliti oleh peneliti lain. Hal ini digunakan untuk seseorang yang akan meneliti dan menentukan judul sebagai bahan perbandingan agar penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu. Selain itu juga digunakan untuk mengembangkan ilmu. Dengan demikian peneliti akan merumuskan beberapa kajian penelitian yaitu sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Erma Erfiana, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari dengan judul Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talk Show Shihab & Shihab (Analisis Isi) tahun 2022. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis perkataan Najwa Shihab

dalam konten YouTube bertema dakwah yaitu *Talkshow* Shihab dan Shihab. Penelitian ini merupakan studi kepustakaan dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data, teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi. Hasil dari penelitian ini adalah Najwa Shihab sudah menggunakan etika komunikasi dakwah secara baik pada acara *Talkshow* Shihab dan Shihab. Persamaan pada penelitian ini berupa sama-sama membahas etika komunikasi dakwah, sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek yang akan dibahas dalam penelitian yang dilakukan oleh Erma Erfiana berfokus pada acara talk show Shihab & Shihab. Penelitian ini akan berfokus pada akun Tiktok Hanan Attaki @am.event.⁴⁵

Kedua, Penelitian yang dibahas oleh Aisyah, mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dengan judul *Etika Komunikasi Dakwah Bangudjae dalam media sosial TikTok*. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisa dengan jelas bagaimana etika komunikasi dakwah yang di terapkan bangudjae dalam media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian tersebut di teliti oleh penulis pada tahun 2022. Hasil dari penelitian ini menyajikan data yang diperoleh berupa transkrip data dari video tiktok bangudjae yang memuat etika komunikasi dakwah yang terdapat dalam 8 video TikTok. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek yang akan dibahas dalam penelitian yang dilakukan oleh Aisyah berfokus pada dakwah Bangudjae dalam media sosial TikTok, persamaan pada penelitian ini yakni

⁴⁵ Erfiana, Erma. "*Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab (Analisis Isi)*." (2022).

sama-sama membahas etika komunikasi dakwah. Dalam penelitian ini berfokus pada akun Tiktok Hanan Attaki @am.event.⁴⁶

Ketiga, Skripsi yang di tulis oleh Tri Wahyuni Pebirawati mahasiswi Institut Agama Islam Nurul Hakim dengan judul Etika komunikasi Islam dalam dakwah Koh Dennis Lim dimedia sosial tiktok tahun 2023. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisa etika komunikasi Islam oleh pendahwah muda yang digerundingi oleh kaum remaja. Penelitian ini Menggunakan studi kepustakaan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisa data teori yang digunakan pada penelitian tersebut yakni analisis isi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa etika komunikasi Koh Dennis lim menggunakan 6 prinsip etika dakwah. Persamaan pada penelitian ini berupa sama-sama membahas etika komunikasi dakwah sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada seorang da'i milenialnya.⁴⁷

Keempat, Penelitian yang dibahas oleh Rikeu Ainul Fadilah mahasiswi Universitas Islam Bandung yang berjudul Prinsip komunikasi Islam sebagai landasan penerapan etika komunikasi netizen yang baik di media social tiktok tahun 2023. Penelitian tersebut bertujuan menerapkan etika komunikasi netizen dimedia social tiktok. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, data yang diambil dan dikumpulkan yaitu melalui internet. Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah dengan melakukan analisis isi langsung dari sumber utama. Hasil dari penelitian ini penerapan etika

⁴⁶ Aisyah, Aisyah. "Etika Komunikasi Dakwah Bangudjae Dalam Media Sosial Tiktok." (2022).

⁴⁷ Pebirawati, T. W. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok. *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 3(2), 48-62.

komunikasi netizen pada media sosial TikTok yang sesuai dengan prinsip Islam. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada subjek yaitu netizen bukan pada dai milenial, sedangkan persamaan penelitian pada ini yakni membahas tentang prinsip komunikasi islam.⁴⁸

Kelima, jurnal yang dibahas oleh Ari Wibowo mahasiswa IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung dengan judul dakwah berbasis media dan komunikasi visual tahun 2020. Penelitian tersebut bertujuan untuk memvisualkan secara digital praktik atau aktivitas dakwah yang dilakukan secara tradisional ataupun konvensional. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, data yang diambil dan dikumpulkan yaitu melalui internet. Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah dengan melakukan riset melalui platform media sosial. Hasil dari penelitian ini para da'i tidak perlu meninggalkan cara lama dalam berdakwah, hanya perlu dikembangkan dan diperkuat dengan pendekatan komunikasi visual. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada dai yang memvisualisasikan dalam mendigitalisasi dakwah di media sosial agar menarik dan memikat para mad'u, sedangkan persamaan pada penelitian ini yaitu berdakwah melalui media sosial⁴⁹

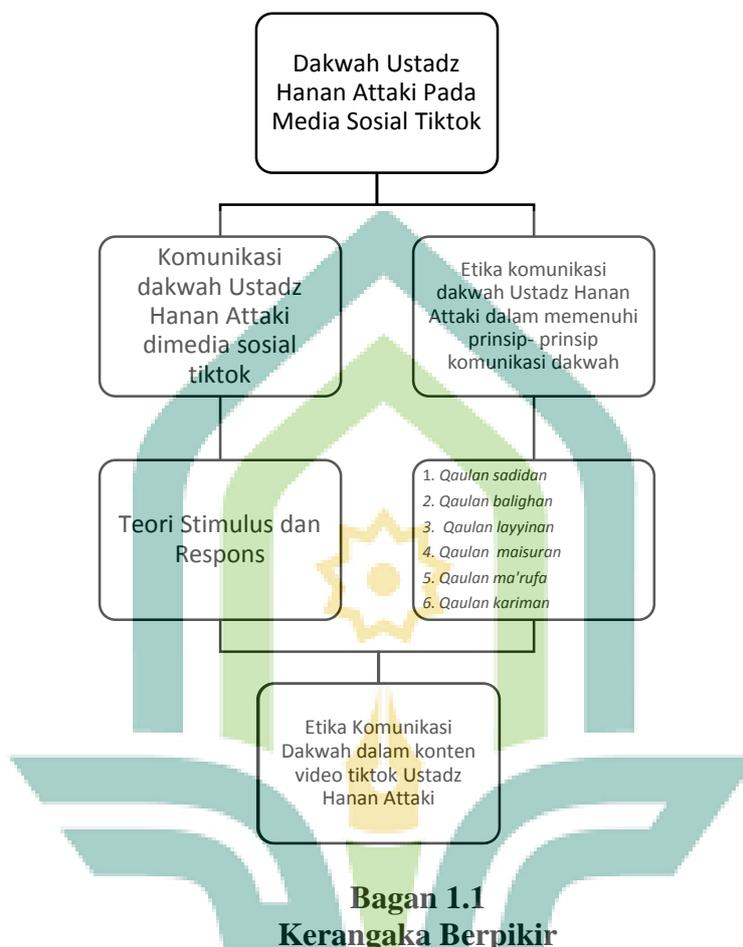
Dalam penelitian di atas, terdapat banyak kesamaan, terutama dalam metode yang menggunakan pendekatan kualitatif dan studi literatur dalam pengamatannya, dengan banyak peneliti yang fokus pada etika komunikasi dakwah. Namun, dalam penelitian yang akan saya lakukan, novelty yang

⁴⁸ Fadilah, R. A. (2023). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Landasan Penerapan Etika Komunikasi Netizen Yang Baik Di Media Sosial Tiktok. *Hikmah: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 8-17.

⁴⁹ Wibowo, A. (2020). Dakwah berbasis media dan komunikasi visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 2(2), 179-198.

diterapkan adalah novelty teoritik, di mana teori yang digunakan berbeda dari teori yang ada pada penelitian-penelitian relevan sebelumnya.

G. Kerangka Berpikir



Tiktok merupakan aplikasi yang saat ini paling digemari oleh masyarakat Indonesia, banyak terdapat konten video yang menarik didalamnya. Salah satunya konten dakwah. Media sosial dinilai efektif dalam menyampaikan dakwah.⁵⁰ Dai yang akan diteliti pada penelitian ini yakni Ustad Hanan Attaki dengan *username* @am.event memiliki 5,3 juta *followers* aktif. Ustadz Hanan

⁵⁰ Wahyuddin, Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare), 2020

Attaki, yang juga dikenal sebagai Tengku Hanan Attaki, lahir di Aceh pada 31 Desember 1981.⁵¹ Beliau memaparkan metode dakwahnya dengan cara sesi tanya jawab kepada para peserta, panitia, serta narasumber.⁵² Dalam konteks ini, Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu dai milenial yang mampu memanfaatkan platform media sosial ini secara optimal. Dakwah beliau tidak hanya menarik dari segi tampilan visual, tetapi juga dari sisi isi pesan dan cara penyampaian. Etika dalam dakwah pada Ustadz Hanan Attaki mengacu pada enam prinsip yaitu *qaulan kariman* menekankan pada berbicara dengan cara yang mulia dan menghormati lawan bicara.⁵³ *Qaulan sadidan* berarti menekankan pada penyampaian kebenaran secara jujur dan sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadis.⁵⁴ *Qaulan balighan* dalam bahasa Arab berarti mencapai tujuan. Penggunaan *qaulan balighan* memerlukan pemilihan kata yang lembut, jelas, dan langsung pada pokok permasalahan. Tujuannya adalah untuk meyakinkan orang lain tentang kebenaran suatu pengetahuan atau informasi baru secara efektif.⁵⁵ *Qaulan layyinan* dalam bahasa Arab berarti tutur kata yang lembut dan tidak kasar. Dalam konteks dakwah, konsep ini diterapkan melalui

⁵¹ Elen Inderasari, Bini Lestari, and Ferdian Achsani, "Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram (The Usage of Language by Ustaz Hanan Attaki on Instagram Social Media)," *Jalabahasa* 15, no. 1 (2020): 4, <https://doi.org/10.36567/jalabahasa.v15i1.315>.

⁵² Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. Dakwah melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki), *Jurnal Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 2020: 5(3)

⁵³ Anita Ariani, Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an", *fikiran Masyarakat*, Vol, 4, No. 1, 2016, 10.

⁵⁴ Qurrota A'yuni, Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Di Era Media Baru, *Mumtaz*, Vol. 2. No.2, Tahun 2018, 300.

⁵⁵ Abd. Hamid Wahid, Reorientasi Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam, *Al Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol, 03 No, 02. 2019, 31.

pemberian nasihat yang baik dan berkomunikasi dengan bijaksana.⁵⁶ *Qaulan maisuran* merujuk pada perkataan yang pantas dan mudah dipahami, komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan dicerna oleh orang lain.⁵⁷ *Qaulan ma'rufa* mengacu pada kata atau kalimat yang baik dan tepat.⁵⁸ Penerapan prinsip-prinsip tersebut kemudian dihubungkan dengan teori Stimulus–Respons yang dikembangkan oleh McQuail. Dalam teori ini, pesan dakwah yang disampaikan melalui media (stimulus) diharapkan mampu mempengaruhi respons dari audiens (mad'u). Respons tersebut dapat berupa like, komentar positif, atau penyebaran ulang konten dakwah. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengkaji metode komunikasi dakwah secara teknis, tetapi juga untuk mengevaluasi keberhasilan penerapan prinsip etika dalam konteks dakwah digital yang lebih luas.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Peneliti mempertimbangkan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.⁵⁹ Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang memberikan hasil data deskriptif dalam bentuk format tulisan dari individu yang diobservasi yang tidak menggunakan istilah dalam penelitian

⁵⁶ A.M. Ismatulloh, Etika Berkomunikasi dalam al-Qur'an: Analisis Penafsiran Hasbi ash-Shiddieqi dalam Tafsir an-Nur, lentera, Vol.I, No.2, Desember 2007, 142.

⁵⁷ Hufron, DKK, Pendampingan Masyarakat Dalam Memahami Agama Islam Melalui Strategi Dakwah Persuasi Di Desa Kayukebek, Khidmatuna. Vol. 1 No. 1, 2021, 120.

⁵⁸ Nazarullah, Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam, *jurnal peurawi, media kajian komunikasi islam*. Vol.1 No.1.tahun 2018, 4.

⁵⁹ Albi anggito, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bantul-Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021) hlm.115

kuantitatif.⁶⁰ Metode ini digunakan untuk mendapatkan persepsi dan data fenomena dalam bentuk kalimat yang dihasilkannya.⁶¹ Kemudian pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan yang berlandaskan filsafat positivisme.⁶² Pendekatan deskriptif kualitatif dikatakan sebagai pendekatan artistik dan interpretative karena proses mencari data yang menggunakan seni (kurang terpola) bias menginterpretasikan pada data. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan prinsip dan etika komunikasi dakwah ustadz Hanan Attaki pada media sosial tiktok.

Penelitian deskriptif dapat menggambarkan keadaan subjek maupun objek yang akan diamati. Metode ini berfokus untuk menguraikan secara rinci sebuah peristiwa yang sedang terjadi dan tidak menguji hipotesis, membuat dugaan atas dasar prediksi. Sehingga menguraikan dengan cara yang sistematis dan akurat.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan dan sumber dari penelitian yang akan dianalisis. Subjek yang dijadikan fokus dalam penelitian ini adalah manusia, benda atau lembaga yang akan diteliti. Maka data penelitian ini adalah dakwah da'I milenial pada media sosial tiktok. Sedangkan objek penelitian adalah sesuatu yang menarik dari hal tersebut. Sehingga objek

⁶⁰ Saifuddin Azmar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), Hal. 5.

⁶¹ Zuchri Abdussamad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Makasar Desember (2022). Hlm12

⁶² Syafrida H S, *Metodologi penelitian*, *Universitas Medan Area* (2021). Hlm.6

dalam penelitian ini adalah bagaimana prinsip dan etika komunikasi dakwah dalam media sosial.

3. Sumber Data

Sumber data digunakan untuk menunjukkan bahwa dari mana data penelitian ini diperoleh. Peneliti mengambil data penelitian ini melalui sebagai berikut:

- a. Sumber data primer adalah sumber yang didapatkan dari objek penelitian atau lokasi penelitian.⁶³ Data primer harus diambil dari sumber asli yang memuat informasi tersebut.⁶⁴ Pada penelitian ini diambil langsung melalui dakwah pada media sosial tiktok yang dimiliki oleh Hanan Attaki, dengan *username* @am.event.
- b. Sumber data sekunder adalah data tambahan yang dihasilkan bukan dari lapangan.⁶⁵ Namun dari berbagai informasi yang masih berhubungan dengan penelitian ini atau data dari peneliti orang lain. Pada penelitian ini data sekunder diambil melalui profil Hanan Attaki dari website, buku, jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data tersebut merupakan sumber referensi dan rujukan dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah aspek terpenting dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan informasi.

⁶³ Zuchri Abdussamad, Metodologi Penelitian Kualitatif, Makasar Desember (2022). Hlm 15

⁶⁴ Drs. Cholid Narbuko, Drs.H. Abu Achamdi, Metodologi Penelitian (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2015), hal. 1.

⁶⁵ Albi anggito, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bantul-Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021) hlm.116

Tanpa adanya teknik pengumpulan data peneliti tidak akan dapat menghasilkan suatu data untuk mendapatkan standar dari data yang telah ditentukan.⁶⁶ Dalam penelitian ini diharapkan data yang diperoleh dapat memperoleh informasi yang relevan berdasarkan fokus penelitian. Terdapat dua teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi

Teknik observasi adalah analisis pada objek penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami dan mendapatkan data mengenai fenomena yang sedang diamati.⁶⁷ Teknik observasi pada penelitian ini yakni dengan cara melihat serta memahami video yang diposting pada akun Hanan Attaki, dengan *username* @am.event.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan hasil atau bukti yang dikumpulkan oleh peneliti saat melakukan wawancara atau observasi yang bisa berupa dokumen, foto dan lainnya.⁶⁸ Dokumentasi pada penelitian ini diambil melalui screenshot dari video postingan akun tiktok @am.event. Analisis data yang dilakukan nantinya dan dihubungkan dengan teori yang relevan dan berkaitan pada dakwah digital, da'i milenial, serta media sosial tiktok.

⁶⁶ Zuchri Abdussamad, Metodologi Penelitian Kualitatif, Makasar Desember (2022). Hlm

⁶⁷ Zuchri Abdussamad, Metodologi Penelitian Kualitatif, Makasar Desember (2022). Hlm 23

⁶⁸ Syafrida H S, Metodologi penelitian, Universitas Medan Area (2021). Hlm.15

5. Analisis Data

Dalam tahapan analisis data dilakukan untuk menganalisis data-data yang telah peneliti olah dan disusun menggunakan pendekatan sistematika interpretatif berikut ini:

- a. Reduksi data (merangkum data yang sesuai dengan tema penelitian)
- b. Penyajian data (disajikan dalam bentuk uraian dengan menyisipkan nomor, kutipan video, durasi, etika komunikasi dakwah.
- c. Verifikasi data (rumusan masalah telah terjawab dan memastikan kembali bahwa data yang telah dicantumkan sudah valid)

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, perlu penulis uraikan lebih jelas tentang sistematika pembahasan skripsi yang tidak jauh berbeda dengan penyusunan skripsi pada umumnya yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Dalam pendahuluan berisi penjelasan umum tentang dasar-dasar penelitian. Seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka acuan, metodologi penelitian, pencarian literature dan sistematika pembahasan.

BAB II: Etika Komunikasi Dakwah, Video Tiktok Sebagai Media Dakwah, Teori Stimulus dan Respon

Pada bab II peneliti akan memaparkan landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian diantaranya tentang etika komunikasi dakwah, video tiktok

sebagai media dakwah dan teori stimulus dan respon, untuk memperkuat penelitian. Selain itu juga peneliti akan memaparkan penelitian yang relevan

BAB III: Gambaran Umum Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di AkunTiktok @am.event

Pada bab ini peneliti akan menguraikan mengenai biografi Ustadz Hanan Attaki, konten video tiktok Ustadz Hanan Attaki, (akun dengan *username* @am.event) komunikasi dakwah dan etika komunikasi yang memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah di media sosial tiktok.

BAB IV: Analisis Hasil Penelitian

Bab analisis hasil penelitian ini menjelaskan secara rinci dari sebuah konten video tiktok Ustadz Hanan Attaki, (akun dengan *username* @am.event) komunikasi dakwah dan etika komunikasi yang memenuhi prinsip-prinsip komunikasi dakwah di media sosial tiktok. Sehingga dapat menjawab serta menemukan hasil dari rumusan masalah dalam penelitian.

BAB V: Penutup

Dalam penutup menjabarkan hasil penelitian dari data-data yang telah diperoleh dalam rangkaian kesimpulan. Selain itu pada bab ini memuat saran-saran sebagai pertimbangan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa, analisis etika komunikasi dakwah dalam video ceramah Ustadz Hanan Attaki menunjukkan penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam yang baik. Adapun kesimpulan secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dakwah yang diterapkan Ustadz Hanan Attaki menggunakan pendekatan teori S-R dalam menyampaikan dakwah melalui tiktok, vidio dakwah berperan sebagai stimulus yang bersumber dari alquran dan hadist, sedangkan komentar netizen sebagai respon yang menunjukkan bahwa pesan dakwah diterima dengan baik, serta menyentuh perasaan hati mad'u, seperti tentang ujian hidup, kesabaran, ke ikhlisan maupun perjodohan dibuktikan dengan banyaknya interaksi seperti tanyangan,like,komenntar,share dan simpan. Respon positif tersebut karena Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang sederhana/mudah dipahami, adanya dalil hadis dan ayat alquran sehingga ada dasar yang kuat, durasi vidio pendek(mudah di pahami oleh mad'u)
2. Dalam konteks dakwah, prinsip-prinsip ini sangat penting untuk memastikan bahwa pesan disampaikan secara benar, efektif, dan berakhlak, menunjukkan bahwa dakwah di era digital dapat dilakukan dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Al-Qur'an dan akhlak Islami. Berdasarkan analisis terhadap konten dakwah Ustadz Hanan Attaki pada bulan Januari, dapat disimpulkan

bahwa etika komunikasi dakwah yang dominan digunakan adalah prinsip *Qaulan Ma'rufan* dan *Qaulan Sadidan*. Hal ini terlihat dari cara beliau menyampaikan pesan keislaman dengan bahasa yang lemah lembut, penuh empati, dan mengandung nilai kebenaran yang mengarahkan audiens pada kesadaran spiritual. Melalui kisah-kisah nyata dan refleksi kehidupan, Ustadz Hanan berhasil menghadirkan dakwah yang tidak hanya menyentuh sisi emosional mad'u, tetapi juga membangun pemahaman keagamaan yang mendalam dan relevan dengan kondisi kehidupan sehari-hari. Prinsip *Qaulan Ma'rufan* tercermin dalam tutur kata beliau yang penuh kebaikan, menghormati perasaan audiens, dan tidak menyakiti meskipun menyampaikan hal-hal yang berat seperti ujian hidup, kehilangan, atau futur. Sementara itu, *Qaulan Sadidan* tercermin dalam kejujuran pesan yang disampaikan, berupa pengingat akan takdir, pentingnya ridho terhadap musibah, serta ajakan untuk memperbaiki diri dan kembali kepada Allah. Kombinasi kedua prinsip ini menjadikan komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki tidak hanya informatif, tetapi juga membimbing dan membangkit.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi para pendakwah, khususnya yang berdakwah melalui media digital, diharapkan agar selalu memperhatikan etika dalam berkomunikasi. Hal ini penting agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik, diterima dengan

hati yang lapang, dan tidak menimbulkan salah paham di kalangan masyarakat.

2. Bagi pengguna media sosial, disarankan untuk lebih bijak dan selektif dalam memilih konten dakwah yang diikuti. Hendaknya mencari sumber dakwah yang disampaikan dengan cara yang sopan, mudah dipahami, dan berdasarkan ajaran Islam yang benar, agar tidak terpengaruh oleh konten yang kurang tepat atau bersifat provokatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian, baik dari segi jumlah video dakwah, profil pendakwah, maupun platform media digital yang digunakan. Hal ini penting untuk memperkaya referensi dan kajian akademik dalam bidang dakwah serta etika komunikasi Islam.
4. Bagi lembaga pendidikan Islam, disarankan untuk memberikan pembekalan atau pelatihan komunikasi dakwah yang beretika kepada para calon dai maupun mahasiswa. Tujuannya agar mereka mampu berdakwah secara efektif dan santun di tengah perkembangan teknologi serta dinamika media sosial, sehingga dakwah tetap relevan dan bermanfaat bagi umat.

DAFTAR PUSTAKA

- A.M. Ismatulloh, Etika Berkomunikasi dalam al-Qur'an: Analisis Penafsiran Hasbi ash-Shiddieqi dalam Tafsir an-Nur , lentera, Vol.I, No.2, Desember 2007, 142.
- Abd. Hamid Wahid, Reorientasi Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam , Al Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol, 03 No, 02. 2019, 31.
- Abdillah, H. (2019). Peran komunikasi dakwah dalam penguatan nilai-nilai agama di era digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(2), 67-80.
- Acep Aripudin. (2013). Sosiologi Dakwah. Cet. I. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Adi Wibowo. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*. Vol. 03. No. 02.
- Aditiawarman Mac. (2019). Hoax dan Hate Speech Di Dunia Maya. Jakarta: Tonggak Tuo
- Adra'i, N. P. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK@ BASYASMAN00. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 131-138.
- Ahmad Zaini. (2015). Dakwah Melalui Internet. *At-Tabasyir. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Aisyah, A. (2022). ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH BANGUDJAE DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK.
- Al-Ghazali, A. H. M. (2013). *Ihya' 'Ulum al-Din* (Vol. 4). Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh dakwah di media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26-38.
- Andriani, F. (2022). Perkembangan etika komunikasi Islam dalam bermedia sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 55-73.
- Anita Ariani, Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an", fikiran Masyarakat, Vol, 4, No. 1, 2016, 10.
- Aprilia, Rizki, Aat Sriati, and Sri Hendrawati. "Tingkat kecanduan media sosial pada remaja." *Journal of Nursing Care* 3, no. 1 (2020).

- Ari Wibowo, 'Kebebasan Berdakwah Di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media', Mawa'izh; Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan, 9.2 (2018), 224–38 (p. 226)
- Ariani, A. (2015). Standarisasi dan Dasar Pijakan Etika Komunikasi Dakwah. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 14(28), 1-14.
- Avifah, N. (2017). Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr, 6(2), 223–237. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v6i2.2743>
- Ayu Rochmatulloh Ramdani, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Studi Deskriptif Pengelolaan Media Sosial Instagram melalui Quiz Time di Instastory Akun X. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, 1(2), 106–113. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.572>
- B. Andrian, "Komunikasi Dakwah dalam Tinjauan Sosiologi Komunikasi," *Tasamuh* 18, no. 2 (2020): 220.
- Badan Pusat Statistik, 2018. Statistika Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Budiman, Arif. "E., & Roem, ER (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur." *Jurnal Ranah Komunikasi* 3, no. 1: 34-44.
- D. F. Febriani dan M. Zubir, "Istidraj dalam al-Quran Perspektif Imam al-Qurthubi," *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya* 2, no. 1 (2020): 78.
- Digital Civility Index Microsoft. (2021). Wave 6 Digital Civility Report: Final Report. United States: Microsoft.
- Diposkan Aeconomic, "Pornografi Dalam Komik" (Analisis Isi Pornografi Dalam Komik Jepang Berjudul Ranma ½ Dan Love Hina)", dalam website <http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi/ilmu-komunikasi/%E2%80%9Cpornografi-dalamkomik%E2%80%9D-analisis-isi-pornografi-dalam-komik-jepang-be>
- Dudung Abdul Rahman, "Komunikasi Dakwah Melalui Sosial Media." *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13, no.2 (2019)
- Dyatmika, T., Bakhri, S., & Kamal, M. R. (2021). Hoax dan literasi media internet di era Covid-19. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 4(1), 64-93.

- Elen Inderasari, Bini Lestari, and Ferdian Achsani, "Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram (The Usage of Language by Ustaz Hanan Attaki on Instagram Social Media)," *Jalabahasa* 15, no. 1 (2020): 4, <https://doi.org/10.36567/jalabahasa.v15i1.315>.
- Eli Jamilah Mihardja dkk, 2022. Penerapan Teori Difusi Inovasi Dalam Community Engagement: Kisah Pengolahan Limbah Rajungan Dari Indramayu, Vol 06 No 2, *Journal Of Dedicator Community*.
- Erfiana, E. (2022). ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH NAJWA SHIHAB DALAM ACARA TALKSHOW SHIHAB & SHIHAB (ANALISIS ISI).
- Fadilah, R. A. (2023). PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM SEBAGAI LANDASAN PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN YANG BAIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK. *HIKMAH: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 8-17.
- Fatihah, Siti Rohmatul. "Konsep Etika dalam Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 2 (2019): 241-249.
- Fuad, Z. (2018). Kod Etika Dakwah (Satu Sorotan Ringkas). *Jurnal Maw'izah Maw'izah's Journal* Jilid, 1, 1-14.
- Habibi, I. (2015). Dakwah Humanis: Cinta, Toleransi dan Dialog Paradigma Muhammad Fethullah Gulen (Irawan, Ed.; 1st ed.). A-Empat puri kartika Banjarsari Serang
- Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012)
- Harapan, E., & Ahmad, S. (2016). *Komunikasi Antar Pribadi Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. CV. Rajawali Pers.
- Hidayat, F., & Sari, D. N. (2021). Pengaruh segmentasi audiens terhadap efektivitas dakwah di media sosial: Studi pada konten dakwah Instagram. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 45-58.
- [http: Seputarpengetahuan.com](http://Seputarpengetahuan.com), 15 Pengertian Etika Menurut Para Ahli (diakses pada tanggal 13 Desember 2015)
- Hudaya, A. H., Muhlis, A., & Rojudin, R. (2022). *Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif terhadap Akun TikTok @Yudhidarmawan)*. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2), 401-418.
- Hufron, DKK , *Pendampingan Masyarakat Dalam Memahami Agama Islam Melalui Strategi Dakwah Persuasi Di Desa Kayukebek , Khidmatuna*. Vol. 1 No. 1, 2021, 120.

- Indonesiabaik.id. (2021). Benarkah Netizen Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia? Retrieved from Indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/benarkah-netizen-indonesiapaling-tak-sopan-se-asia>
- Indrawan, R. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan generasi millennial. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 8(2), 45-57.
- Istidraj dalam al-Quran Perspektif Imam al-Qurthubi," Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya* 2, no. 1 (2020): 79
- Joko Susanto, *Etika Komunikasi Islami*, Jurnal Waraqat, Vol 1, No. 1, Januari-Juni 2016, 9.
- Kartika Aulia, P. W. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui Tiktok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 146- 155.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025, 9 Januari). *Kemenag Wajibkan Penyuluh Agama Islam Aktif Berdakwah di Media Sosial*. Diakses dari <https://kemenag.go.id/nasional/kemenag-wajibkan-penyuluh-agama-islam-aktif-berdakwah-di-media-sosial-GxVn3>
- Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam," JOISCOM (Journal of Islamic Communication)* 2, no. 1 (2021): 1542
- Lestari, M. (2023). Dakwah digital melalui TikTok: Studi komunikasi persuasif dalam dakwah Islam. *Komunikasi Sosial dan Budaya*, 18(3), 78-89.
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukyat, T. (2018). Dakwah di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675>
- Mulyono dan Azhar, *"Komunikasi Interpersonal Perspektif Islam: Studi Konsep Qaulan dalam Al-Qur'an," JIMIK: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer* 6, no. 2 (2023): 240
- Mutia, T. (2021). Da'wahtainment: Kreativitas Kreator Muslim dalam Komunikasi Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(2), 147-163.
- Najhan Dzulhusna, Nunung Nurhasanah, dan Yuda Nur Suherman, *"Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina Dan Qaulan Karima Itu Sebagai Landasan Etika Komunikasi Dalam Dakwah," Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 1, no. 2 (2022): 79
- Narbuko, Cholid dan Abu Achamdi. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- Nasir, M. (2020). *Etika dan Komunikasi dalam bisnis: tinjauan Al-Quran, Filsafat dan teoritis*. CV.Social Politic Genius (IGn), 2020.
- Nasution, R. (2018). Implementasi komunikasi dakwah dalam menyebarkan pesan Islam melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 11(1), 45-60.
- Nazarullah, "Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam", jurnal peurawi, media kajian kumunikasi islam. Vol.1 No.1.tahun 2018, 4.
- Nur Ahmad. (2014). Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah. *Jurnal ADDIN*. Vol.8.
- Nur Azizah, "Tawakal dalam Perspektif Islam," *Jurnal Syaikhuna: Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, Vol. 11, No. 2 (2020): 173
- Nurhasanah, N., & Amir, M. (2021). Efektivitas dakwah di media sosial terhadap perubahan perilaku religius masyarakat: Studi pada platform TikTok. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 135-148.
- Nurmaya, S., & Rizki, J. W. S. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 45-60.
- Nurul Hidayah, "Konsep Sedekah dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 38, No. 1 (2021): 45.
- Pebirawati, T. W. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok. *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 3(2), 48-62.
- Puspito, I. D., & Azhima, N. (2024). Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial, *Tabayyun*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.61519/tby.v4i2.50>.
- Putra, A. W., & Sari, A. M. (2022). Segmentasi audiens dalam dakwah digital: Studi kasus pendakwah di YouTube dan Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(4), 98-112.
- Putra, R. A., & Adde, E. (2023). Media Dakwah TikTok untuk Generasi Z. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 58-71.
- Qurrota A'yuni, *Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Di Era Media Baru*, Mumtaz, Vol. 2. No.2, Tahun 2018, 300.
- Rahman, M. (2024). Strategi komunikasi dakwah melalui YouTube: Studi kasus channel dakwah populer. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(2), 112-125.

- Rahmatullah, R. (2016). Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u dalam Aktivitas Dakwah, *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim dan Bimbingan* <https://doi.org/10.47435/mimbar.v2i1.286>. Rohani, 2(1), 55–71.
- Riyadi, M. (2020). Etika komunikasi Islam di era digital dan tantangan dakwah di media sosial. *Jurnal Studi Komunikasi Islam*, 7(1), 23-38.
- Rosidi, et. al. (2023). Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23(1), 21–36. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698>.
- Rosyada, A. (2020). Etika komunikasi dakwah: Studi terhadap video kajian Ustaz Abdul Somad tentang K-Pop dan Salib. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 101-114.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)
- Rustandi, R., & Hendrawan, A. (2022). Konstruksi Simbolik Mubaligh Pop pada Film Sang Pencerah, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 22-44. DOI: 10.15575/anida.v22i1.18474.
- Saihu, "Etika Menurut Kitab Ta'lim Muta'alim", *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, Vol. 3, No. 1, 2020, 103.
- Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. (2020). Dakwah melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki), *Jurnal Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 5(3), 653–665. <https://journal.uinalauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.
- Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ baysasman00). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2(1), 31-43
- Sari, D. P., & Hidayat, R. (2023). Efektivitas Konten Dakwah pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 7(1), 159-168.
- Siregar, M. A. (2022). Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok terhadap Tingkat Religiusitas Remaja. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 130-140.
- Supratman, S. H., & Suhendi, H. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Isla (JRKPI)*, 2(1), 9–14.
- Suryani, M. (2020). Komunikasi dakwah dalam media sosial: Strategi dan tantangan di era digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(3), 221-234.

Suyudi, A. (2019). Etika komunikasi dalam Islam: Menjaga hubungan antar sesama. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(3), 245-260.

Tata sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: PT Asdi Mahastya, 2009), h. 90

Vyki Mazaya, “Strategi Viralisasi Konten Dakwah di Kanal Youtube”, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.11 No.02 2021, UIN Sunan Ampel Surabaya, hlm. 320.

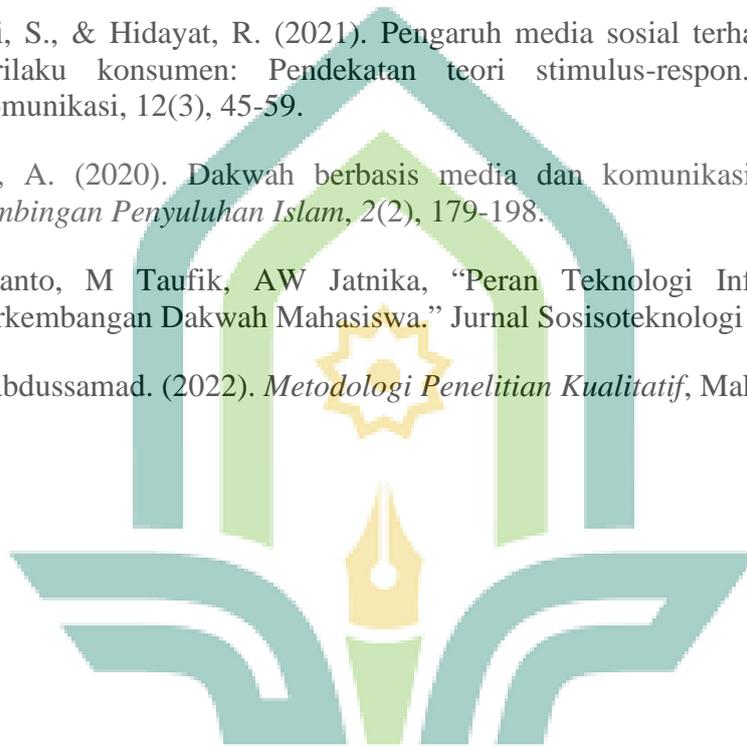
Wahyuddin, *Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare), 2020

Wahyuni, S., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perubahan perilaku konsumen: Pendekatan teori stimulus-respon. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 45-59.

Wibowo, A. (2020). Dakwah berbasis media dan komunikasi visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 2(2), 179-198.

Y Purwanto, M Taufik, AW Jatnika, “Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa.” *Jurnal Sosisoteknologi* 16, no.1 (2017)

Zuchri Abdussamad. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Makasar Desember





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id Email : perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : HAFIZHAH SALSABILA
NIM : 3421044
Program Studi : KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
E-mail address : hafizhahpml@gmail.com
No. Hp : 085727214395

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **Etika Komunikasi Dakwah Dalam Konten Video Tiktok Ustadz Hanan Attaki**

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

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 7 Juli 2025



Hafizhah Salsabila
NIM. 3421044