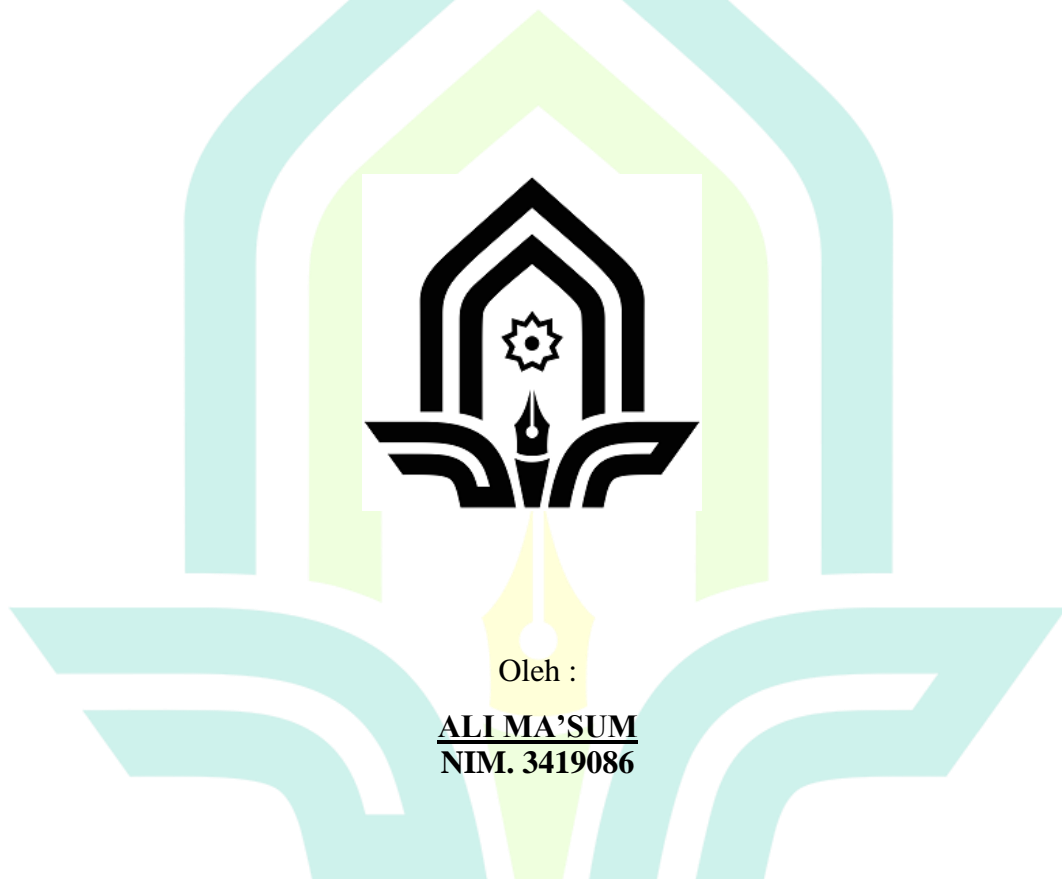


STRATEGI DAKWAH KREATIF PADA AKUN TIKTOK

@BAGUSSUHAR

SKRIPSI

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



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ali Ma'sum
NIM : 3419086
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **STRATEGI DAKWAH KREATIF PADA AKUN TIKTOK @BAGUSSUHAR** 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, 01 November 2023

Yang Menyatakan,



Ali Ma'sum
NIM. 3419086

NOTA PEMBIMBING

Hanif Ardiansyah, M.M

Perum Amaraty residen B5 Bojong Minggir, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan.

Lamp : 2 (Dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ali Ma'sum

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

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ali Ma'sum
NIM : 3419086
Judul : **STRATEGI DAKWAH KREATIF PADA AKUN TIKTOK
@BAGUSSUHAR**

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.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 01 November 2023
Pembimbing,



Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 1991062019031010



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 : **ALI MA'SUM**
NIM : **3419086**
Judul Skripsi : **STRATEGI DAKWAH KREATIF PADA AKUN
TIKTOK @BAGUSSUHAR**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 16 November 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

Penguji II


Dr. Agus Fakhri, M. S. I
NIP. 197701232003121091


Firda Aulia Izzati, M. Pd
NIP. 199201022022032002

Pekalongan, 24 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan




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

PEDOMAN TRANSLITERASI

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	Keterangan
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	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	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	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	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	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

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

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-barr</i>

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidinah</i>

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

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

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	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa di haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untuk penulis. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ucapan syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan untuk saya dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Ibu Umi Asanah dan Bapak Kastolani yang selalu memberikan dukungan dalam hal apapun sehingga saya bisa sampai pada masa sekarang ini.
3. Saudara Kandung saya, Mutopiyah, Khoirul Anam, dan Millatussyariifah yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada saya.
4. Segenap keluarga dan saudara-saudara yang selalu memberikan dukungan serta doa.
5. Bapak Hanif Ardiansyah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing, memberikan arahan serta meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. selaku ketua Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom. selaku sekretaris ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu, memberikan ilmu pengetahuan, dan pengalaman berharga selama perkuliahan.
9. Teman-teman KPI UIN Gusdur Pekalongan angkatan 2019.
10. Terima Kasih kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu, mendukung dan mendoakan hingga skripsi ini terselesaikan

MOTTO

“Pilihan Adalah Tanggung Jawab”



ABSTRAK

Ma'sum, Ali. 2023. "Strategi Dakwah Kreatif Pada akun Tiktok @Bagussuhar". Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing : Hanif Ardiansyah, M.M.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Media Dakwah, Animasi, *The Four P'S of Creativity*

Media sosial menjadi salah satu jalan alternatif dalam penyampaian dakwah di masa sekarang, hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang begitu luas sehingga mampu menjangkau dan menyebarkan informasi dengan tidak terikat oleh tempat dan waktu. Banyak da'i yang mulai menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya, salah satunya yaitu Bagus Suhar. Bagus Suhar memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya khususnya media sosial tiktok. Dalam konten dakwahnya, bagus Suhar memberikan tontonan yang menarik sebagai salah satu strateginya dalam menarik penonton.

Strategi Bagus Suhar dalam memberikan tontonan beserta tuntunan diwujudkan dengan penyampaian dakwah melalui animasi kakek tiktok, sedangkan untuk tema yang diangkat dalam setiap kontennya berisi isu-isu yang beredar di media sosial yang menyinggung ajaran agama serta tren yang beredar.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian di analisis menggunakan teori *four p's creativity* Mell Rhodes.

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan mengenai penelitian "Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tikton @Bagussuhar", konten animasi kakek tiktok di dalamnya mencakup 4 dimensi kreativitas berdasarkan dengan teori Mell Rhodes. Dimensi kreativitas tersebut adalah *Person*, Bagus Suhartawan selaku inisiator utama dalam pembuatan konten dakwah dalam akun kakek tiktok. Dimensi *process*, Riset dan analisis terhadap *trend* atau video yang kurang pantas atau bertentangan syariat maupun norma setelah itu, penulisan *script* video pesan dakwah oleh Bagus Suhar guna meluruskan *trend* yang kurang pantas dalam bentuk kritik umum, dan pembuatan animasi serta penentuan karakter yang digunakan. Bersamaan dengan itu juga dilakukan *voice over* mengenai *script* pesan dakwah. Dalam dimensi *press*, terdapat faktor internal dan eksternal, meliputi: faktor internal sendiri memiliki bakat untuk membuat *script* drama yang ia kembangkan menjadi *script* dakwah dan juga peniruan suara kakek yang ia dapatkan di sanggar teater saat kuliah dulu. Sedangkan faktor eksternalnya pemilihan media tiktok sebagai media dakwah dimaksudkan kepada sasaran mad'unya yaitu anak remaja. Dan terakhir dimensi *product*, konten yang diunggah sudah banyak mencapai 508 postingan pada 1 Oktober 2023.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Strategi Dakwah Kreatif Pada Akun Tiktok @Bagussuhar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

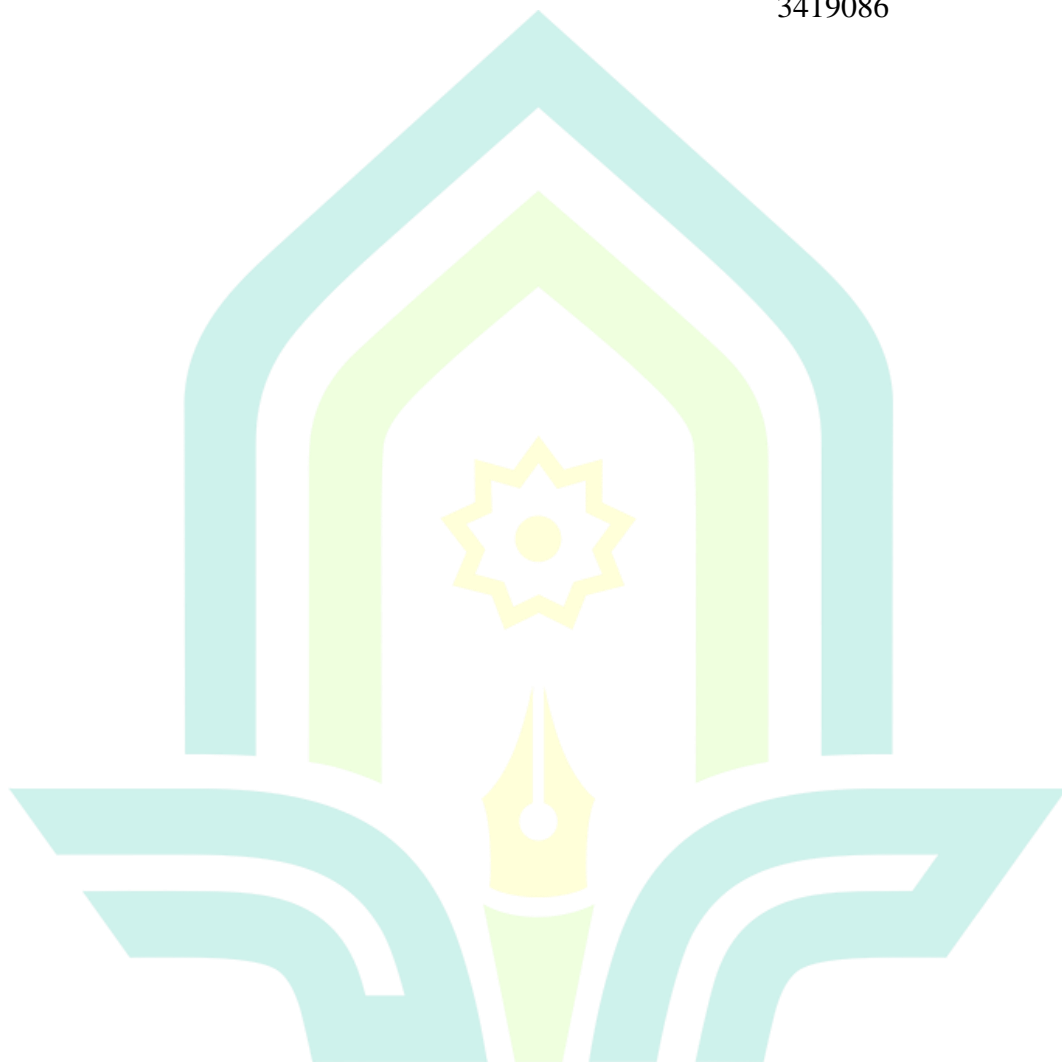
1. Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Hj. Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Teddy Dyatmika, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Heriyanto, MSI selaku Dosen Wali Studi penulis
6. Hanif Ardiansyah, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
7. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi
9. Sahabat sejawat yang selalu membantu dan memberikan informasi
10. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi

Penulis mengucapkan terimakasih atas segala bentuk bantuan dan doa, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya dan seluruh pembaca pada umumnya. Aamiin.

Pekalongan, 01 November 2023

Ali Ma'sum

3419086

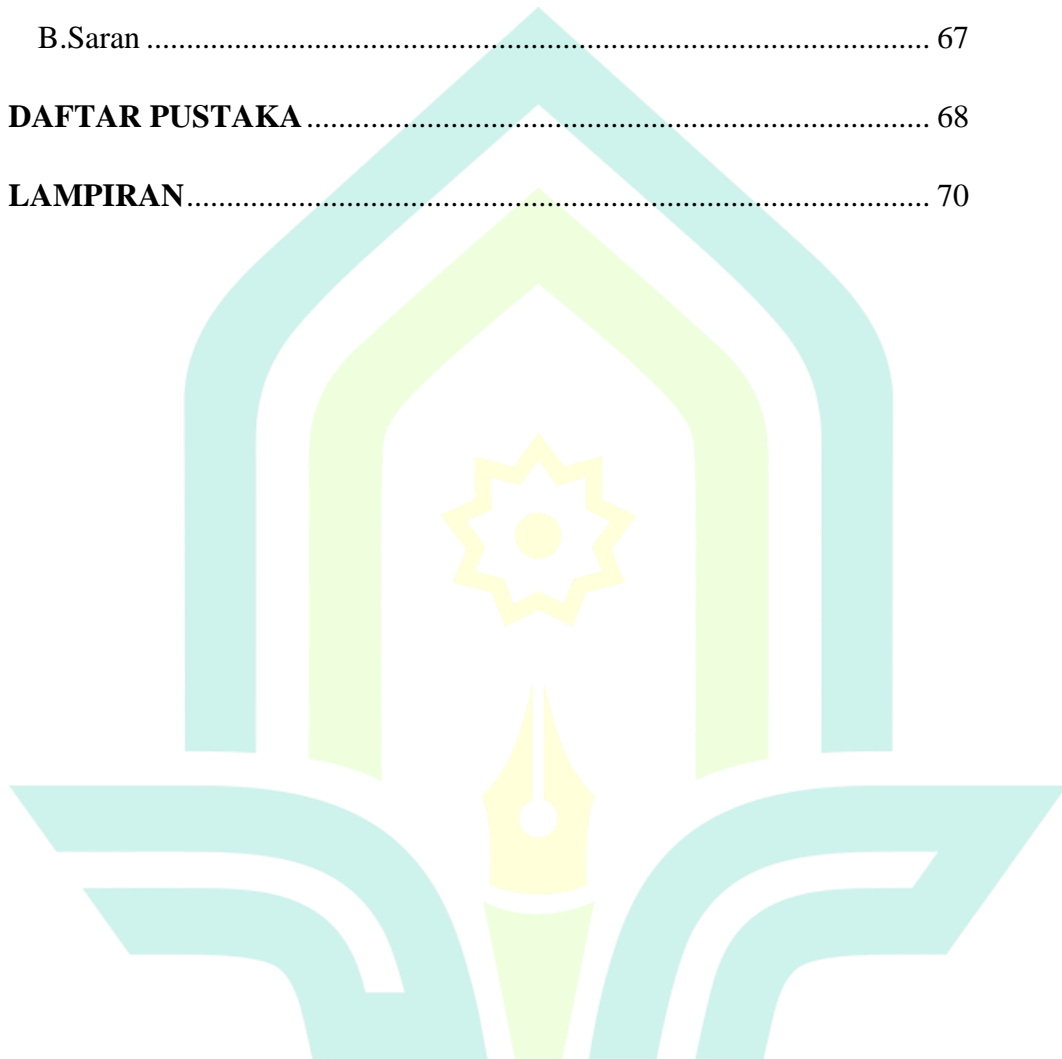


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	5
C.Tujuan Penelitian	5
D.Kegunaan Penelitian	5
E.Tinjauan Pustaka	6
F.Metode Penelitian	20
G.Sistematika Penelitian	24
BAB II KAJIAN TEORITIS STRATEGI, DAKWAH, KRAETIF,	
DAKWAH MELALUI MEDIA DAN TEORI 4P MELL RHODES	25

A.Strategi Dakwah	25
B.Dakwah	27
C.Dakwah Kreatif.....	34
D.Dakwah Melalui Media	36
E.Teori 4P Mell Rhodes	37
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	41
A.Profil Bagus Suhartawan	41
B.Deskripsi Akun Kakek Tiktok	43
BAB IV STRATEGI DAKWAH KREATIF PADA AKUN TIKTOK	
@BAGUSSUHAR DARI DIMENSI <i>PERSON, PROCES, PRESS</i> DAN	
<i>PRODUCT</i>	46
A. Hasil Temuan.....	46
B. Pembahasan	51
1.Strategi Kreatif Pada Akun @Bagussuhar Dilihat Dari Dimensi	
<i>Person</i>	51
2.Strategi Kreatif Pada Akun @Bagussuhar Dilihat Dari Dimensi	
<i>Procces</i>	52
3.Strategi Kreatif Pada Akun @Bagussuhar Dilihat Dari Dimensi	
<i>Press</i>	54

4.Strategi Kreatif Pada Akun @Bagussuhar Dilihat Dari Dimensi	
<i>Product</i>	55
BAB V PENUTUP	66
A.Kesimpulan.....	66
B.Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bagus Suhar (pemilik akun kakek tiktok)..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 2 Profil akun tiktok @Bagussuhar**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 3 gambar tokoh kakek pada akun tiktok @Bagussuhar **Error! Bookmark not defined.**

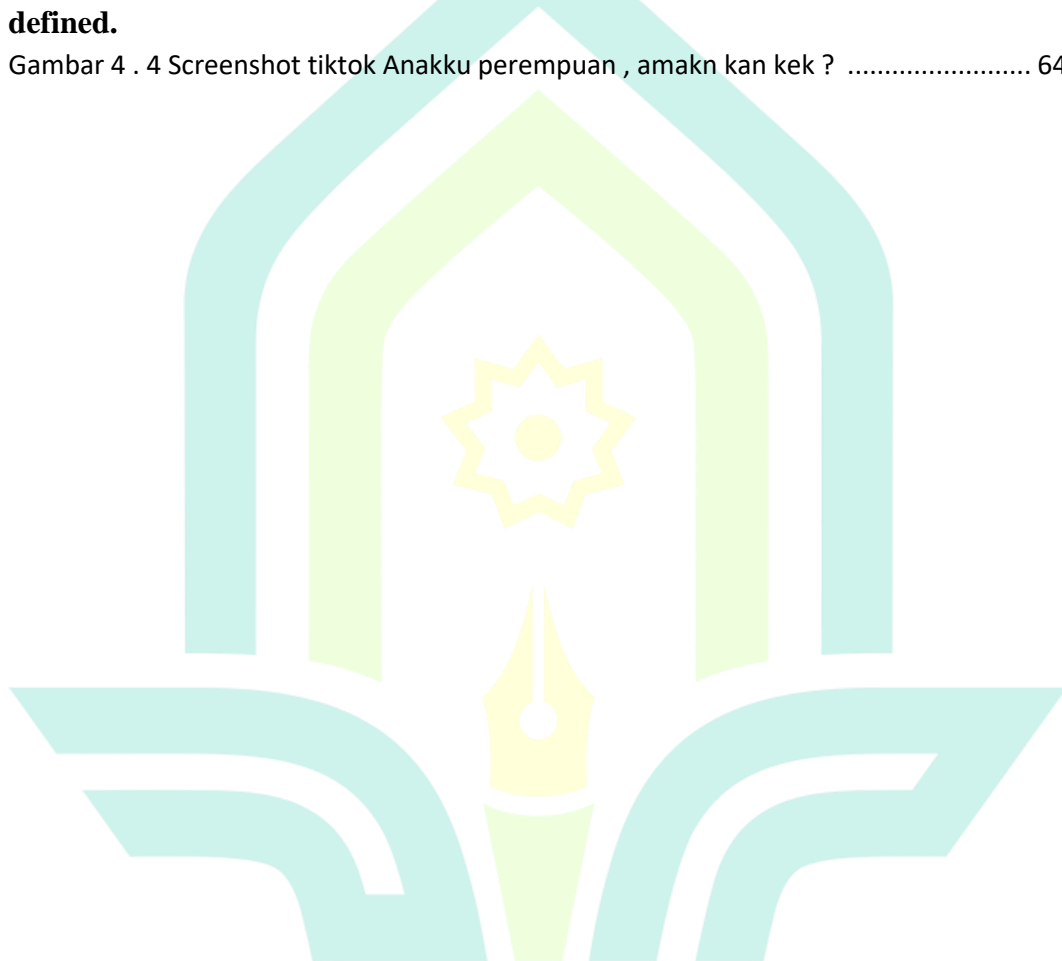
Gambar 3.4 Juara dalam Mobile Intellectual Property Clini **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Screenshot tiktok respon kakek.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Screenshot tiktok Namjoon**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Screenshot tiktok apakah kakek salafi?..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 . 4 Screenshot tiktok Anaku perempuan , amakn kan kek ? 64



DAFTAR BAGAN

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir..... 19



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah di dalam islam merupakan sebuah kewajiban bagi muslim maupun muslimah untuk mengajak kepada amar ma'ruf nahi mungkar dengan penyampaian atau ajakan bijaksana dan sesuai dengan tuntunan islam, agar dakwah tersebut mampu memberikan nilai-nilai positif bagi para mad'unya dan masyarakat secara umum. Dakwah memiliki peran penting bagi umat islam sendiri, Bukan sekedar sebagai proses penyampaian-penyampaian syari'at saja, namun dakwah menyangkut semua aspek dalam kehidupan bermasyarakat agar nantinya bisa berlandaskan ajaran islam.

Proses dakwah dituntut agar dinamis sejalan dengan perkembangan masyarakat. Pentingnya penguasaan teknologi bagi para penyampai dakwah sehingga mampu mengikuti karakter dari mad'unya, sudah banyak kita jumpai implementasi dari dakwah di masa sekarang, seperti halnya menggunakan media radio, televisi dan bahkan media internet. Kemudahan dakwah tersebut merupakan wujud perkembangan teknologi sehingga menghasilkan evolusi dakwah, tidak hanya menggunakan mimbar ataupun acara-acara pengajian untuk berdakwah, namun sekarang ini dakwah berkembang lebih mudah dan kreatif.

Ketika seseorang menulis ajakan berbuat baik di media internet, itu sudah termasuk sebagai dakwah, sejalan dengan Sabda Nabi Muhammad¹

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ (رواه أبو داود)

“Barang siapa mengajak kepada suatu kebaikan, maka ia mendapat pahala seperti orang yang mengikutinya, dengan tidak mengurangi sedikitpun pahala-pahala mereka.” (HR. Muslim.)²

Dan karena media sosial bersifat luas, maka otomatis kesempatan penyampaian dakwah juga semakin luas jangkauannya, walaupun tidak bisa dipungkiri, internet khususnya media sosial seperti hanya pisau bermata dua banyak juga penyalahgunaannya untuk penyampaian ujaran kebencian, kata-kata kotor maupun tindak provokasi.

Salah satu media sosial yang sekarang ini masih digandrungi atau masih populer dikalangan masyarakat pada zaman sekarang ini ialah tiktok, media sosial tiktok sendiri merupakan sebuah platform yang memungkinkan para pengguna untuk membuat video pendek, dipadukan dengan berbagai filter, musik, efek, dan fitur menarik lain.

Penggunaan media tiktok yang tidak bisa dikontrol dan dibatasi bisa mengakibatkan efek candu sehingga menimbulkan efek negatif seperti halnya: pelecehan seksual sebagai contoh orang-orang menggunakan pakaian yang kurang pantas, setelah itu berjoget dengan memasukkan musik yang meresahkan, hal tersebut dilakukan menimbulkan pelecehan terhadap mata pikiran serta tubuh hanya untuk masuk fyp tiktok, efek yang

¹ Muhammad Hanifuddin, “Keutamaan Mengajak Kebaikan ala Sayyid Muhammad al-Maliki.” BANTEN.NU.ONLINE.ID, 23 Mei 2023. hlm. 3

² Muhammad Hanifuddin, hlm. 3

mengkhawatirkan dari itu adalah syndrom pada seseorang ketika ia mendengar musik atau lagu-lagu yang viral di tiktok, maka ia akan menggerakkan tubuhnya secara tidak sadar, sehingga orang tersebut haruslah meminum obat penenang. Maka dari itu pentingnya konten yang berbasis dakwah ada di tiktok untuk meminimalisir hal yang tidak diinginkan.³

Media sosial tiktok memberikan akses dengan mudah bagi siapapun, kesempatan ini sangatlah bagus bagi para pendakwah untuk menuangkan kreatifitasnya dalam penyampaian dakwah agar lebih menarik. Berbagai konten dakwah yang disajikan di tiktok tentunya terdapat kelebihan dan kekurangan masing-masing, tetapi yang sangat perlu di perhatikan bagaimana penyampaian dakwah agar dikemas tanpa mengurangi nilai dari dakwah sendiri.

Generasi muda pada zaman sekarang ini mengenal dan lebih tertarik dengan belajar agama melalui dunia maya seperti halnya media sosial jika dibandingkan dengan cara datang disuatu penganjian atau datang secara langsung ketempat ustadz yang mengajar. Peluang tersebut dapat kita manfaatkan untuk sebagai ladang berdakwah, animasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam berdakwah, jika kita lihat dengan banyaknya peminat pada animasi itu sendiri. Cara yang dilakukan oleh konten kreator dakwah pun beragam mulai dari gambar maupun audio visual,

³ Sihotang, Tota Dorada Oktavia. 2019. “ Dampak Negatif Tiktok Di Masa Pandemi” Universitas Lambung Mangkurat.

salah satu akun yang menyampaikan dakwah ialah akun tiktok @bagussuhar.

Berbeda dengan akun dakwah lain yang menampilkan penyampaian dengan ceramah ataupun ayat-ayat Al-qur'an, akun @bagussuhar mampu mampu mengemas dakwahnya dengan lebih kekinian, dengan penyampain yang ringan serta membahas persoalan atau masalah yang *uptodate* dan pembahasan yang tidak terlalu berat sehingga mudah dipahami oleh penontonnya.

Akun tiktok milik Bagus Suhartawan yang berasal dari Kota Banjarmasin ini, terhitung saat ini sudah memiliki 508 postingan, 448,7 ribu pengikut dan 9,6 juta disukai. Akun tersebut yang pada awalnya mengemas dakwah dengan menampilkan potongan video dipadukan dengan *dubbing*, sekarang ini akun tersebut menampilkan dakwahnya lebih kreatif, dengan cara menampilkan video pendek terbaru yang masih hangat dibicarakan, dan setelah itu ditanggapinya dengan visual animasi dengan wujud seorang kakek yang unik, sehingga lebih menarik bagi para penontonnya.

Maka penulis di sini tertarik untuk meneliti bagaimana menampilkan kreativitas dalam dunia dakwah dan efektivitas dakwah yang dilakukan. Salah satu adalah akun tiktok @bagussuhar yang menjadi fokus penelitian dakwah kreatif di media sosial tiktok. Oleh karenanya, penulis disini tertarik untuk meneliti dengan judul: **“Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @Bagussuhar”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana “Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @Bagussuhar dari Dimensi *Person*, *Process*, *Press* dan *Product*?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat ditemukan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @Bagussuhar dari Dimensi *Person*, *Process*, *Press* dan *Product*”.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Diharapkan mampu menambah khazanah ilmu dalam komunikasi dan penyiaran islam, bagaimana dakwah kreatif itu dilakukan terutama pada media sosial.
- b. Diharapkan mampu menggambarkan dakwah kreatif yang dilakukan akun @bagussuhar di media sosial tiktok, dari dimensi *Person*, *Process*, *Press* dan *Product*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan informasi penting dan pedoman dalam bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai penelitian dengan teori kreatifitas Mel Rhodes yaitu *four p's creativity*.

- b. Penelitian ini meneliti media sosial sebagai media dakwah kreatif, maka dapat digunakan sebagai salah satu referensi penelitian bagi mahasiswa, yang ingin meneliti dengan penelitian yang terkait tentang dakwah kreatif.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoritis.

a. Strategi

Strategi dalam pengertiannya merupakan suatu kiat, cara maupun taktik yang dirancang secara sistematis, terperinci dan terarah yang digunakan untuk pelaksanaan fungsi-fungsi dalam suatu organisasi.⁴ Strategi juga diartikan sebagai cara dan daya dalam menghadapi atau menyelesaikan sasaran tertentu dalam suatu kondisi tertentu dengan mengharapkan perolehan hasil yang lebih maksimal.

b. Dakwah Kreatif

1) Pengertian Dakwah

Dakwah kreatif terdiri dari dua kata yakni “Dakwah” dan “Kreatif”. Dakwah adalah suatu kegiatan penyampaian pesan islam kepada seluruh manusia terkhusus kepada umat islam. dapat dipahami secara operasional, dakwah merupakan kegiatan ajakan atau mendorong manusia kepada tujuan yang

⁴ Hadari, Nawawi, *“Manajemen strategis: Organisasi non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan,* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press), 147.

lebih positif, rumusan isi pesan yang disampaikan bisa mengutip dari kitab suci Al-Qur'an dan Hadits, ataupun da'i sendiri yang merumuskan materinya, sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau menyesuaikan ruang lingkup dakwahnya. Manusia sebagai objek dakwah mampu untuk menolak atau menerima dakwah yang diterimanya menurut persepsinya terhadap pesan yang di terimanya, karena manusia merupakan makhluk yang berjiwa, berfikir dan merasa.⁵

Pengertian dakwah menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Syaikh M. Ash Shawwaf, dakwah merupakan risalah dari langit yang mengandung hidayah dari Allah kepada makhluk-Nya berupa agama dan jalan yang lurus sebagai cara untuk kembali kepada-Nya.⁶
- b. Menurut Syaikh M. Abduh, dakwah secara ringkas dapat didefinisikan sebagai tindakan menyeru pada kebaikan, meminta seseorang untuk melakukan kema'rufan, dan mencegah sesuatu yang munkar. Menurutny, setiap muslim wajib melakukan dakwah.⁷

⁵ Awang Darmawan, M. M., and M. E. Rina desiana. "Praktik Dakwah Teori dan Aplikasi. Ar-Raniry, 2020.

⁶ M. Mulizar, *In Memoriam Konsep Dakwah dan Pemikiran Pakar Hadis; Prof. Dr. Kh. Ali Mustaf Yaqub*, Jurnal Al-Hikmah, 9(14), 2017, hlm. 46.

⁷ M. Mulizar, *In Memoriam Konsep Dakwah*, hlm. 46.

c. Menurut Dr. Didin Hafidhudin, dakwah adalah suatu proses yang dilakukan da'i untuk membuat mad'u siap untuk melangkah ke jalan yang benar dan melalui tahap untuk menuju kehidupan islami yang lebih baik.⁸

2) Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur pendukung didalam kegiatan dakwah antara lain, sebagai berikut :

a. Da'i, merupakan orang yang melakukan dakwah, baik berdakwah secara lisan, tulisan maupun dalam bentuk perbuatan, baik dilakukan secara individu, kelompok, atau dalam bentuk organisasi atau lembaga yang ada. Setiap individu yang beragama Islam secara intrinsik berfungsi sebagai juru dakwah, yang berarti mereka harus menyampaikan dakwah.

b. Mad'u, merupakan orang yang menjadi mitra dakwah atau lebih tepatnya sebagai penerima dakwah. mad'u ini dapat berupa individu, kelompok, atau agama apa pun. Dengan demikian, mad'u disini adalah seluruh umat manusia.

c. Materi dakwah atau pesan dakwah adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u mengenai amar ma'ruf dan nahi munkar dengan berdasarkan ajaran agama islam.

⁸ M. Mulizar, *In Memoriam Konsep Dakwah*, hlm. 46.

Mereka biasanya dibagi menjadi tiga kategori: Pesan Akidah, Pesan Syariah, dan Pesan Akhlak.

- d. Media dakwah, merupakan alat atau perantara yang digunakan untuk menyebarkan agama Islam. Hamzah Yaqub mengklasifikasikan lima jenis media dakwah: lisan, lukisan, tulisan, audio, dan audio visual.
- e. Efek dakwah atau dampak dakwah merupakan umpan balik dari terhadap proses dalam dakwah, didalam ilmu komunikasi dikenal sebagai "umpan balik". Dalam bahasa sederhana efek dakwah berarti hasil dari proses dakwah yang dilakukan.
- f. Metode dakwah, merupakan cara dai menyampaikan pesan dakwah atau serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah.⁹

3) Pengertian Kreatif

Kreatif berasal dari kata "*to create*" dalam bahasa Inggris, yang artinya membuat atau menciptakan. Kreatif, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), didefinisikan sebagai memiliki kemampuan kreatif dan kemampuan untuk membuat. Menurut Werner Reiner dan Peter Saffert, kreatifitas adalah konsep yang berbeda yang mencakup

⁹ Amindin, *konsep dasar dakwah*, IAIN Kediri, Kediri, 2016, Vol.9, no.1, hlm. 36

kemampuan untuk menemukan suatu solusi yang berbeda atau baru untuk masalah yang sudah ada sebelumnya.¹⁰

Pola pikir kreatif dapat menyelesaikan masalah dengan berbagai ide yang dapat dikomunikasikan melalui berbagai media. Terutama di era digital saat ini, pola pikir kreatif sangat penting untuk menghadapi kemajuan teknologi. Pola pikir kreatif akan menyesuaikan informasi atau tujuan yang disampaikan, cara yang digunakan lebih disesuaikan dengan zamannya.

c. Media Sosial TikTok

Media sosial tiktok merupakan sebuah media sosial yang menampilkan audio visual didalamnya. Dalam media ini video ataupun foto ditampilkan, dibuat dengan cara mengkombinasikannya dengan berbagai musik yang sudah disediakan. Media sosial ini merupakan media yang digunakan sebagai alat untuk menyebarkan berbagai kreativitas dan keunikan dari setiap penggunanya. Adanya efek spesial yang terdapat di dalam media sosial ini, menjadikannya unik dan menarik bagi para penggunanya dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Tiktok diluncurkan pada Bulan September 2016 oleh Perusahaan ByteDance asal China, awalnya aplikasi ini bernama

¹⁰ Sadaad Jamil, Skripsi : “*Strategi Kreatif Literasi Zakat Wakaf Memproduksi Konten Dakwah Dalam Serial Animasi*”, (Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah, 2023), hlm. 19.

Douyin yang mampu mencapai 1 miliar tayangan dalam setiap harinya dengan penggunaannya 100 juta dengan kurun waktu satu tahun. Namun pada akhirnya perusahaan merubah nama Douyin menjadi tiktok guna melakukan pemasaran lebih luas. Kemudian pada tahun 2017, ByteDance menggabungkan tiktok dengan Musical.ly, Musical.ly merupakan aplikasi berbagi video yang populer terutama di Amerika Serikat. Setelah penggabungan tersebut, tiktok mengalami peningkatan pesat terutama di Jepang dan Thailand.¹¹

Pada tahun 2019, tiktok mencapai 500 juta pengguna di seluruh dunia.¹² Pada tahun 2018 di Indonesia tiktok sempat terkenal namun sayangnya tiktok kemudian di blokir oleh Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) karena dianggap tidak mendidik. Setelah pemblokiran tersebut, tiktok kembali terkenal di Indonesia sejak tahun 2020 hingga sekarang.

d. Animasi

Animasi berasal dari kata “ *Animation* “ yang dalam bahasa inggris “ *to animate* “ yang mempunyai arti menggerakkan. Jadi animasi merupakan sebuah tindakan untuk menggerakkan sesuatu (objek atau gambar) yang diam. Sejarah diciptakannya animasi diperkirakan sudah dimulai dari jaman purbakala, dengan

¹¹ Daniel, Susanto, ”Model AISAS, hlm. 46.

¹² L.K.B, Martini, “*Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*”, Prosiding, 2021, hlm. 39.

ditemukannya lukisan atau gambar-gambar pada dinding goa di Spanyol yang menggambarkan “gerak“ dari binatang-binatang.

Bangsa Mesir juga mencoba menghidupkan peristiwa-peristiwa yang terjadi dengan gambar-gambar yang dibuat di dinding dengan menggambar secara berurutan, diperkirakan pada 400 tahun yang lalu.¹³

Dalam proses penciptaan animasi modern yang semula hanya memanfaatkan komputerisasi namun sekarang ini animasi sudah mampu diciptakan melalui perangkat smartphone saja. Seorang animator dapat mengekspresikan animasi dengan unik sesuai dengan kreativitas dan dengan ciri khas yang dimiliki animator didalamnya, agar hal tersebut membedakan dengan animasi lain. Video animasi yang disajikan pastinya ada peminatnya tersendiri, sehingga para konten kreator menjadikan kontennya dengan dipadukan ladang bisnis atau tujuan tertentu.

e. Teori 4P (*The Four P'S of Creativity*)

Menurut Mel Rhodes, konsep pengembangan ide kreatif mengacu pada kemampuan seseorang (*person*) untuk mengkomunikasikan ide-ide terbaru (*product*) yang didapatkan dari hasil proses berfikir (*process*) dalam mengembangkan ide-ide sebagai bentuk tindakan untuk memenuhi kebutuhan (*press*) yang

¹³ Siti Holida, Tti Aawiyah, Penerapan Animasi Interaktif Dalam Pengenalan Aksara Sunda. Jurnal Informatika, September 2024. AMik BSI Tasikmalaya. hlm. 112.

dipengaruhi oleh kebutuhan lingkungan.¹⁴ Mel Rhodes menyebutkan ada 4 dimensi kreatif yang dikenal dengan “*The Four P’S of Creativity*”. Guilford menyebutkannya sebagai berikut :¹⁵

- a) *Person* : Upaya mendefinisikan kreativitas dari segi pencipta konten (kreator).
- b) *Process* : Upaya mendefinisikan kreativitas dari proses berfikir dan menghasilkan ide yang unik dan menarik.
- c) *Press* : Upaya mendefinisikan kreativitas dari faktor internal dan eksternal.
- d) *Product* : Upaya mendefinisikan kreativitas dari produk yang dihasilkan kreator.

Dalam membuat strategi kreatif, keempat dimensi tersebut saling berhubungan dan sangat penting. Dimensi *person* merupakan sumber daya atau individu yang bertanggung jawab atas ide kreatif yang akan menghasilkan strategi kreatif untuk program atau produk baru. Kemudian ada dimensi *proses*, yang mendefinisikan pemikiran kreatif yang akan menghasilkan strategi kreatif untuk suatu tujuan. Ketiga, dimensi *press* memberikan motivasi kepada *person*. Terakhir, dimensi *product* adalah hasil dari kombinasi dari ketiga dimensi sebelumnya, ketika membangun rencana kreatif untuk membangun program dan mencapai tujuan yang diharapkan.¹⁶

¹⁴ Sadaad Jamil, hlm. 22.

¹⁵ Sadaad Jamil, hlm. 23.

¹⁶ Sadaad Jamil, Skripsi : “*Strategi Kreatif*”, hlm. 24.

2. Penelitian Relevan

Pada bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, sehingga dapat digunakan sebagai pembandingan, berikut penelitiannya :

- a. Jamil, Sadaad (2023), “Strategi Kreatif Literasi Zakat Wakaf Memproduksi Konten Dakwah dan Serial Animasi,“ skripsi jurusan komunikasi dan penyiaran islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana dimensi *person, procces, press* dan *product* dalam serial animasi zakat wakaf. Dalam penelitiannya Sadaad Jamil menggunakan metode pendekatan kualitatif, sedangkan teori yang digunakan menggunakan teori strategi kreatif Mel’ Rhodes (*four p’s creativity*). Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah literasi zakat wakaf memiliki beberapa dorongan internal dalam pemilihan animasi sebagai media penyampaian pesan dakwah. Literasi zakat wakaf memiliki dorongan untuk meningkatkan tingkat pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap zakat dan wakaf, target *market* utama dari literasi zakat wakaf adalah masyarakat yang usianya sekitas 17 sampai dengan 35 tahun. Persamaan pada kedua penelitian yaitu keduanya sama-sama membahas strategi dakwah dalam suatu konten dengan menggunakan konsep kreatifitas Mel Rhodes yaitu *four p’s creativity*, untuk perbedaannya penelitian penulis dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya, penelitian

ini mengkaji akun instagram @Iniatifzakatindonesia sedangkan penelitian penulis mengkaji pada akun tiktok @bagussuhar.¹⁷

- b. Fujiantie, Jerina (2021) “Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @Bagussuhar”. Dakwah dan Ilmu komunikasi UIN Antasari. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui isi pesan dalam postingan akun instagram @bagussuhar. Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis semiotika dengan model penelitian Roland Barthes, yang digunakan untuk menjabarkan analisis pesan dakwah serta menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil yang dilakukan adalah pesan dakwah pada postingan akun @bagussuhar didapat dari makna denotasi dan juga makna konotasi dari 5 objek yang ditelitinya, sedangkan tema-tema yang dimuat meliputi tema Aqidah, syari’ah dan tema akhlak. Perbedaan penelitian terbaru dengan penelitian terdahulu adalah subjek penelitiannya, penelitian ini berfokus pada analisis pesan dakwah sedangkan penelitian penulis fokusnya terhadap animasi sebagai media dakwah kreatif, sedangkan persamaan penelitian ini dengan penulis adalah mengenai objek yang diteliti yaitu animasi sebagai media dakwah pada akun @bagussuhar.¹⁸

¹⁷ Jamil, Sadaad , “ *Strategi Kreatif Literasi Zakat Wakaf Memproduksi Konten Dakwah Dan Serial Animasi*” (jakarta:UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.2023) hlm.114

¹⁸ Fujiantie, Jerina, skripsi, “Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @Bagussuhar” (Banjarmasin: UIN Antasari. 2021), hlm. 30.

- c. Aji Wiryonegoro. "Pengaruh Dakwah Akun @Baguusshar dalam Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak *Followernya*" Jurnal. 2022. Universitas Islam Bandung. Penelitian yang dilakukan Aji bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten dakwah dalam akun @bagussuhar terhadap akhlak penontonnya. Penelitian ini menggunakan model metode analisis statistik deskriptif. Metode ini digunakan peneliti untuk menganalisis data yang ada dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data. Penelitian menghasilkan, yang pertama akun @bagussuhar dalam dakwahnya di instagram menggunakan *dubbing*, yang kedua follower pada akun @bagussuhar mengalami perubahan secara signifikan sekitar 87%, nilai perubahan tersebut seperti: *Hablum Minallah*, *Hablum Minannas*, dan *Hablum Minal Alam*. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada fokus pembahasan, penelitian ini berfokus pada pengaruh akun @bagussuhar terhadap akhlak *follower*, sedangkan penulis lebih berfokus pada bagaimana proses dakwah itu dilakukan. Sedangkan persamaannya subjek yang diteliti penelitian ini dan penulis sama.¹⁹
- d. Chotijah Fanaqi, "Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19," 2021, Jurnal Dakwah. Metode pada penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Penelitian yang

¹⁹ Aji Wiryonegoro, jurnal, "Pengaruh Dakwah Akun @Baguusshar dalam Media Sosia Instagram Terhadap Akhlak Followernya"(Bandung: Universitas Islam Bandung, 2022), hlm. 13.

dilakukan bertujuan untuk melihat dan memahami bagaimana tiktok digunakan sebagai salah satu media sebagai pendukung kreativitas di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan model kualitatif dengan menggunakan pendekatan interpretatif. Data primer yang digunakan berasal pengguna aplikasi tiktok yang diwawancara saat pandemi covid di bulan September 2020. Penelitian yang dilakukan menghasilkan, media sosial tiktok mampu menunjang kreativitas para penggunanya di masa pandemi yang lalu. Persamaan penelitian ini ada pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif serta sama-sama meneliti penggunaan tiktok sebagai media kreativitas . Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terdapat pada teknik pendekatannya, sedangkan peneliti menggunakan teknik pendekatan deskriptif. Selain itu sumber objek yang diteliti pun berbeda, dimana sumber penelitian terdahulu didapatkan dari hasil wawancara dengan pengguna tiktok sedangkan peneliti mendapatkan sumber objeknya dari akun tiktok @Bagussuhar.²⁰

- e. Desi Marliani Rahmania,dkk, “Penggunaan Media Video Animasi Berbasis Capcut sebagai Media Dakwah dalam Pembelajaran PAI di Sekolah Dasar”, 2023, Journal on Education. Penelitian yang dilakukan oleh Desi bertujuan untuk mengetahui desain media animasi, dan mengetahui produk media video animasi berbasis

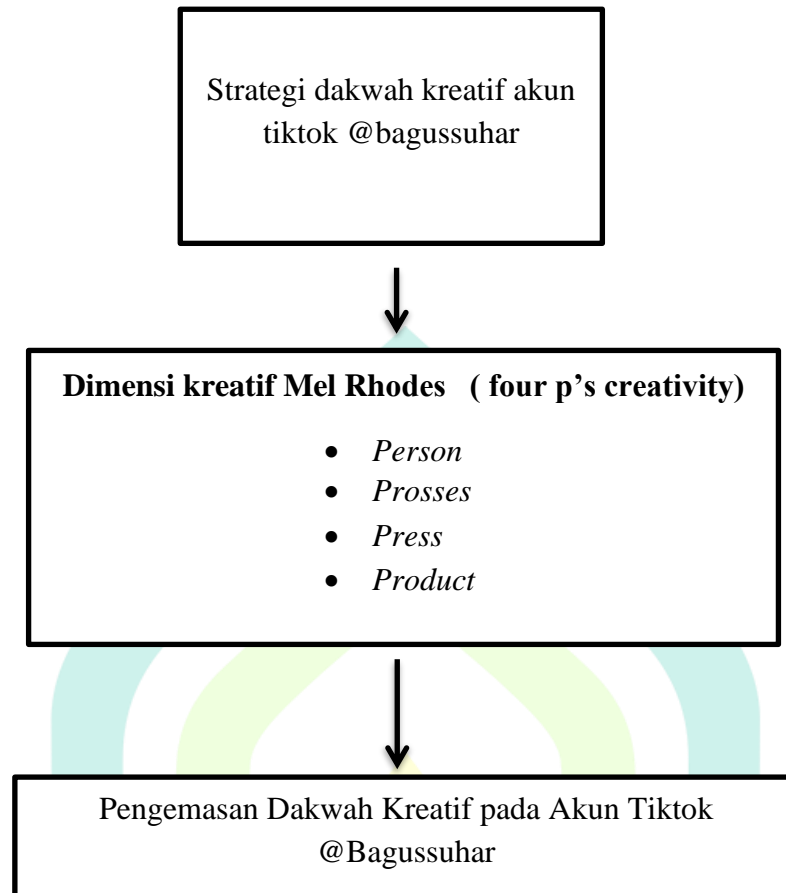
²⁰ Chotijah Fanaqi, *Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Dakwah, 2021, 22(1).

capcut. Metode pada penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Design and Development. Data primernya berasal dari siswa kelas 5 SDN Lembur Situ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video animasi yang berbasis Capcut dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap risalah Nabi Muhammad SAW dalam proses Berdakwah. Persamaan penelitian ini ada pada tema fokus penelitian yaitu meneliti animasi yang digunakan sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terdapat pada jenis metode dan teknik pendekatannya, penelitian terdahulu menggunakan jenis kuantitatif dengan teknik pendekatan interpretatif sedangkan peneliti menggunakan jenis metode kualitatif dengan teknik pendekatan deskriptif. Selain itu sumber objek yang diteliti pun berbeda, dimana bersumber dari siswa kelas 5 SDN Lembur Situ sedangkan sumber peneliti didapatkan dari akun tiktok @Bagussuhar.²¹

3. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah alur penelitian sebagai alat bantu peneliti yang berfungsi untuk menggali hubungan antar variabel dengan teori yang digunakan sehingga dapat membantu menjawab permasalahan penelitian.

²¹ Desi Marliani Rahmania,dkk, *Penggunaan Media Video Animasi Berbasis Capcut sebagai Media Dakwah dalam Pembelajaran PAI di Sekolah Dasar*, Journal on Education, 2023, 6, (1).



Bagan 1.1. Kerangka Berfikir

Alur penelitian ini adalah dengan menemukan dakwah kreatif yang terdapat pada akun tiktok @Bagussuhar dengan menggunakan animasi sebagai media dakwahnya. Tahap kedua peneliti menganalisis akun tiktok @Bagussuhar dengan Teori Strategi Kreatif (*Four P's creativity*) milik Mel Rhodes. Pada tahap ketiga, dari Teori Strategi Kreatif (*Four P's creativity*) milik Mel Rhodes peneliti dapat :

- a. Mendefinisikan kreativitas kreator pada akun tiktok @bagussuhar melalui dimensi *person*.

- b. Mendefinisikan kreativitas pada proses berfikir kreator pada akun tiktok @bagussuhar melalui dimensi *process*.
- c. Menelaah dorongan internal dan eskternal kreator dalam menghasilkan kreativitas pada akun tiktok @bagussuhar.
- d. Mendefinisikan kreativitas produk animasi yang dihasilkan kreator pada akun tiktok @bagussuhar melalui dimensi *product*.

F. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian deskriptif. metode deskriptif digunakan untuk menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata, gambar dan buku-buku. Penelitian yang dilakukan disajikan dengan kutipan-kutipan sehingga mampu menggambarkan laporan yang dibuat.

Peneliti memilih metode deskriptif karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk mengetahui strategi dakwah kreatif pada akun tiktok @bagussuhar.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam bukunya yang berjudul “metodelogi kualitatif” terdapat ciri khas dalam penelitian kualitatif yaitu menghasilkan data yang bersifat deskriptif.²² Peneliti

²² A. Rachman & I. Nadiyah, (2018), “Dakwah Melalui Film Animasi”, ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 9(2), hlm. 35.

menggunakan jenis penelitian ini untuk mengetahui secara mendalam mengenai strategi dakwah kreatif yang ada dalam akun tiktok @Bagussuhar.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh yang dibutuhkan sebagai data utama dalam penelitian. Data primer dapat dihasilkan dari proses wawancara, survei maupun analisis. pada penelitian ini, data primer dihasilkan dari wawancara terhadap pemilik akun @Bagussuhar dan juga dari video yang diunggah akun tiktoknya.

b. Data Sekunder

Data sekunder sendiri merupakan data tambahan atau data pelengkap dari data primer yang dikumpulkan. Pada penelitian ini, data tersebut berasal dari buku, jurnal, artikel, penelitian terdahulu, internet serta dokumentasi yang relevan dan terkait dengan data primernya.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses yang dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh suatu keterangan dengan cara tanya jawab, baik secara langsung tatap muka maupun dengan menggunakan media tulisan. Dengan demikian, wawancara

merupakan keterlibatan kehidupan informan.²³ Dalam penelitian ini peneliti memilih Bagus Suhartawan sebagai narasumber karena beliau merupakan pemilik dan pencipta akun tiktok @Bagussuhar.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti untuk menghasilkan dan memahami suatu pengetahuan dengan berdasarkan pada fakta dari peristiwa empiris.²⁴ Peneliti menggunakan tipe observasi non-partisipatif untuk mengamati respons serta interaksi penonton terhadap konten dakwah melalui animasi yang disampaikan oleh akun @Bagussuhar. Peneliti akan mencatat tanggapan atau komentar, dan tingkat keterlibatan penonton dengan konten yang disampaikan.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, penggunaan teknik wawancara dan observasi dilengkapi dengan metode pengumpulan data yang didokumentasikan.²⁵ Pada penelitian yang dilakukan, data dokumentasi diperoleh dari buku, jurnal, dan internet serta biografi, yang sesuai dan relevan dengan penelitian yang dilakukan.

²³ Burhan bungin, Penelitian Kualitatif, (jakarta : Kencana Prenada Media group. 2007), 108.

²⁴ Hasyim Hasanah, 2017, “Teknik-Teknik Observasi” (*Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial*), At-Taqaddum, 8(1), hal. 25.

²⁵ Sujarweni, V. W. (2014), “Metodelogi penelitian”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2014), hal. 36.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses bagaimana data diatur, dan pengorganisasian data yang ada ke dalam sebuah pola, kategori, maupun urutan dasar penelitian untuk menganalisis data secara keseluruhan.²⁶

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori strategi kreatif (*Four P's creativity*) milik Mel Rhodes. Mel Rhodes mengemukakan 4 dimensi kreatif, yakni²⁷ :

a. *Person*

Dimensi *person* adalah upaya mendefinisikan kreativitas dari segi individu atau pencipta yang ssering disebut konten (kreator)

b. *Process*

Dimensi *Procces* adalah upaya mendefinisikan kreativitas dari proses berfikir sehingga mampu menghasilkan ide yang unik dan menarik.

c. *Press*

Dimensi *Press* adalah mendefinisikan kreativitas dari faktor dorongan internal (diri kreator) dan eksternal (dari lingkungan sekitar atau psikologis) berupa keinginan atau hasrat untuk menciptakan sesuatu .

²⁶ Michael Quinn Patton, “*Metode Evaluasi Kualitatif*”, hlm.250

²⁷ Jamil, Sadaad , “ Strategi Kreatif Literasi Zakat Wakaf Memproduksi Konten Dakwah Dan Serial Animasi” (jakarta:UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.2023)

d. *Product*

Dimensi *Product* adalah upaya mendefinisikan kreativitas dari produk yang dihasilkan kreator, baik sesuatu yang dihasilkan tersebut adalah inovasi (sesuatu yang baru) atau mengkolaborasikan dengan sesuatu yang sudah ada sebelumnya.

G. Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

- BAB I** Pendahuluan. Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan, tujuan, manfaat penelitian, metode, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.
- BAB II** Landasan Teori. Pada bab ini membahas mengenai landasan teori tentang dakwah kreatif pada akun @bagussuhar melalui kakek tiktok, serta biografi Bagus Hermawan.
- BAB III** Gambaran objek penelitian. Pada bab ini menjelaskan gambaran mengenai konten “kakek tiktok” pada akun tiktok Bagus Hermawan.
- BAB IV** Hasil dan pembahasan. Pada bab ini berisi tentang bagaimana penyampaian dakwah kreatif dari dimensi *Person*, *Process*, *Press* dan *Product*. pada akun @bagussuhar Melalui akun tiktok “ kakek tiktok “.
- BAB V** Penutup. Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari peneliti.



BAB V

PENUTUP

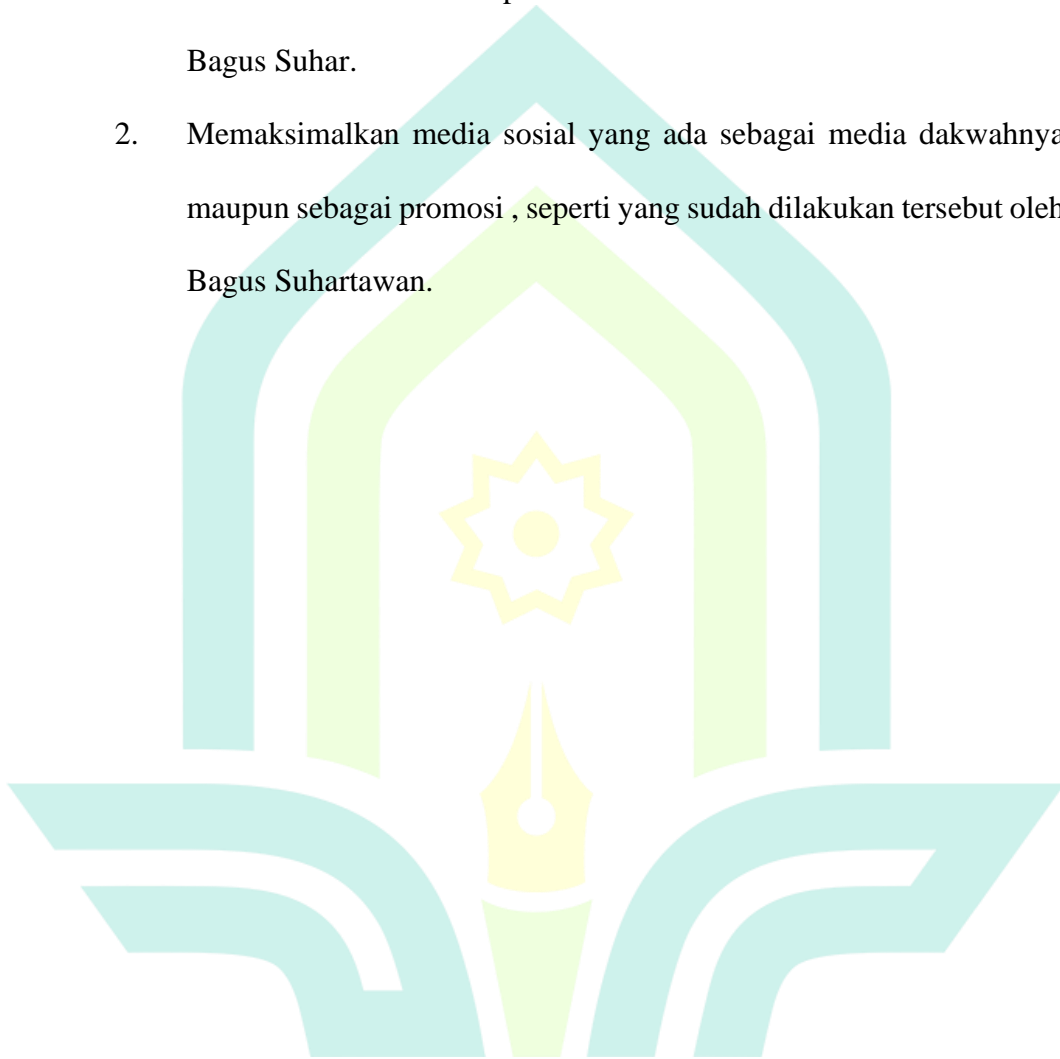
A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan mengenai penelitian “Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @Bagussuhar”, konten animasi kakek tiktok di dalamnya mencakup 4 dimensi kreativitas berdasarkan dengan teori Mel Rhodes. Dimensi kreativitas tersebut adalah *Person*, Bagus Suhartawan selaku inisiator utama dalam pembuatan konten dakwah dalam akun kakek tiktok. Dimensi *process*, Riset dan analisis terhadap *trend* atau video yang kurang pantas atau bertentangan syariat maupun norma setelah itu, penulisan *script* video pesan dakwah oleh Bagus Suhar guna meluruskan *trend* yang kurang pantas dalam bentuk kritik umum, dan pembuatan animasi serta penentuan karakter yang digunakan. Bersamaan dengan itu juga dilakukan *voice over* mengenai *script* pesan dakwah. Dalam dimensi *press*, terdapat faktor internal dan eksternal, meliputi: faktor internal sendiri memiliki bakat untuk membuat *script* drama yang ia kembangkan menjadi *script* dakwah dan juga peniruan suara kakek yang ia dapatkan di sanggar teater saat kuliah dulu. Sedangkan faktor eksternalnya pemilihan media tiktok sebagai media dakwah dimaksudkan kepada sasaran mad’unya yaitu anak remaja. Dan terakhir dimensi *product*, konten yang diunggah sudah banyak mencapai 508 postingan pada 1

Oktober 2023, diantaranya respon kakek terhadap Coki Pardede, kontroversi Namjoon, dan kakek menjawab kolom komentar.

B. Saran:

1. Selalu meningkatkan kualitas dan kuantitas sehingga mampu memaksimalkan dalam produksi konten dalam akun kakek tiktok Bagus Suhar.
2. Memaksimalkan media sosial yang ada sebagai media dakwahnya maupun sebagai promosi , seperti yang sudah dilakukan tersebut oleh Bagus Suhartawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin. "Konsep Dasar Dakwah", Jurnal Dakwah 9. No. 1 (2016) Vol.3.
- Assarroudi, A., Heshmati Nabavi, F., Armat, M. R., Ebadi, A., & Vaismoradi, M. . Directed Qualitative Content Analysis: The Description And Elaboration Of Its Underpinning Methods And Data Analysis Process. Journal Of Research In Nursing, 23 No.1 (2018).
- Daniel, Susanto. 2021. "Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee", Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Desi Marlina Rahmania,Dkk, "Penggunaan Media Video Animasi Berbasis Capcut Sebagai Media Dakwah Dalam Pembelajaran Pai Di Sekolah Dasar." Jurnal Edukasi, No.1 (2023): 6.
- Fanaqi, Chotijah. "Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19." Jurnal Dakwah, No. 1 (2022): 21.
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah:(Studi Kasus Ustad Syam, di akun@ syam_elmarusy). KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah.
- Fujiantie, Jerina. 2021. "Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @Bagussuhar." Banjarmasin: Uin Antasari.
- Hadari, Nawawi, "Manajemen strategis: Organisasi non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan", (Yogyakarta: Gajah Mada University Pres).
- Hanifuddin, Muhammad. "Keutamaan Mengajak Kebaikan Ala Sayyid Muhammad Al-Maliki." Banten.Nu.Online.Id, 23 Mei 2023.
- Hasanah, H. 2017. "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." At-Taqaddum, 8,21-46.
- Jamil, S. 2023. "Strategi Kreatif Literasi Zakat Wakaf Memproduksi Konten Dakwah Dalam Serial Animasi Tahun 2023". Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- L.K.B, Martini. 2021. "Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Universitas Triatma Mulya.

- Marini, Riska. 2019. "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. Tesis Phd. Uin Raden Intan Lampung.
- Marwah, rahmawati "Efektivitas dakwah akun tiktok @dinda_ibrahim" syarif hidayatullah.2022s), 147.
- Muamarah. 2021. "Strategi kreatif Muslimahdaily.com dalam mengemas konten dakwah melalui film islami embun hijrah.UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mulizar, M. 2017. In Memoriam Konsep Dakwah Dan Pemikiran Pakar Hadis; Prof. Dr. Kh. Ali Mustafa Yaqub, Ma. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8(1).
- Nurul Fajriani .2022. " Konsep Dakwah Islamiyah". IAIN Manado.
- Palupi Muslikhah, F., & Taufik, R. F. N. (2023). *Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Peningkatan Wawasan Keagamaan Bagi Mahasiswa Di Institut Agama Islam Sahid Bogor*. *Jurnal Sahid Da'watii*, 1(02), 15-27.
- Rachman, A., & Nadiyah, I. (2018). Dakwah Melalui Film Animasi. *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 29-42.
- Rahayu, F. (2022). Pengembangan Kreativitas Anak Melalui Startegi 4p (Person, Press, Process, Product). *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Saepurahman, N. M. F. 2023. *Nilai-Nilai Akhlak Dalam Konten Tiktok Kakek Animasi Pada Akun @Bagussuhar*, (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Sari Damayanti.2022. " Ilmu dakwah : dalil kewajiban, dan unsur-unsur dakwah dalam tinjauan *community development* ".Lampung.
- Siti Holida, Tti Aawiyah. "Penerapan Animasi Interaktif Dalam Pengenalan Aksara Sunda." *Jurnal Informatika*. Amik Bsi Tasikmalaya. (2004) Hal. 112.
- Sihotang, Tota Dorada Oktavia. 2019. " Dampak Negatif Tiktok Di Masa Pandemi" Universitas Lambung Mangkurat.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi Penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.
- Wiryonogoro, Aji."Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar Dalam Media Sosia Instagram Terhadap Akhlak Followernya." *Jurnal Dakwah*,No.1 (2022),

LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Ali Ma'sum
Tempat dan Tanggal Lahir : Batang 15 Agustus 1999
Alamat Asal : Dukuh Krajan Desa Binangun Kecamatan Bandar Kabupaten Batang
Alamat Sekarang : Dukuh Krajan Desa Binangun Kecamatan Bandar Kabupaten Batang

Nama Orangtua

Ayah : Kastolani
Ibu : Umi Asanah
Email : alimasum00746@gmail.com
No. Hp. : 082328742385

Riwayat Pendidikan

Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD Negeri Binangun 02 Kecamatan Bandar Kabupaten Batang lulus pada tahun 2012, MTs At-Taqwa Kecamatan Bandar Kabupaten Batang lulus pada tahun 2015, MA Sunan Kalijaga Bawang lulus pada tahun 2018. Penulis melanjutkan Pendidikan S1 di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran I