

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH  
USTADZ IRFAN RIZKI HAAS  
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @IRFANRIZKIHAAS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan  
Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH  
USTADZ IRFAN RIZKI HAAS  
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @IRFANRIZKIHAAS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan  
Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yunita Nur Islami

NIM : 3419057

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IRFAN RIZKI HAAS MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @IRFANRZIKIHAAS”** 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 Juli 2024

Yang Menyatakan,



**Yunita Nur Islami**  
**NIM. 3419057**

## NOTA PEMBIMBING

**Kholid Noviyanto, M.A. Hum**  
**JL. Pahlawan, KM 05, Rowolaku, Kajen, Pekalongan**

Lamp : 1 (satu) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Yunita Nur Islami

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

**PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Yunita Nur Islami  
NIM : 3419057  
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IRFAN  
RIZKI HAAS MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK  
@IRFANRIZKIHAAS**

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 7 Juni 2024

Pembimbing,



**Kholid Noviyanto, M.A. Hum**  
**NIP. 19881001 201903 1 008**



**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](http://fuad.uingusdur.ac.id) | Email : [fuad@uingusdur.ac.id](mailto:fuad@uingusdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

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

Nama : **YUNITA NUR ISLAMI**  
NIM : **3419057**  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ  
IRFAN RIZKI HAAS MELALUI MEDIA SOSIAL  
TIKTOK @IRFANRIZKIHAAS**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 11 Juli 2024 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. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A**  
NIP. 197801052003121002

  
**Dimas Prasetya, M.A**  
NIP. 198911152020121000

Pekalongan, 11 Juli 2024

Disahkan Oleh

Dekan



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

## 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. 0543b/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 Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	B	-
ت	Tā	T	-
ث	Šā	Š	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-
ح	Hā	H	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Žal	Ž	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Šād	Š	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	D	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Tā	T	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā	Z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
ف	Fā	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
هـ	Hā	H	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	Y	-

## B. Konsonan Rangkap

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

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

## C. Tā 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 + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu 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-Qur n*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf *l* diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Sy ah*

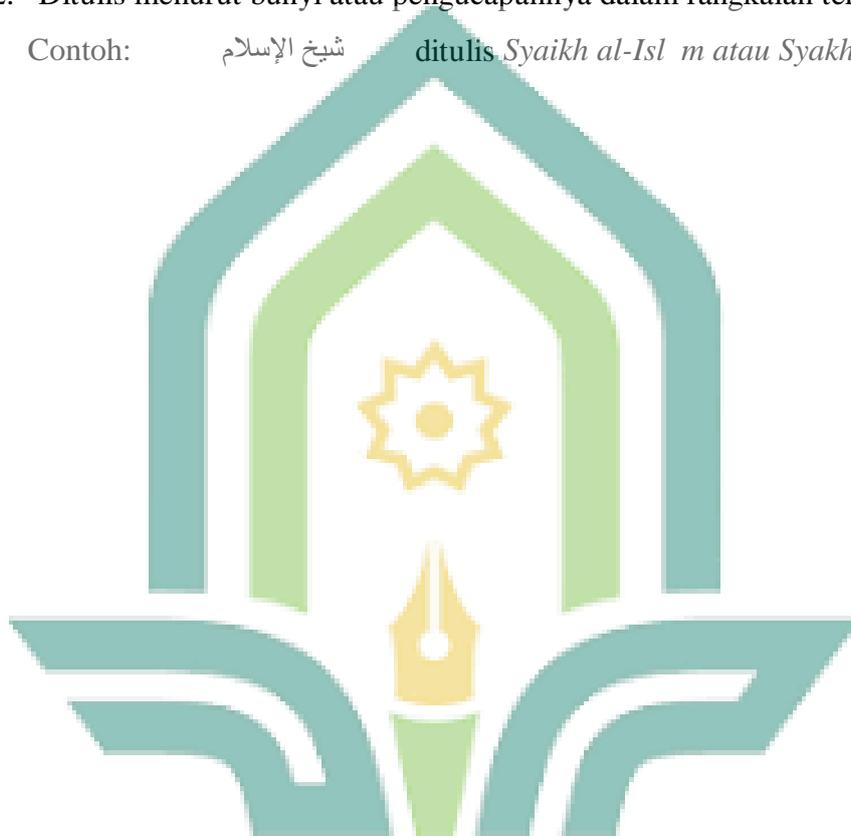
### **I. Huruf Besar**

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 puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang berarti. Saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat berupa rezeki dan kesehatan sehingga saya mampu menikmati kehidupan serta bangku perkuliahan dengan ikhlas dan bahagia.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Rais dan Ibu Susi Chotijah yang senantiasa memberikan dukungan, pengorbanan, kasih sayang, dan doa-doa yang dipanjatkan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.
3. Kakak perempuan saya, Eka Rezki Maghfiroh telah berjasa dalam mendorong semangat adiknya untuk tetap mengerjakan skripsi sedikit demi sedikit sampai akhirnya selesai.
4. Bapak Kholid Noviyanto, M.A. Hum selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, dan meluangkan waktunya selama proses skripsi berlangsung.
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan dalam memberikan bantuan selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
6. Sahabat saya Nurul Faoziyatunnisa dan Siti Luthfiya yang telah berjuang bersama sejak di bangku sekolah sampai dengan bangku perkuliahan.

7. Seluruh teman-teman KPI angkatan 19 terutama Ajeng Pipit Apriliani dan Fitriyatunnisa yang telah berproses bersama-sama sejak awal perkuliahan sampai skripsi ini selesai.
8. Diri saya sendiri, Yunita Nur Islami yang sudah mampu bertahan sampai titik ini. Terima kasih atas kerja kerasnya. Terima kasih untuk tidak menyerah di tengah jalan. Terima kasih atas segala bentuk perjuangan hingga akhirnya skripsi ini selesai.



## **MOTTO**

Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut untuk diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan

-Maudy Ayunda-



## ABSTRAK

Islami, Yunita Nur. 2024. *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas Melalui Media Sosial Tiktok*. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Negeri Islam K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Kholid Noviyanto, M.A. Hum.

### **Kata kunci: srategi dakwah, TikTok, Al-Bayanuni**

Strategi dakwah adalah metode yang digunakan untuk menyebarkan ajaran agama Islam dan mengajak orang-orang untuk memahami serta mengikuti ajaran tersebut. Strategi digunakan untuk memudahkan *da'i* mampu terkoneksi dengan *mad'u*. Selain strategi yang tepat digunakan, perlu adanya gaya bahasa yang mampu diterima oleh *mad'u*. Terdapat berbagai macam strategi komunikasi dakwah dan gaya bahasa dakwah yang dapat dilakukan oleh *da'i*, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti yang dilakukan oleh Ustadz Irfan Rizki Haas.

Media sosial yang menjadi tren saat ini adalah TikTok, di mana aplikasi tersebut sangat efektif sebagai pemanfaatan dakwah karena mudah dijangkau oleh berbagai generasi dan pesan dakwah tersebut akan mudah tersebar karena banyaknya pengguna aktif TikTok terutama di Indonesia. TikTok menjadi populer karena memiliki beragam fitur untuk mendukung pembuatan konten dakwah sehingga mampu menarik perhatian mitra dakwah dalam penyampaian pesan. Serta penyampaian pesan menjadi lebih efektif karena adanya fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan Ustadz Irfan Rizki Haas.. Selanjutnya untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian analisis konten serta menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni yang terdiri dari strategi sentimental yaitu dakwah yang menyentuh hati dan emosi, strategi rasional yaitu dakwah yang menggunakan logika, dan strategi indrawi yaitu dakwah yang dilakukan dengan pendekatan melalui panca indera.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Irfan dalam membuat konten dakwahnya menerapkan strategi komunikasi dakwah Al-Bayanuni. Kemudian menggunakan gaya bahasa yang sesuai dengan prinsip komunikasi dalam Al-Quran yaitu *qaulan maisura* (perkataan yang pantas); *qaulan layyina* (perkataan yang lembut); *qaulan baligha* (perkataan yang efektif/menyentuh hati); *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik); *qaulan sadida* (perkataan yang benar); dan *qaulan karima* (perkataan yang mulia).

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial TikTok @irfanrizkihaas.

Dakwah berbasis media sosial berkembang dengan cepat, dan salah satu platform yang populer adalah TikTok, terutama populer di kalangan anak muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja strategi komunikasi dakwah media sosial TikTok yang efisien dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi penyebaran pesan dakwah Islam kepada khalayak yang lebih luas, khususnya bagi para pengguna media sosial TikTok.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal 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. Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. Dr. Amat Zuhri, M.Ag selaku Dosen Wali Penulis.
5. Kholid Noviyanto, M.A. Hum selaku Dosen Pembimbing.
6. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H Abdurramhan Wahid Pekalongan beserta Staf.
7. Orang tua, keluarga, dan sahabat yang selalu mendoakan dan memotivasi.
8. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 2 Juli 2024

Penulis

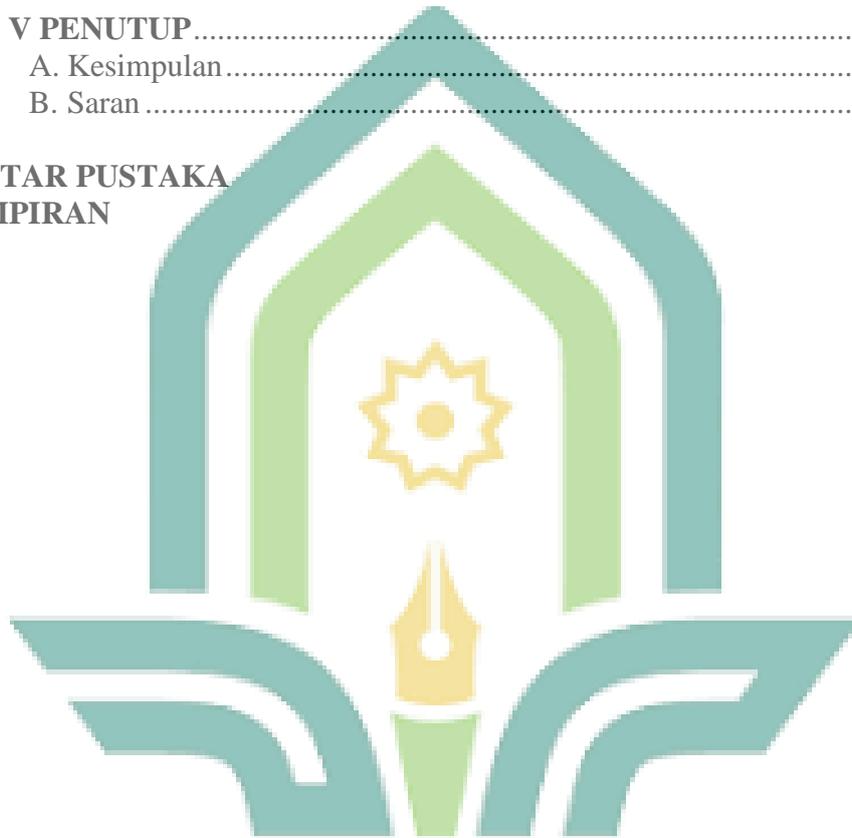


## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>SURAT PENYATAAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-Indonesia</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori .....	10
1. Analisis Teori .....	10
2. Kerangka Berpikir .....	13
F. Tinjauan Pustaka .....	14
G. Metode Penelitian .....	17
H. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	23
A. Dakwah .....	23
1. Pengertian Dakwah .....	23
2. Unsur-Unsur Dakwah .....	24
B. Strategi Komunikasi Dakwah .....	27
1. Pengertian Strategi .....	27
2. Tahapan-Tahapan Strategi .....	29
3. Strategi Komunikasi Dakwah .....	30
C. TikTok .....	34
D. Gaya Bahasa Dakwah .....	37
<b>BAB III GAMBARAN UMUM</b> .....	41
A. Biodata Ustadz Irfan Rizki Haas .....	41
B. Strategi Ustadz Irfan Rizki Haas .....	42
1. Strategi Sentimentil Ustadz Irfan melalui Media Soaial Tiktok .	42
2. Strategi Rasional Ustadz Irfan melalui Media Sosial Tiktok .....	48
3. Strategi Indrawi Ustadz Irfan Rizki melalui Media Sosial Tiktok	51

<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	56
A. Analisis Strategi Dakwah Sentimentil Ustadz Irfan Rizki Hass Melalui Media Sosial TikTok .....	56
B. Analisis Strategi Dakwah Rasional Ustadz Irfan Rizki Hass Melalui Media Sosial TikTok .....	62
C. Analisis Strategi Dakwah Indrawi Ustadz Irfan Rizki Hass Melalui Media Sosial TikTok .....	65
D. Analisis Gaya Bahasa Dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas Melalui Media Sosial Tiktok.....	69
 <b>BAB V PENUTUP</b> .....	 73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	73

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 2 Mei 2024 .....	42
Gambar 3.2 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 2 Mei 2024 .....	43
Gambar 3.3 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 4 Mei 2024 .....	44
Gambar 3.4 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 4 Mei 2024 .....	45
Gambar 3.5 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 7 Mei 2024 .....	46
Gambar 3.6 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 7 Mei 2024 .....	46
Gambar 3.7 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 16 Mei 2024 .....	47
Gambar 3.8 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 16 Mei 2024 .....	48
Gambar 3.9 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 2 Mei 2024 .....	48
Gambar 3.10 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 2 Mei 2024 .....	49
Gambar 3.11 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 7 Mei 2024 .....	50
Gambar 3.12 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 7 Mei 2024 .....	51
Gambar 3.13 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 6 Mei 2024 .....	51
Gambar 3.14 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 6 Mei 2024 .....	52
Gambar 3.15 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 15 Mei 2024 .....	53
Gambar 3.16 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 15 Mei 2024 .....	54
Gambar 3.17 Konten Tiktok @irfanrizkihaas 24 Mei 2024 .....	54
Gambar 3.18 Kolom Komentar pada Konten Tiktok @irfanrizkihaas 24 Mei 2024 .....	55



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT mendorong setiap makhluknya untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada sesamanya, kita sebagai manusia juga dituntut untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada orang lain, sebuah praktik yang dikenal sebagai dakwah. Dakwah biasanya dipahami sebagai sebuah gerakan yang bertujuan untuk membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik serta mampu memajukan kehidupan dunia akhirat. Setiap muslim memiliki tugas yang berkelanjutan untuk menyebarkan agama Islam dan membangun kembali masyarakat yang sejalan dengan ajaran-ajaran Islam (rahmatan lil alamin).<sup>1</sup> Anjuran tersebut dapat dilihat pada surat An-Nahl ayat 125.

دَعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ  
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۙ ۱۲۵

*Artinya: "Ajaklah manusia ke jalan Tuhanmu dengan cara yang bijaksana, pengajaran yang baik dan berdialoglah dengan mereka dengan cara-cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."<sup>2</sup>*

Ada beberapa unsur yang selalu ada dalam praktik dakwah. Bagian-bagian tersebut disebut dengan unsur dakwah. Unsur dakwah **pertama**, yaitu da'i (pelaku dakwah) merupakan individu yang menyebarkan ajaran agama Islam melalui lisan, tulisan, dan perbuatan, maupun melalui organisasi. **Kedua**,

<sup>1</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada:2018), hlm. 2.

<sup>2</sup> Al Quran Q.S An-Nahl ayat 125. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125> pada tanggal 10 April 2024.

manusia yang menjadi khalayak sasaran penerima dakwah dikenal dengan sebutan mad'u (mitra dakwah). **Ketiga**, substansi atau pesan yang diberikan oleh da'i kepada mad'u dikenal dengan istilah maddah (materi dakwah). **Keempat**, istilah thariqah (strategi dakwah) mengacu pada suatu tindakan tertentu yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu tugas. **Kelima**, dakwah niscaya akan memiliki atsar (efek dakwah) yang menghasilkan respon atau reaksi.<sup>3</sup>

Strategi dakwah atau usaha yang dilaksanakan oleh seorang *da'i* agar terus dapat melaksanakan dakwah (memberikan siraman rohani), sangat diperlukan demi dakwah yang mampu mencapai tujuan efektif. Ketika teknologi semakin maju, metode dakwah yang dulunya digunakan secara tradisional (ceramah tatap muka) kini digunakan dengan cara yang modern yaitu dengan memanfaatkan media sosial, salah satunya media sosial Tiktok. Metode ini mempermudah para *da'i* dalam menyebarkan materi dakwah secara luas dan mempermudah akses masyarakat dalam mendapatkan informasi tentang prinsip-prinsip Islam.<sup>4</sup>

Masyarakat sekarang memanfaatkan media sosial dalam kegiatan sehari-hari. Media sosial memiliki dua kegunaan virtual, baik untuk menyebarkan kebaikan maupun menyebarkan keburukan. Sebagaimana kebaikan media sosial adalah menjaga silaturahmi antar manusia, memperluas lingkaran pertemanan, serta menyebarkan informasi yang *valid*. Sedangkan keburukan media sosial adalah terjadinya penipuan dan pemalsuan seperti berita *hoax*

---

<sup>3</sup> M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hlm. 75.

<sup>4</sup> Ach. Baidowi, Moh. Salehuddin, "Strategi Dakwah di Era New Normal", *Muttaqien*, Vol.2 No. 1 (Januari, 2021), hlm 59.

yang diyakini kebenarannya oleh banyak orang, terjadinya *cyber bullying*, dan perang dingin diakibatkan karena perbedaan pendapat.<sup>5</sup> Sebagai umat muslim yang baik hendaklah menetapkan batasan diri dan menahan diri dari perilaku online yang menyinggung dan gunakanlah ilmu keagamaan yang sesuai dengan kompetensi pada dirinya. Tidak hanya pada *mad'u* saja, tetapi seorang *da'i* juga harus menjaga tutur kata dan juga perilakunya sesuai dengan Q.s Al-Qalam ayat 10-11

وَلَا تُطِعْ أُولَٰئِكَ إِلَّا مَشَٰوَرَةً مِّنْكُمْ وَلَا تَطِعْ أُولَٰئِكَ إِلَّا مَشَٰوَرَةً مِّنْكُمْ ۗ

Artinya : *Dan janganlah engkau patuhi setiap orang yang suka bersumpah dan suka menghina, yang banyak mencela, yang kian kemari menghambur fitnah.*<sup>6</sup>

Pada ayat tersebut dimaksudkan agar seorang *da'i* menggunakan perkataan tutur yang baik dan sopan sehingga tidak menyakiti hati para mad'unya. Selain itu, seorang *da'i* juga harus memegang teguh kode etik dakwah agar dakwah selanjutnya menjadi responsif dan terarah pada pencapaian tujuan dakwah yang sebenarnya. Kode etik dakwah melarang antara lain, pemisahan antara ucapan dan perbuatan, praktik toleransi beragama, penghinaan terhadap ibadah non-muslim, penggunaan diskriminasi sosial, tidak memungut imbalan, dan bersahabat dengan pelaku maksiat, serta mengkomunikasikan kepalsuan.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Muhamamd Fiqi Muhammad Azrin, dkk., *Media Sosial dan Perhubungan Sesama Manusia Menurut Islam*, Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia, 2019, hlm 51-53.

<sup>6</sup> Al Quran Q.S Al – Qalam ayat 10-11. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125> pada tanggal 25 April 2024.

<sup>7</sup> Munizer Suparta dan Harjani Hafni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm 82-92.

Agama Islam tidak mengajarkan kekerasan dan perilaku agresif.<sup>8</sup> Tindak kekerasan tidak ditoleransi pada pendidikan. Sebaliknya, penerapan teknik komunikasi yang bijaksana dan meyakinkan dapat menjadi penghubung untuk menjaga hubungan positif dan mungkin mempengaruhi tingkah laku *mad'u*. *Da'i* biasanya adalah mereka yang tahu lebih banyak tentang Islam daripada dengan yang lain. Hakikatnya sebagai *da'i* adalah seseorang yang patut diteladani oleh masyarakat dengan keilmuan agamanya baik dari tutur kata maupun perilaku moralnya dan menjadikan agama Islam sebagai agama yang mampu memberikan kedamaian dan kasih sayang untuk umat manusia dan alam semesta (*rahmatan lil 'alamin*). Semua aspek kehidupan *da'i* disorot untuk digunakan *mad'u* sebagai ilustrasi, oleh karena itu sebagai *da'i* sebaiknya lebih diperhatikan kembali dalam bertindak dan menahan diri untuk tidak menggunakan kekerasan saat berdakwah. Satu diantaranya adalah tidak melakukan kekerasan verbal. Tidak menutup kemungkinan bahwa berawal dari kekerasan verbal akan mewujudkan tindak kekerasan selanjutnya. Beberapa *da'i* dalam ceramahnya sering kali mengucapkan bahasa verbal yang keras sebagai akibat dari kesalahan ucapan. Pada hakikatnya, kekerasan verbal merupakan cerminan dari karakter *da'i*. Selain itu ada juga yang sengaja dimasukkan untuk membumbui ceramah dalam upaya menarik perhatian *mad'u* dan melibatkannya untuk menarik perhatian *mad'u* pada ceramah yang disampaikan.

---

<sup>8</sup> Najib Ahmad Ainun, Agresi *Da'i* Terhadap *Mad'u* dalam Kajian Psikologi Dakwah, *Journal Of Dakwah Management*, (vol. 1, no. 1, 2022), hlm 57

Sebagaimana kasus-kasus yang terjadi dan viral mengenai kekerasan verbal pada kegiatan ceramah. Berikut beberapa contoh kasusnya yaitu pidato rekaman oleh Aman Abdurrahman yang berjudul Nama Musyrik memiliki durasi 47 menit 33 detik. Pidato tersebut terdapat kekerasan verbal berupa stigmatisasi yang merupakan proses melekatkan label atau stigma pada seseorang atau kelompok, misalnya dengan mengelompokkan seseorang atau kelompok dengan sifat-sifat yang tidak diinginkan. Salah satunya adalah pemberian cap musyrik pada kalimat ucapan “*Sedangkan orang musyrik bukan muslim*” pada menit ke 35:52-35:54 dan juga pada ucapan “*Kalau masih melakukan syirik akbar berarti bukan orang muslim dengan ijma para ulama. Tapi dia orang musyrik*” pada menit ke 40:18-40:23.<sup>9</sup> Kemudian contoh kasus kekerasan verbal yang kedua adalah pada kasus maulid nabi yang diisi oleh Habib Rizieq yang mengucapkan kalimat “*Lo\*\*e hina habib dijaga polisi. Kacau tidak? Mestinya lo\*\*e yang hina habib, hina ulama, tangkep. Bukan dijagain. Polisi jawab, tapi ada ancaman habib. Mangkanya lu tangkep,*”<sup>10</sup> Hal tersebut bukanlah tindakan yang layak diperlihatkan kepada *mad’unya*. Sebagai da’i seharusnya menahan diri untuk tidak menggunakan bahasa yang kasar karena hal tersebut bertentangan dengan norma dakwah yaitu *qaulan masyuran*. Konsep *qaulan masyuran* dalam al-quran merupakan panduan untuk

<sup>9</sup> Mustofa Hilmi dan Zumrotul Choiriyah, Kekerasan Verbal Dalam Dakwah (Studi Kasus Rekaman Ceramah Aman Abdurrahman), *Al-Mada*, Vol 5 No.4, 2022, hlm 472.

<sup>10</sup> Yogi Ernes, dkk., Di Maulid Nabi, HRS: Lon\*e Hina Habib Dijaga Polisi, Kacau! Diakses melalui <https://news.detik.com/berita/d-5255411/di-maulid-nabi-hrs-lone-hina-habib-dijaga-polisi-kacau> pada tanggal 25 April 2024.

berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti dan mengangkat perasaan.<sup>11</sup>

Namun, masih banyak juga pendakwah yang dalam menyebarkan ajaran Islam menggunakan tutur kata yang lembut dan menerapkan kode etik dakwah. Salah satunya adalah yang akan peneliti jabarkan pada penelitian ini yaitu Ustadz Irfan Rizki Haas. Ia merupakan seorang pendakwah di aplikasi Tiktok yang dalam menyampaikan pesan-pesannya menggunakan bahasa tutur lembut, sopan santun, penuh kasih sayang, dan tidak menyakiti hati mad'unya. Hal ini berarti bahwa *da'i* harus berbicara dan bertindak dengan hati-hati dan tenang serta harus menahan diri untuk tidak bersikap kasar selama masih bersikap halus. Apalagi dengan adanya media sosial, segala sesuatu dapat mudah menyebar dan diterima oleh penggunanya. Sehingga perkataan mencela yang dilakukan *da'i* bisa saja menjadikan *mad'u* berperilaku buruk.

Di sisi lain, seorang *da'i* juga harus mengikuti perkembangan zaman agar dapat menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif, terutama kepada kaum muda yang perlu mendengar tentang agama Islam supaya risalah tersebut tersampaikan kepada mereka.<sup>12</sup> Karena banyaknya platform media yang disajikan, para *da'i* lebih mudah untuk mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'unya* sebab sasaran yang dituju dapat jauh lebih ambisius dibandingkan ketika berdakwah secara tatap muka.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Mustofa Hilmi dan Zumrotul Choiriyah, Kekerasan Verbal dalam Dakwah (Studi Kasus Rekaman Ceramah Aman Abdurrahman), *Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya*, (vol. 5 No. 4, 2022), hlm 466-467.

<sup>12</sup> Hafidz Muftisany, *Dakwah di Media Sosial* (CV. INTERA, 2021), hlm. 16

<sup>13</sup> Hafidz Muftisany, *Dakwah di Media Sosial*, hlm 21

Salah satu aplikasi yang saat ini sedang tenar adalah media sosial tiktok, di mana para pengguna dapat mengambil video dengan waktu 15 detik hingga 10 menit dan menambahkan filter, musik, serta fitur khusus lainnya sebelum membagikannya baik secara publik maupun pribadi. Menurut media portal Searchlogistic, Indonesia masuk ke dalam pengguna aktif Tiktok menduduki nomor dua di dunia dengan jumlah 126 Juta pengguna selama periode 2024.<sup>14</sup> Berkat ini membuat aplikasi Tiktok mampu bersanding dengan media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram dan X (Twitter).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) memblokir Tik Tok pada tanggal 3 Juli 2018. Setelah mengawasi aplikasi ini selama satu bulan, Kemenkominfo menemukan banyak sekali keluhan yang disampaikan mengenai aplikasi ini. Pada tanggal 3 Juli, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara, banyak sekali konten-konten yang tidak mendidik bagi anak-anak yang tentunya memberikan pengaruh negatif. Namun, dengan berbagai pertimbangan dan peraturan baru, pada Agustus 2018 aplikasi Tik Tok sudah bisa diunduh kembali. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu 11 tahun.

Seiring berjalannya waktu, aplikasi Tiktok memiliki potensi dalam menunjukkan dan memberikan manfaat atau hal-hal positif yang menyebabkan pergeseran pandangan dan konten negatif. Konten yang disajikan mulai

---

<sup>14</sup> Matthew Woodward, Tiktok User Statistics 2024: Everything You Need To Know . Diakses pada tanggal 31 Mei 2024 melalui <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>

beragam seperti konten kesehatan, konten pendidikan, dan konten dakwah keagamaan.

Karena kepopuleran Tiktok, para *da'i* menjadikan sebagai platform untuk menyerukan ajaran agama Islam yang baik, sebab media sosial tersebut sangat diminati baik kalangan masyarakat remaja maupun dewasa. Salah satu *da'i* yang memanfaatkan tiktok sebagai media dakwah adalah Ustadz Irfan Rizki Haas di akun tiktok @irfanrizkihaas yang sudah memiliki 1.6 juta pengikut dan jumlah video dengan paling banyak ditonton adalah 19.5 juta kali. Kontennya berupa video cuplikan-cuplikan dari siaran langsung dakwah nya dan sebagian kontennya juga diambil sesuai dengan topik dakwah pada video tersebut. Karenanya mampu dijangkau oleh beberapa generasi Hal tersebut membuat dakwah beliau mudah dipahami dan mudah ditonton karena durasinya yang pendek.<sup>15</sup> Karena penggunaan bahasa Ustadz Irfan yang ringan, lembut, sopan, dan ringkas dalam menyampaikan pesan mampu menjangkau berbagai generasi. Adanya akun Tiktok @irfanrizkihaas mampu membantu *mad'u* bagaimana memperoleh pembelajaran keagamaan yang singkat, padat, mudah dipahami, dan jelas di manapun mereka berada melalui aplikasi media sosial Tiktok yang dijadikan tren media dakwah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Ustadz Irfan Rizki Haas pada akun @irfanrizkihaas, diakses pada 01 Mei 2024 dari <https://www.tiktok.com/@irfanrizkihaas>.

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok?;
2. Bagaimana gaya bahasa Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok?.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dapat ditafsirkan berdasarkan sebagaimana rumusan masalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok;
2. Untuk mengetahui gaya bahasa Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan pada penelitian ini, yaitu:

#### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian dapat bermanfaat bagi ilmu komunikasi dan penyiaran islam serta dapat menambah wacana dan informasi publik kepada khalayak mengenai strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dalam rangka meraih gelar sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, serta

memperluas wacana dan pengetahuan masyarakat mengenai strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok.

## E. Kerangka Teori

### 1. Analisis Teori

Pengertian strategi secara bahasa verbal berasal dari kata “*strategos*” diartikan dalam bahasa Yunani, yang berarti perencanaan dan pemusnahan musuh-musuh dengan menggunakan cara-cara yang efektif berdasarkan saran yang dimiliki. Secara terminologi, strategi kerap digunakan di kalangan militer, sehingga dapat diartikan sebagai seni dalam merencanakan operasi peperangan. Menurut KBBI, strategi adalah rencana yang cermat terkait kegiatan mencapai sasaran khusus.<sup>16</sup>

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu. Pada dasarnya strategi adalah sebuah rencana untuk menyelesaikan suatu tugas. Namun untuk mencapai keberhasilan suatu tujuan, strategi berfungsi sebagai panduan cara dan rambu-rambu yang menunjukkan jalan dan bagaimana hal tersebut dapat bekerja. Strategi komunikasi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang dibuat untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif.<sup>17</sup> Untuk mencapai suatu tujuan dakwah yang efektif, maka harus dapat menunjukkan bagaimana cara bekerjanya. Terdapat beberapa komponen yang dijelaskan Harold Lasswell dalam strategi komunikasi

<sup>16</sup> Aksin Wijaya, et al. *Berislam di Jalur Tengah*, Cet ke-I (Yogyakarta: IRCiSoD, 2020), hlm.243

<sup>17</sup> Syamsudin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), hal 147

dakwah, yaitu *Who?, Say What?, In Which Channel?, To Whom?, With What Effect?*.<sup>18</sup>

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai seperangkat pedoman yang dikembangkan untuk tindakan-tindakan yang berhubungan dengan dakwah. Strategi dakwah menurut Al-Bayanuni ada 3 macam, yaitu:

a. Strategi sentimental (*al-manhaj al-a'thifi*)

Strategi sentimental adalah dakwah yang menyentuh hati dan emosi mitra dakwah dengan menekankan pada emosional. Metode yang berasal dari strategi ini antara memanggil dengan kasih sayang, menawarkan mitra dakwah nasihat-nasihat yang menarik, dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Pendekatan ini sesuai dengan mitra dakwah yang rentan dan termarginalkan antara lain perempuan, anak-anak, orang awam, muallaf, fakir miskin, yatim piatu, dan sebagainya.

b. Strategi rasional (*al-manhaj al-a'qli*)

Strategi rasional adalah dakwah yang mencakup berbagai metode yang memfokuskan pada unsur rasional. Strategi ini mengajak mitra untuk merenung, menggunakan kaidah-kaidah logika, berdiskusi, atau menyajikan contoh-contoh dan data-data historis.

c. Strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indrawi adalah sistem atau seperangkat dakwah yang didasarkan pada temuan-temuan penelitian dan pengujian dan

---

<sup>18</sup> Dedy Mulyana, *Ilmi Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm 62

berorientasi pada panca indera. Pendekatan ini terdiri dari drama, ritual keagamaan, dan contoh-contoh.<sup>19</sup>

Salah satu metode untuk menjangkau generasi sekarang yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial tiktok adalah melalui dakwah. Beragam konten dakwah yang diproduksi dalam berbagai format seperti film pendek, ceramah ringkas, dan kuis interaktif yang mendorong orang untuk belajar lebih banyak tentang Islam. Generasi sekarang yang cenderung lebih aktif di media sosial dapat dijangkau dengan dakwah di Tiktok menggunakan cara yang lebih menarik. Selain itu, pengguna Tiktok dapat berkomunikasi langsung dengan para produsen konten dakwah untuk bertanya dan berdiskusi tentang ajaran agama Islam melalui fitur komentar, *stitch*, dan pesan langsung.<sup>20</sup> Namun, dalam menyampaikan dakwah, seorang da'i juga diharuskan memiliki pengetahuan yang cukup tentang materi dakwah dan mampu menyampaikan materi dengan bahasa yang etis sesuai dengan gaya bahasa yang ditemukan dalam Al-Qur'an. Terdapat enam gaya bahasa komunikasi yaitu *qaulan maisura* (perkataan yang pantas); *qaulan layyina* (perkataan yang lembut); *qaulan baligha* (perkataan yang efektif/menyentuh hati); *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik); *qaulan sadida* (perkataan yang benar); dan *qaulan karima* (perkataan yang mulia).<sup>21</sup>

---

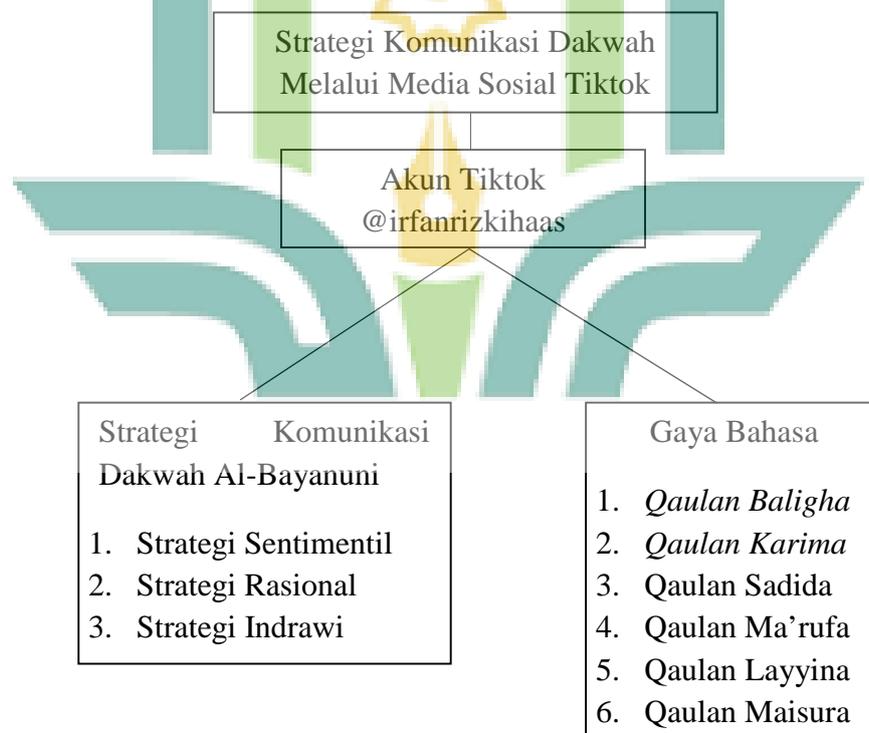
<sup>19</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm 351.

<sup>20</sup> Udin, *Kebijakan Dakwah di Media Sosial (Studi Analisis Dakwah Melalui Facebook, What app, Twitter, dan Tiktok)*, (Mataram:Sanabil), 2022, hlm 122

<sup>21</sup> Anita Ariani, *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an*, *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol.11 No. 21 (2012), hlm 16.

## 2. Kerangka berpikir

Kerangka berpikir adalah struktur konseptual yang dipakai untuk mengorganisir gagasan maupun informasi yang terkait dengan topik penelitian. Kerangka berpikir akan memberikan gambaran bagaimana tahap-tahap penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan arah dari penyusunan penelitian ini. Kerangka pikir adalah pemahaman yang menjadi dasar dari semua pemahaman lainnya, kerangka ini menciptakan pemahaman yang paling mendasar dan menjadi landasan bagi seluruh ide dan proses yang timbul dari keseluruhan penelitian yang perlu dilakukan.<sup>22</sup> Berikut adalah penjabaran strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas pada akun @irfanrizkihaas yang menjadi kerangka berpikir dalam penelitian ini,



<sup>22</sup> Elvera dan Yesita Astarina, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2021), hlm. 46.

### **Bagan 1.1** **Kerangka Berpikir**

Pada bagan di atas kerangka berpikir yang tepat adalah berawal dari media sosial yang sedang trend di kalangan masyarakat, salah satunya adalah Tiktok. Salah satu akun tiktok yang terkenal adalah akun @irfanrizkihaas memiliki 1,3 juta pengikut, di mana dengan ketenaran tersebut Ustadz Irfan menerapkan strategi komunikasi dakwah Al-Bayanuni yang terdiri dari strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi serta penggunaan gaya bahasa menggunakan enam gaya bahasa komunikasi menurut Al-Quran yaitu *qaulan maisura*, *qaulan layyina*, *qaulan baligha*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan sadida*, dan *qaulan karima*.

#### **F. Tinjauan Pustaka**

**Pertama**, hasil penelitian oleh Aditya Nugroho (2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Sholeh Drehem” adalah penentuan sasaran dengan cara melakukan kajian-kajian dengan ibu-ibu dan juga bapak-bapak. Kedua, penentuan cara berkomunikasi dengan tahapan mempersiapkan materi sampai bertawassul kepada Allah SWT. Ketiga, kredibilitas sumber menggunakan komunikator yang berkualitas. Keempat, meng-identifikasi jamaah dengan menyesuaikan tingkat pemahaman bahasa jamaah. Kelima, latar belakang jama’ah dalam status sosial agar jamaah dapat menikmati pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Keenam, perasaan jama’ah di mana dalam berdakwah harus membuat perasaan jamaah ini senang dan mendapatkan respon yang positif. Ketujuh, pemilihan media untuk berdakwah

menggunakan radio dan youtube untuk memudahkan penyampaian pesan.<sup>23</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah dari segi pembahasan tentang strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya terletak dari segi subjek dan objeknya.

**Kedua**, penelitian oleh Nafis Putri dkk (2022) yang judul penelitiannya “Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyaman00”. Menurut hasil penelitiannya, Husyain Basyaiban menggunakan strategi berikut dalam komunikasi dakwahnya, yaitu: pertama, strategi tilawah. Strategi ini di mana Husain Basayaiban menyampaikan pesan dakwah secara lisan dan tulisan. Strategi kedua adalah menggunakan strategi takziah, yang dilaksanakan dalam rangka mewujudkan perubahan individu.<sup>24</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah pada segi objek dan segi pembahasan tentang strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

**Ketiga**, penelitian oleh Burhanudin Ata Gusman dkk (2022) yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah dalam Pesan Lagu Cari Berkah Wali Band”. Hasil penelitiannya adalah grup band wali sebagai da’i berdakwah melalui pesan lirik lagu pencarian berkah oleh Waliband, menggambarkan pesan moral yang baik dengan tujuan bahwa sebagai manusia untuk saling membantu sesama manusia dalam kehidupan sehari-hari yang nantinya akan mendapatkan ridho dari Allah dan mendapatkan hidup yang berkah. Lagu ini mendorong setiap umat muslim untuk memberi kepada orang lain, terutama

---

<sup>23</sup> Adityo Nugroho, Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Sholeh Drehem, *Jurnal Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki ar-Rahmah*, (Vol. 3 (1),2020), hlm. 23

<sup>24</sup> Nafis Putri dkk, Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @basyaman00, *Jurnal An-Nida*, (Vol. 14, No. 2, 2022), hlm. 135

mereka yang lebih kaya di antar akita diharuskan berbagi dengan mereka yang kurang beruntung. Karena sebagai hamba Allah swt yang baik harus terus berdakwah, menebar kebaikan kepada seluruh umat Islam di dunia ini. Berdakwah tidak harus di majelis seperti masjid, dll tapi bisa dilakukan dengan strategi yang berbeda-beda seperti Wali Band yang menggunakan musik sebagai alat dakwah.<sup>25</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan tentang strategi komunikasi dakwah. Perbedaan pada penelitian oleh Burhanudin Ata Gusman hanya membatasi pada musik.

**Keempat** oleh Akmal Muhamad Zaini dan Hilman Maulidin (2022) dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Marzuki Imron (Ustadz Naruto) di Youtube”. Temuan dari penelitian ini adalah pertama, Ustadz Marzuki Imron atau yang dikenal sebagai Ustadz Naruro menggunakan komunikasi interpersonal dalam dakwahnya dengan cara berpakaian seperti Naruto dan menggunakan video Youtube untuk membantu pendengarnya mengenali dirinya melalui sifat dan kepribadiannya. Kedua, penggunaan Youtube sebagai media dakwah oleh Ustadz Marzuki Imron menjadi salah satu unsur yang berkontribusi dalam penilaian pendengar dakwah, khususnya yang mengakses video dakwahnya. Ketiga, banyaknya komentar-komentar yang menggembarakan dari para pemirsa video-video dakwah Ustadz Marzuki Imron yang tersedia di Youtube. Komentar-komentar ini menunjukkan keefektifan

---

<sup>25</sup> Burhanuddin Ata Gusman dkk, Strategi Komunikasi Dakwah dalam Pesan Lagu Cari Berkah Wali Band, *ALI A : Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, (Yogyakarta: vol. 5, No. 1, 2022), hlm. 37

penggunaan karakter fiksi dari animasi Narur untuk berdakwah.<sup>26</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan tentang strategi komunikasi dakwah. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi subjeknya.

**Kelima**, penelitian oleh Ulfa Khairina (2020) dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram”. Hasil penelitian menunjukkan di mana penggunaan pengaturan *feed* dan *filter* foto yang dilakukan Ustadz Felix Siauw bertujuan untuk menarik generasi milenial di Instagram sebagai *mad'u*. Selain itu, Ustadz Felix Siauw juga mempromosikan wacana keislaman kepada pengguna Instagram lainnya dengan memanfaatkan strategi komunikasi yang efektif. Metode ini mencakup pembuatan teks yang ekspresif dan informatif, menggunakan setelan *feed* dan *filter*, menambahkan gambar dan video, serta menggunakan *caption* untuk mendorong keterlibatan pengguna.<sup>27</sup> Persamaan dari penelitian ini terletak pada segi pembahasan mengenai strategi komunikasi dakwah pada media sosial. Perbedaannya terletak pada subjeknya.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dalam kegiatannya melakukan pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut suatu pokok penelitian.<sup>28</sup> Fungsi deskriptif

<sup>26</sup> Akmal Muhammad Zaini dan Hilman Maulidin, Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Marzuki Imron (Ustaz Naruto) di Youtube, *Lentera*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 32

<sup>27</sup> Ulfa Khairina, Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram, *Peurawi*, Vol. 3, No. 2, 2020, hlm. 18

<sup>28</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm. 44.

adalah memberikan ringkasan data yang dikumpulkan. Deskripsi dapat berfungsi sebagai titik acuan untuk melihat sifat-sifat data yang diperoleh.<sup>29</sup> Di sisi lain, data kualitatif adalah informasi yang diekspresikan secara verbal dan bukan secara numerik.<sup>30</sup> Alat penelitian kualitatif berfokus pada manusia, karena hanya manusia yang dapat memahami hubungan antar fakta-fakta empiris dan karena manusia berhubungan dengan objek yang diteliti, maka penelitian kualitatif sangat menekankan kepada manusia.<sup>31</sup>

## 2. Sumber Data

Terdapat dua macam sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. Berikut penjelasan mengenai kedua jenis data:

a. Data primer adalah data yang berasal dari sumber utama atau pertama.<sup>32</sup>

Sumber data pertama pada objek penelitian dan merupakan bahan utama yang dijadikan sebagai suatu referensi untuk penelitian. Sumber data primer penelitian yang digunakan adalah video-video dakwah ustadz Irfan Rizki Haas yang terbaru dengan like terbanyak pada akun tiktok @irfarizkihaas di bulan Mei 2024.

b. Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung.<sup>33</sup> Maksudnya adalah informasi ini tidak dikumpulkan secara langsung dari subjek atau objek penelitian. Dokumen, artikel, foto, dan buku yang berkaitan dengan

<sup>29</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 22.

<sup>30</sup> Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), hlm 2.

<sup>31</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm. 38.

<sup>32</sup> Umi Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Agung Media 9, 2008), hlm 28.

<sup>33</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2008), hlm 402

pendekatan komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas merupakan sumber data sekunder.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan proses yang sangat penting bagi para peneliti untuk melakukan penelitian. Namun, karena kualitas penelitian tergantung pada bagaimana peneliti menggunakan data, tidak berarti bahwa penelitian akan selalu menghasilkan kesimpulan yang dapat diterima setelah pengumpulan data.

Oleh sebab itu, untuk mencapai hasil yang baik, seorang peneliti harus memutuskan teknik mana yang akan digunakan sebelum memulai pengumpulan data. Berikut merupakan teknik data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

#### a. Observasi

Teknik observasi adalah cara mengumpulkan data untuk sebuah penelitian dengan melihat dan memperhatikan apa saja yang berhubungan dengan penelitian dan mendokumentasikan informasi atau objek sasaran.<sup>34</sup> Teknik observasi merupakan data yang akurat, teliti, dan luas tentang perilaku manusia, sistem sosial, dan konteks permasalahan yang muncul. Maka dari itu, teknik observasi diyakini dapat menjelaskan secara rinci tentang permasalahan yang dihadapi. Teknik observasi pada penelitian ini adalah menyaksikan video-video dakwah ustadz Irfan Rizki Haas yang diposting pada akun tiktok @irfanrizkihaas.

---

<sup>34</sup> S. Nasution, *Metode Research* ( Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm.128

#### b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi menggunakan data yang sudah tersedia, biasanya ditemukan dalam buku, agenda, catatan sejarah, dan materi terkait penelitian lainnya. Para peneliti menemukan bahwa metode ini lebih nyaman karena hanya memindahkan data yang relevan.<sup>35</sup> Kelebihan dari teknik dokumentasi adalah data yang sudah tersedia, siap digunakan, serta ekonomis dan hemat energi. Penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa video-video dakwah ustadz Irfan Rizki Haas yang ada di akun tiktok @ irfanrizkihaas.

#### 4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis isi (*analysis content*). Metode ini bermaksud untuk menarik kesimpulan melalui upaya menemukan inti isi pesan pada penelitian dan menemukan karakteristik pesan yang dilakukan dengan cara yang objektif dan sistematis.<sup>36</sup> Sebuah studi yang disebut analisis isi meneliti konten informasi yang ditemukan di media massa (media massa menjadi objek yang utama pada analisis isi). Setiap objek penelitian dipetakan menjadi kata atau simbol dengan interpretasinya masing-masing. Di sisi lain, media yang masih menggunakan rekaman audio maupun visual tetap harus didengarkan dan dituliskan kembali. Hal tersebut bertujuan untuk memahami setiap aspek dari penyampaiannya. Pada konteksnya, analisis isi adalah metode

---

<sup>35</sup> Sanafiah Faesal, *Dasar dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 2002), hlm.42-43

<sup>36</sup> Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), hlm 163.

penelitian yang berusaha untuk mendapatkan kesimpulan yang valid dari data yang dapat dipercaya.<sup>37</sup> Dengan demikian secara sistematis langkah-langkah analisis isi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh atau mengumpulkan data-data yang telah diproses dari hasil observasi yang berupa video melalui media Tiktok.
- b. Menstransfer video ke dalam bentuk kata-kata.
- c. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah, sebagai hasil kesimpulan dari menganalisis strategi komunikasi dakwah dan gaya bahasa dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas melalui media sosial Tiktok.

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan penelitian ini agar mendapatkan penjelasan yang teratur dan gambaran yang terarah, maka skripsi ini akan menggunakan penulisan kualitatif ke dalam lima bab pembahasan. Berikut adalah sistematika penulisan:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan dipaparkan secara detail tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memeparkan tentang landasan teori penelitian dan kajian pustaka tentang srategi komunikasi dakwah.

---

<sup>37</sup> Gusyi Yasser Arafat, Membongkar Isi Pesan dengan Content Analysis, *Jurnal Alhadharah*, (Vol 17 No. 33, 2018).

### **BAB III PENYAJIAN DATA**

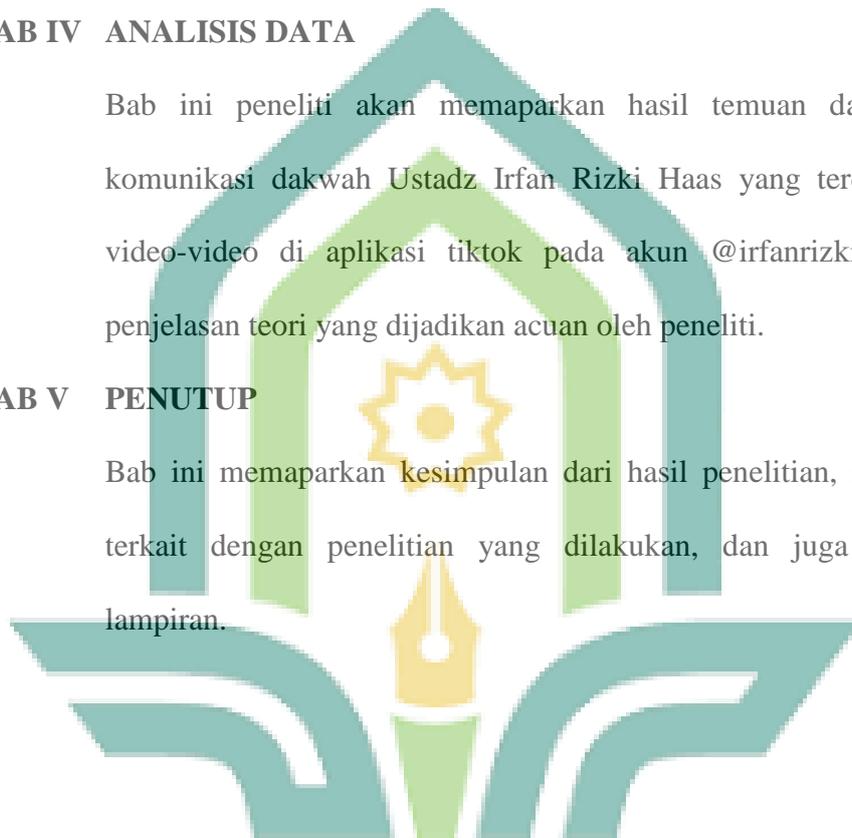
Bab ini peneliti akan mendeskripsikan gambaran umum tentang strategi komunikasi dakwah yang dilakukan ustadz Irfan Rizki Haas pada aplikasi media sosial tiktok dan juga gaya bahasa pada akun tiktok @irfanrizkihaas.

### **BAB IV ANALISIS DATA**

Bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan dari strategi komunikasi dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas yang terdapat pada video-video di aplikasi tiktok pada akun @irfanrizkihaas serta penjelasan teori yang dijadikan acuan oleh peneliti.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, dan juga lampiran-lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas Melalui Media Sosial Tiktok @irfanrizkihaas, dapat disimpulkan bahwa:

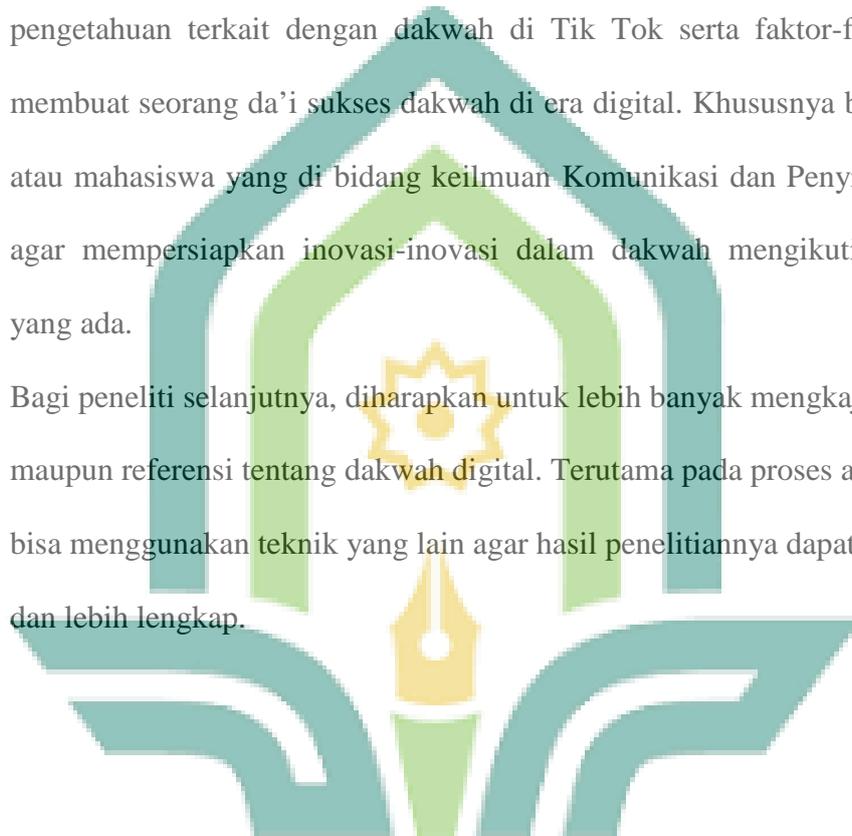
1. Penerapan strategi komunikasi dakwah Al-Bayanuni pada konten video Ustadz Irfan melalui media sosial Tiktok, yang paling efektif adalah penggunaan strategi indrawi. Hal tersebut dikarenakan konten dakwah yang menerapkan strategi indrawi mampu menarik perhatian *mad'u* jika dilihat dari jumlah banyaknya penonton.
2. Penggunaan gaya bahasa yang diterapkan oleh Ustadz Irfan terdiri dari enam gaya bahasa, yaitu *qaulan maisura* (perkataan yang pantas); *qaulan layyina* (perkataan yang lembut); *qaulan baligha* (perkataan yang efektif/menyentuh hati); *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik); *qaulan sadida* (perkataan yang benar); dan *qaulan karima* (perkataan yang mulia).

#### B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan penelitian dan permasalahan yang terjadi antara lain:

1. Untuk pemilik akun @irfanrizkihaas, diharapkan dapat memperluas video tanggapan-tanggapan yang sedang viral sehingga videonya dapat selalu masuk ke fyp dan dapat ditanggapi oleh mitra dakwah dari berbagai kalangan.

2. Untuk mitra dakwah maupun netizen TikTok, supaya dapat mengambil sisi positif dalam video dakwah tersebut, serta untuk masyarakat agar lebih berhati-hati dan mampu memilah tontonan yang sekiranya mengandung nilai positif untuk ditonton.
3. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan dakwah di Tik Tok serta faktor-faktor yang membuat seorang da'i sukses dakwah di era digital. Khususnya bagi pelajar atau mahasiswa yang di bidang keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam agar mempersiapkan inovasi-inovasi dalam dakwah mengikuti teknologi yang ada.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih banyak mengkaji sumber maupun referensi tentang dakwah digital. Terutama pada proses analisis bisa menggunakan teknik yang lain agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Agustinus, Tri. S. W. 1996. *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Binarupa Aksea)
- Al Quran Q.S Al – Baqarah ayat 216. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/216> pada tanggal 14 Mei 2024.
- Al Quran Q.S Al – Baqarah ayat 286. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/286> pada tanggal 14 Mei 2024.
- Al Quran Q.S – Al Imran ayat 92. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/ali%20imran/92> pada tanggal 29 Mei 2024
- Al Quran Q.S Al – Maidah ayat 2. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/al-maidah/2> pada tanggal 12 Mei 2024.
- Al Quran Q.S An – Nahl ayat 125. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125> pada tanggal 9 Oktober 2023.
- Al Quran Q.S An – Nisa ayat 103. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nisa/103> pada tanggal 28 Mei 2024.
- Al Quran Q.S Al – Qalam ayat 10-11. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/al-qalam/10> pada tanggal 9 Oktober 2023.
- Al-Bahjah TV, Ustadz Tapi Berbicara Kasar dan Kotor – Buya Yahya Menjawab diakses melalui <https://www.youtube.com/watch?v=djCkaWKHmPY> pada tanggal 10 Oktober 2023.
- Ali, M. Aziz. 2004. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenamedia Group.
- Ariyanto, Budi, dkk. 2019. *Pembinaan Mental di Lembaga Masyarakat: Tinjauan Strategi Komunikasi Dakwah*, SAHAFA Journal of Islamic Communication. (Vol. 1, No.2).
- Ata, Burhanuddin Gusman, dkk. 2022. *Strategi Komunikasi Dakwah dalam Pesan Lagu Cari Berkah Wali Band*. ALI A : Jurnal Pendidikan & Agama Islam. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Baidowi, Ach. dan Moh. Salehuddin. 2021. *Strategi Dakwah di Era New Normal*. Purwakarta: Indonesian Journal of Multiciplinary Islamix Studies.
- Bisri, Hasan. 2001. *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.

Cnbcindonesia.com. 2 Agustus 2018. Demi Tiktok, Perusahaann China Ini Tutup Musical.ly. Diakses pada tanggal 26 November 2023, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180802154604-37-26668/demi-tiktok-perusahaan-china-ini-tutup-musically>.

Dailysocial.id. 8 Juni 2021. Apa itu Tiktok dan Apa Saja Fitur-Fiturnya?. Diakses pada tanggal 26 November 2023, dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tiktok>.

David, Fred R. *Manajemen Strategi Konsep*. 2012. Jakarta: Salemba Empat.

David dan Thomas L.W. 2003. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi.

Elvera dan Yesita A. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta :CV ANDI OFFSET.

Facebook.com. Diakses pada tanggal 20 April 2024, dari <https://www.facebook.com/watch/?v=486244413125216>.

Faesar, Sanafiah.2002. *Dasar dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.

Hilmi, Mustofa dan Zumrotul C. 2022. *Kekerasan Verbal dalam Dakwah (Studi Kasus Rekaman Ceramah Aman Abdurrahman)*. Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya.

Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Rosdakarya.

Insan. M. Romadhon. 2018. *Strategi Komunikasi dalam Pelestarian Budaya Saronen Kepada Generasi Muda di Kabupaten Sumenep*, Jurnal universitas 17 Austus 1945 Surabaya.

J. Lexy. Moleong. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.

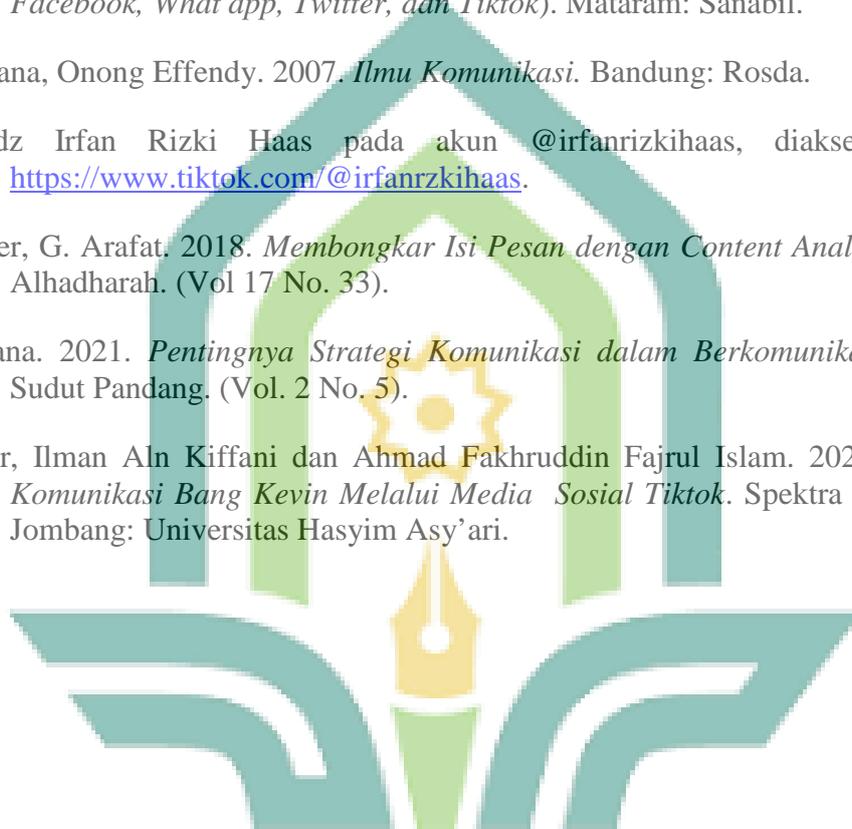
Khairina, Ulfa. 2020. *Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram*. Peurawi. Aceh: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh.

Kurniawan, Setyo. 2022. *Urgensi Lemah Lembut Dalam Metode Dakwah Rasulullah SAW*, Jurnal AL-Ashriyyah, Vol 8 No.1.

Laila, Nurul. H. 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Pembinaan Keluarga Sakinah (Studi Kasus di Kamoung Sakinah Kabupaten Jember)*. Indonesian Journal of Islamic Communication. (Vol.3 No. 1).

- M. Hikmat, Mahi. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mahmuddin. 2004. *Manajemen Dakwah Rasulullah*. Jakarta: Restu Ilahi.
- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin.
- Muhammad, Akmal Zaini, dan Hilman M. 2022. *Strategi Dakwah Komunikasi Dakwah Ustadz Marzuki Imron (Ustadz Naruto) di Youtube*. Lentera. Bandung: Universitas Islam Nusantara.
- Muhammad, Sayyid. A. A. 2009. *Kiat Sukses Berdakwah Dalam Pengajaran*. Bandung: Cet 1.
- Munir, M. 2006. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Mustofa, Ahman. 1997. *Akhlak Tasawuf*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media 9.
- Nasution, S. 1996. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, Adityo. 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Sholeh Drehem*. Jurnal Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki ar-Rahmah. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam.
- Putri, Nafis., dkk. 2022. *Strategi Komunikasi Dakwah Husaun Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @ basyaman00*. Jurnal An-Nida.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja.
- Redcomm.co.id. 12 November 2021. *Mempelajari Fakta Menarik Tentang Tiktok Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Milenial*. di akses pada tanggal 6 November 2023, dari <https://redcomm.co.id/knowledges/mempelajari-fakta-menarik-tentang-tiktok-untuk-meningkatkan-jumlah-pelanggan-milenial>.
- Rumaysho.com. 18 Agustus 2017. *Kalimat Laa Ilaha Illallah yang Luar Biasa*. Diakses 20 Mei 2024, dari <https://rumaysho.com/16269-kalimat-laa-ilaha-illallah-yang-luar-biasa.html>.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja GRAFINDO PERSADA, cet. Ke-2.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Sukayat, Tata. 2009. *Quantum Dakwah*, Rineka Cipta.
- Suparta Munizer dan Harjani Hafni. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Suryani, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Udin. 2002. *Kebijakan Dakwah di Media Sosial (Studi Analisis Dakwah Melalui Facebook, What app, Twitter, dan Tiktok)*. Mataram: Sanabil.
- Uchjana, Onong Effendy. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosda.
- Ustadz Irfan Rizki Haas pada akun @irfanrizkihaas, diakses melalui <https://www.tiktok.com/@irfanrzihaas>.
- Yasser, G. Arafat. 2018. *Membongkar Isi-Pesan dengan Content Analysis*. Jurnal Alhadharah. (Vol 17 No. 33).
- Yuliana. 2021. *Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi*, Jurnal: Sudut Pandang. (Vol. 2 No. 5).
- Zuhar, Ilman Aln Kiffani dan Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam. 2023. *Strategi Komunikasi Bang Kevin Melalui Media Sosial Tiktok*. Spektra Komunika, Jombang: Universitas Hasyim Asy'ari.





**SURAT KETERANGAN SIMILARITY CHECKING**

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Yunita Nur Islami  
Nim : 3419057  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas Melalui Media Sosial Tiktok @irfanrizkihaas

telah melalui tahap *plagiarism checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 10 Juni 2024

Hasil (Similarity) : 2 %

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme. Surat Keterangan ini berlaku selama 1 (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munaqasyah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 11 Juni 2024

Dean,  
Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam



Mazaya, M.S.I



**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

**LEMBAR PEMERIKSAAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. H. S. Kohar  
NIP : 196607152003021001  
Pangkat, Golongan, Ruang : Penata TK.I (III/d)  
Jabatan : IFT PTP / Sub Koordinator Akma FUAD

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Yunita Nur Islami  
NIM : 3419057  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan pemeriksaan Skripsi sesuai dengan aturan yang disahkan dan diterapkan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Oleh karena itu, untuk selanjutnya skripsi saudara/i segera diijid sesuai dengan warna fakultas dan kode warna yang ditetapkan oleh STATUTA UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Atas perhatian dan kerja sama saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Pekalongan, 23 Juli 2024

Mengetahui,

a.n. Dekan

Sub Koordinator AKMA FUAD



**Drs. H. S. Kohar**

**NIP. 196607152003021001**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yunita Nur Islami  
Tempat Tanggal Lahir : Pemalang, 12 Juni 2001  
Agama : Islam  
NIM : 3419057  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Jl. Pattimura Desa Randudongkal RT/RW: 52/05  
Kec. Randudongkal Kab. Pemalang  
Email : yntslam@gmail.com

### Riwayat Pendidikan :

1. SDN 04 Randudongkal
2. SMP N 1 Randudongkal
3. SMA N 1 Randudongkal

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

