

Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad Pada Akun @Syamtheceo

Rindyani Putri Wulandari ^{a,1*}, . Lalu Narulloh ^{b,2}

^aIntituti Agama Islam Negeri Sorong

^bIntituti Agama Islam Negeri Sorong

¹raniputri@gmail.com*, ² arul7@gmail.com,

*penulis korespondensi

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima: 17-05-2022

Direvisi: 29-05-2022

Disetujui: 02-06-2022

Keywords

Textual Analysis

Da'wah Messages

Tiktok Application

ABSTRACT

Currently the media is shifting to the era of new media (new media), one form of new media is social media. Social media has many platforms such as Instagram, Facebook and the one that currently has the most users is the social media tiktok. At the beginning of its appearance, TikTok was blocked by the Ministry of Communication and Information in 2018, but since the block was opened by the Ministry of Communication and Information with the terms and conditions that apply, TikTok has become the most downloaded social media application. Tiktok is currently also used as a means of creativity and a medium for conveying messages and also preaching. Related to this, the problem of this research is how da'wah messages are conveyed on social media tiktok. As for this study, the researcher chose Ustadz Syamsudin Nur Ahmad's tiktok account, namely @SyamTheCEO as the research object. This study uses a descriptive qualitative research method with a textual analysis approach that aims to explore, interpret, and at the same time deconstruct the ideology, values, or interests that are behind a media text in the da'wah messages contained in the tiktok content of Ustadz Syamsudin Nur Ahmad on his tiktok account based on the logic of textual analysis (denotation, connotation, myth). The results of this study explain the contents of the message of the propagation of aqidah, namely faith in Allah and faith in Qada and Qadar, namely believing in and having faith in Allah and believing in the decrees of Allah SWT's destiny. The contents of the moral da'wah message explained are morals to Allah and morals to humans. The contents of the preaching of worship messages explained are about the laws relating to the pillars of Islam provisions, laws and conditions in carrying out worship in the month of Dzulhijjah and the virtues of worship in the month of Dzulhijjah.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



A. Pendahuluan

Aplikasi tiktok adalah jenis media sosial yang tergolong dalam era *new media*. Media baru (*new media*) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated* konten dimana konten atau isi artikel dalam internet dapat ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua internet user. (Dennhardt, 2013)

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. (Syaibani 2011) . Perkembangan media yang terjadi menyebabkan banyak platform media sosial yang menyediakan banyak fitur dalam menyajikan konten-konten yang dibuat oleh user dalam berbagai kebutuhan seperti aplikasi media sosial tiktok. (2021)

Perkembangan media dari konvensional ke era digital menyebabkan banyak platform media sosial yang menyediakan banyak fitur dalam menyajikan konten-konten di akun media sosial. Media sosial merupakan media yang memudahkan kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*usergenerated content*).

Pesan dibagi menjadi dua yaitu pesan verbal (*lisan*) dan non verbal (*non lisan*), pesan verbal merupakan pesan yang berupa kata-kata yang diungkapkan langsung tanpa menggunakan simbol-simbol tertentu, sedangkan pesan non verbal merupakan pesan yang disampaikan menggunakan simbol- simbol tertentu seperti gerakan fisik (*gesture*), ekspresi wajah, gerak mata, sikap badan, gerakan tangan atau jari atau juga bisa berupa isyarat seperti menunjuk warna atau menunjuk benda. (Hidayat, 2016)

Pesan yang dibagikan di media sosial dapat berupa gambar dan juga dalam bentuk konten video. Salah satu pesan yang disampaikan di media sosial dalam bentuk konten video adalah pesan dakwah dalam video tiktok. Kaitannya dalam penelitian ini adalah, peneliti ingin melihat pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Syamsudin Nur Ahmad melalui konten video pada akun media sosial tiktoknya.

Seiring dengan perkembangan zaman, dakwah memiliki media dan pola dakwah yang berubah. Dimulai dari berdakwah menggunakan media tradisional yang dilakukan oleh para Wali Songo dengan memanfaatkan gamelan, wayang dan corongcorong berkumpulnya umat Islam seperti di masjid, balai rakyat dan rumah rumah ulama. Kemudian berlanjut ke media baru yang sifatnya bisa diakses dimana saja dan kapan saja seperti radio, kaset kaset rekaman yang berisi ceramah agama sampai dengan tayangan ceramah di televisi. Khalayak tidak harus datang langsung menyaksikan para pendakwah berceramah secara langsung, tetapi mereka bisa mendengarkan ceramah pendakwah dengan tetap beraktivitas di rumah masing masing.

Salah satu pendakwah di Indonesia yang dijuluki “ustadz millenial” karena berdakwah menggunakan media sosial adalah Ustadz Syam (Syamsudin Nur Makka). Ustadz ini awalnya adalah penulis narasi ceramah Ustadz Maulana di salah satu stasiun televisi yaitu “Islam Itu Indah” pada tahun 2015. Beliau dikenal sebagai Qori dan kemudian ikut berceramah di program televisi, sangat aktif menyampaikan pesan yaitu akidah, akhlak dan ibadah. Pesan akidah dalam Islam adalah bersifat *i'tiqad bathniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Di bidang akidah materi dakwah meliputi masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan, ingkar dengan adanya Tuhan sebagainya). (Asmuni, 1998)

Berdasarkan fenomena yang telah peneliti paparkan diatas maka peneliti

meneliti "Pesan Dakwah dalam Konten TikTok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad pada Akun @SyamTheCEO" dan mengkajinya menggunakan analisis tekstual untuk mengetahui makna pesan dakwah akidah, pesan dakwah akhlak dan pesan dakwah ibadah dalam konten Ustadz Syamsudin Nur Ahmad pada akun @SyamTheCEO.

B. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis tekstual. Penelitian kualitatif yaitu penelitiannya tidak mengadakan perhitungan angka-angka tapi menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati (Moleong, 1991)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti dan merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. (Afifuddin, 2012) Adapun analisis tekstual digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau interest/kepentingan yang ada di balik dari suatu teks media pada pesan dakwah yang terkandung dalam konten tiktok ustadz Syamsudin Nur Ahmad pada akun tiktoknya.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti. Objek penelitian ini adalah video konten dakwah Ustadz Syam di akun TikTok nya yang mengandung pesan akidah, syari'ah dan akhlak pada akun @SyamTheCEO. Pada akun tiktok ustadz Syam yaitu @syamTheCEO terdapat 575 video keseluruhan, namun yang membahas dakwah akidah, akhlak dan ibadah terdapat 200 video yang terdiri dari 30

video mengandung pesan akidah, 75 video mengandung pesan akhlak, dan 95 video mengandung pesan ibadah. Dalam tulisan ini peneliti menggunakan jenis dan pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis tekstual bersifat kajian pustaka (*Library Reseach*) yang mana peneliti benar-benar mengamati dan menganalisis sehingga peneliti mengambil sampel video agar penelitian lebih difokuskan dan dapat mencapai tujuan yang hendak dicapai. Adapun peneliti akan menganalisis video konten dakwah pada akun tiktok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad yaitu “Doa dan Takdir” kategori video dengan pesan dakwah akidah, video ini peneliti gunakan sebagai sampel yang akan dianalisis karena video ini memiliki jumlah *viewers* (penonton) lebih banyak dari pesan dakwah akidah divideo lainnya yaitu sebanyak 1,5 juta.

Selanjutnya video dengan judul “Kunci Ikhlas” kategori video dengan pesan dakwah akhlak, video ini peneliti gunakan sebagai sampel yang akan dianalisis karena video ini memiliki jumlah *viewers* (penonton) lebih banyak dari pesan dakwah akhlak divideo lainnya yaitu sebanyak 3 juta penonton. Video terakhir adalah video dengan judul “Waktu Terbaik di bulan Ramadhan” kategori video dengan pesan dakwah ibadah, video ini peneliti gunakan sebagai sampel yang akan dianalisis karena video ini memiliki jumlah *viewers* (penonton) lebih banyak dari pesan dakwah ibadah divideo lainnya yaitu sebanyak 1,7 juta.

C. Pembahasan

Banyak bentuk pesan yang disajikan oleh berbagai media, akan tetapi permasalahannya apakah pesan-pesan tersebut termasuk pesan dakwah. Karena pertanyaan tersebut, maka menjadi penting mengetahui batas-batas yang dapat memberikan ciri atau karakter pesan yang bermuatan dakwah dengan ciri atau karakter pesan dakwah yang tidak bermuatan dakwah. Yang dimaksud dengan pesan dakwah

tidak harus selalu memuat kata dakwah, tidak pula selalu harus ada ayat atau hadist yang dikutipnya. Selama ia berkomunikasi dengan mengandung ajakan atau pelaksanaan untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakkan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan seterusnya, dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan *implementasi* dari tauhid, maka ia termasuk pesan dakwah (Syukmadi 2004)

1. Mengandung unsur kebenaran

Karakteristik pertama dan utama dalam pesan dakwah Islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikan dimana dalam prosesnya bisa mengandung unsur yang tidak benar atau negatif.

2. Membawa Pesan Perdamaian

Sesuai dengan namanya Islam yang berkata dasar salam artinya damai. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Menurut Hasan Hanafi, perdamaian bukan sekedar hukum internasional antara negara-negara adidaya. Perdamaian berawal dari individu, kemudian berkembang ke keluarga dan ke kehidupan sosial. Ucapan assalamu'alaikum (semoga kedamaian untuk kalian) yang diucapkan seseorang merupakan pesan dakwah yang terus digulirkan oleh setiap individu muslim.

3. Tidak Bertentangan dengan Nilai-nilai *universal*

Dalam perspektif sumber pesan dakwah, maka Islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari Tuhan dan diyakini sebagai ajaran yang *Universal*. Al-Qur'an yang diterima sebagai wahyu yang diterima oleh Rasulullah merupakan sumber ajaran *universal*, bukan hanya untuk orang Islam Arab, tetapi diperuntukkan juga untuk orang yang di luar Arab dengan perkataan lain, pesan dakwah berlaku secara universal untuk semua manusia.

4. Memberikan Kemudahan bagi Penerima Pesan

Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang dianjurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat Islam, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu" (Qs. Al- Baqarah [2]: 185) dan Sabda Nabi Muhammad SAW. "Mudahkanlah dan jangan kau persulit". (HR. Muttafaq Alaih). Memudahkan dalam pesan dakwah tidak diartikan memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat ulama fiqh (melakukan *talfiq*). Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan *nashnash* kaidah syariat Islam.

D. Penutup

5. Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul "Pesan Dakwah dalam Konten Tiktok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad pada Akun @SyamTheCEO" yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

6. Berdasarkan analisis tekstual dalam video berjudul "Doa dan Takdir" berdasarkan logika denotasi, konotasi dan mitos maka isi pesan dakwah akidah yang dijelaskan adalah iman kepada Allah dan iman kepada Qada dan Qadar yaitu percaya dan yakin terhadap Allah dan percaya terhadap ketetapan takdir Allah Swt. Bentuk iman kepada Allah ditunjukkan dengan cara berdoa dan hanya meminta kepada Allah Swt, dan bentuk iman kepada Qada dan Qadar ditunjukkan dengan cara yakin terhadap takdir atau ketetapan Allah dengan berdoa dan berikhtiar karena sesungguhnya doa memiliki kekuatan yang dahsyat.

Dalam video berjudul "Kunci Ikhlas" berdasarkan logika denotasi, konotasi dan mitos maka isi pesan dakwah akhlak yang dijelaskan adalah akhlak kepada Allah dan akhlak kepada manusia. Akhlak kepada Allah menjelaskan tentang bentuk ikhlasnya

manusia dalam menjalankan perintah, ketentuan dan hukum- hukum Allah tanpa mengeluh dan menyesal. Akhlak kepada manusia menjelaskan bentuk perilaku, ucapan dan perbuatan yang baik terhadap manusia atau masyarakat, sehingga dengan ikhlas manusia akan mendapatkan keridhoan dari Allah Swt.

Dalam video berjudul “Keutamaan 10 Dzulhijah” berdasarkan logika denotasi, konotasi dan mitos maka isi pesan dakwah ibadah yang dijelaskan adalah tentang hukum- hukum yang berkaitan dengan rukun Islam ketentuan, hukum dan syarat-syarat dalam menjalankan ibadah di bulan Dzulhijah dan keutamaan ibadah di bulan Dzulhijah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012),
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1998),
- Dennhardt, S, *User-Generated Content and its Impact on Branding: How Users and Communities Create and Manage Brands in Social Media*. Springer Fachmedien Wiesbaden. 2013
- Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah Volume 11 Nomor 02 Tahun 2021; pp. 180-194; DOI:10.35905/komunida.v7i2.
<http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index> ISSN: 2088-0669; E ISSN: 26143704
- Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991),
- M. S Hidayat, *Public Speaking dan Teknik Presentasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)
- Syaibani, Yunus Ahmad, dkk, *New Media Teori dan Aplikasi*, (Karanganyar : Lindu Pustaka, 2011),
- Syukmadi Sambas, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004)