

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Setiap penelitian tentu memiliki pembahasan mengenai perbedaan kajian penelitian dari penelitian-penelitian yang telah lalu. Tujuan dirangkumnya penelitian terdahulu tidak lain sebagai panduan dan informasi tambahan selain itu juga untuk menghindari kesamaan kajian serta dapat menciptakan keoriginalitasan bagi penelitian ini. Berikut paparan kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini :

Pertama, penelitian Siti Nurmaya dan Juni Wati Sri Rizki, "Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, ". Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana mahasiswa memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah dan mengidentifikasi motivasi mereka dalam menggunakan platform tersebut. Metode penelitian meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan teknik purposive sampling dalam pemilihan informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa menggunakan TikTok dengan baik dengan membuat konten dakwah sendiri maupun mengirimkan ulang dari kreator lain. Motivasi utama mereka mencakup keinginan memperoleh pahala, berbagi ilmu agama, dan memberikan hiburan kepada penonton. Relevansi dengan penelitian ini: Studi ini memiliki kesamaan dalam mengkaji penggunaan media digital dalam konteks keislaman, tetapi berbeda dari segi fokusnya yang lebih pada platform TikTok sebagai media dakwah.¹²

Kedua, Zulfikar Arahman, "Metode Dakwah Digital dalam Komunikasi Islam untuk Memperkuat Pemahaman Keislaman Generasi Milenial." Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan metode studi kepustakaan yang dilakukan

¹² Siti Nurmaya, Juni Wati, and Sri Rizki, 'Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam', Bahtiar 2018, 2024. h 32

di Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah Samalanga Bireuen, Aceh. Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi metode dakwah digital yang efektif dalam meningkatkan pemahaman keislaman generasi milenial. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan menganalisis berbagai literatur terkait dakwah digital, komunikasi Islam, dan perilaku generasi milenial dalam mengakses informasi keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform visual dan interaktif seperti Instagram, YouTube, dan TikTok lebih efektif dalam menjangkau audiens milenial. Faktor lain yang berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah digital adalah interaksi langsung dengan audiens serta timing yang tepat dalam komunikasi pesan. Relevansi dengan penelitian saat ini: Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang menyoroti penggunaan media digital dalam dakwah Islam. Namun, penelitian ini lebih menekankan pada metode efektif dalam komunikasi dakwah untuk generasi milenial, sementara penelitian lain sering kali hanya fokus pada aspek teknis penggunaan media.¹³

Ketiga, Sally Rabsi, "Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial TikTok,". Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan metode analisis isi yang dilakukan terhadap akun TikTok Ustaz Syamsuddin Nur (@syam_elmarusy) selama periode Januari 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah serta menentukan teknik yang paling dominan dalam kontennya. Metode penelitian menggunakan purposive sampling, dengan mengambil 52 video dakwah sebagai sampel utama. Data dikumpulkan melalui dokumentasi konten dakwah serta literatur pendukung dari buku, jurnal, dan artikel online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustaz Syamsuddin Nur menggunakan lima teknik komunikasi persuasif dalam dakwahnya, yaitu teknik asosiasi (42%), teknik integrasi (10%), teknik ganjaran (12%), teknik tataan (15%), dan teknik red herring (8%). Teknik yang paling dominan adalah teknik asosiasi, di mana

¹³ Zulfikar Arahman, 'Metode Dakwah Digital Dalam Komunikasi Islam Untuk Memperkuat Pemahaman Keislaman Generasi Milenial', 02 (2023), h. 110.

dakwah pesan dikaitkan dengan fenomena atau hal-hal yang familiar dalam kehidupan audiens sehingga lebih mudah diterima. Relevansi dengan penelitian ini: Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang membahas strategi komunikasi dalam dakwah digital, terutama di platform media sosial. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang spesifik pada teknik persuasif dalam dakwah TikTok, sementara penelitian lain mungkin lebih menyoroti aspek lain seperti efektivitas pesan atau respons audiens.¹⁴

Kecempat, Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa, "Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok @syam_elmarusy." Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis media siber yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk dakwah di media sosial yang dilakukan oleh akun TikTok @syam_elmarusy serta mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dakwah melalui media sosial. Metode penelitian menggunakan teknik dokumentasi dengan menganalisis unggahan video di akun TikTok @syam_elmarusy dalam kurun waktu tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk dakwah yang digunakan adalah dakwah bil lisan dan dakwah bil qalam, yang menyesuaikan dengan karakteristik media sosial dan target audiens milenial. Strategi yang digunakan meliputi pemilihan materi yang relevan, penggunaan bahasa yang bijaksana, serta interaksi dengan audiens melalui fitur seperti stitching atau rekam ulang video. Relevansi dengan penelitian saat ini: Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian lain yang membahas penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah. Namun, penelitian ini fokus pada satu akun tertentu, sementara penelitian lain mungkin lebih luas dalam mencakup platform atau pendekatan dakwah.¹⁵

Kelima, Ali Ma'sum, "Strategi Dakwah Kreatif pada Akun TikTok @Bagussuhar." Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan metode deskriptif yang dilakukan di Universitas Islam Negeri KH Abdurrahman Wahid

¹⁴ Sally Rabsi, "Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial TikTok," 2021. h 23

¹⁵ Z S A Zsa et al., "Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok @syam_elmarusy," 2022. h 45

Pekalongan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dakwah kreatif yang digunakan oleh akun TikTok @Bagussuhar dalam menyampaikan pesan keislaman melalui animasi "Kakek TikTok." Metode penelitian yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik akun, observasi terhadap konten yang diunggah, serta analisis komentar dan interaksi audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah kreatif yang mencakup dimensi empat kreativitas menurut teori Mell Rhodes, yaitu: (1) Person – Bagus Suhartawan sebagai kreator utama yang menginisiasi konsep dakwah melalui animasi, (2) Process – penelitian tren terhadap dan isu terkini, penulisan naskah, serta pembuatan animasi dengan voice-over yang khas, (3) Press – faktor internal berupa bakat dalam menulis skrip dan teater, serta faktor eksternal berupa pemilihan TikTok sebagai platform utama untuk mencapai remaja, dan (4) Product – konten kreatif yang dikemas dalam bentuk animasi yang ringan, kritis terhadap tren yang kurang sesuai dengan nilai Islam, dan telah mencapai lebih dari 508 postingan hingga Oktober 2023. Relevansi dengan penelitian saat ini: Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian lain yang membahas penggunaan media sosial dalam dakwah, tetapi unik dalam pendekatannya yang meneliti penggunaan animasi sebagai strategi komunikasi dakwah.¹⁶

Penelitian "analisis konten dakwah pada akun tiktok @cleaner masjid" menawarkan kebaruan dibandingkan studi terdahulu yang lebih banyak meneliti strategi dakwah berbasis ceramah lisan dan animasi kreatif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini fokus pada dakwah bil hal, di mana edukasi keagamaan dilakukan melalui aksi nyata berupa pembersihan masjid, bukan sekadar menyampaikan secara verbal atau visual. Studi ini juga akan mengisi celah yang belum dikaji sebelumnya dengan meneliti pengaruh dakwah sosial berdasarkan aksi terhadap perubahan perilaku audiens. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya memberikan perspektif baru tentang efektivitas

¹⁶ Ali Ma'sum, "Strategi Dakwah Kreatif pada Akun TikTok @Bagussuhar," 2023. h

dakwah aksi sosial, tetapi juga menjadi penelitian pertama yang menilai akun @Cleaner Masjid sebagai objek kajian dalam kajian dakwah digital.

B. Tiktok Sebagai Media Dakwah

1. Definisi Dakwah

Dakwah secara etimologis berakar pada bahasa Arab *da'ā-yad'ū-da'watan* (دَعَا يَدْعُو دَعْوَةً) memiliki makna ajakan, seruan, atau panggilan. Dalam prespektif keislaman, dakwah berarti menyeru atau mengajak orang lain kepada kebaikan dan jalan Allah SWT. Dalam terminologi syar'i, dakwah merupakan usaha yang dilakukan oleh individu atau sekelompok (Jamaah) untuk mengajak manusia kepada agama Islam secara menyeluruh baik melalui ucapan, tindakan, maupun keteladanan.

Menurut Hasan al-Banna, dakwah ialah seruan kepada kebaikan, jalan kepada kebenaran, serta ajakan kepada Islam dengan metode yang bijak dan hikmah yang sesuai dengan kondisi masyarakat.¹⁷ Menurut M. Natsir, dakwah adalah kegiatan yang bertujuan untuk memanggil manusia, baik individu maupun masyarakat, agar memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan mereka.¹⁸ Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (QS. An-Nahl: 125).¹⁹

Ayat ini mengajarkan dakwah itu harus dijalankan dengan pendekatan yang penuh hikmah, tidak memaksa, serta memperhatikan situasi dan kondisi audiens.

¹⁷ Musyarif Musyarif, 'Hasan Al-Banna Al-Ikhwān Al-Muslimun', *Kuriositas*, 2017, h. 91.

¹⁸ Thohir Luth, M. Natsir, *dakwah dan pemikirannya* (Gema Insani, 1999). h 22

¹⁹ Qur'an Kemenag. h, 324

Dakwah memiliki dua aspek utama: tabligh (penyampaian pesan Islam) dan tathbiq (penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan). Media penyampaian dakwah pun berkembang seiring dengan zaman. Jika dahulu dakwah disampaikan secara lisan atau tulisan melalui mimbar, majelis, dan buku, maka kini telah merambah ke media digital seperti televisi, radio, dan lebih modern lagi: media sosial.

Dalam konteks kontemporer, media sosial menjadi alat strategis untuk menjangkau masyarakat luas dalam waktu yang cepat. Oleh karena itu, dakwah tidak lagi terbatas pada tempat dan waktu, tetapi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Ini mempertegas bahwa media sosial, termasuk TikTok, dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan membentuk karakter umat melalui konten positif.

2. TikTok @cleaner_masjid

Media merupakan fasilitas atau sarana yang bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam konteks dakwah digital, media sosial menjadi bagian dari media baru (new media) yang memungkinkan interaksi dua arah, partisipasi aktif audiens, dan penyebaran pesan yang cepat serta luas. Salah satu teori yang relevan adalah Teori Uses and Gratifications, yang menjelaskan bahwa pengguna media memiliki kontrol penuh dalam memilih konten sesuai dengan kebutuhannya, baik untuk hiburan, informasi, maupun pengembangan diri.²⁰

Dalam dakwah digital, teori ini menjelaskan bagaimana audiens mencari dan mengonsumsi konten keislaman sesuai dengan preferensi mereka di media sosial seperti TikTok.

TikTok sendiri merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang didirikan pada tahun 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance. Awalnya, platform ini diluncurkan di Tiongkok

²⁰ Elihu Katz, J Blumler, and Michael Gurevitch, 'Uses and Gratification Theory', *Public Opinion Quarterly*, 37.4 (1974), h. 5.

dengan nama Douyin, kemudian diperkenalkan secara global sebagai TikTok pada 2017, setelah ByteDance mengakuisisi Musical.ly.²¹

TikTok mengandalkan algoritma berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Teori Viralitas dan Engagement dalam media sosial menjelaskan bagaimana algoritma "For You Page" (FYP) pada TikTok mempromosikan konten berdasarkan tingkat interaksi seperti like, share, dan komentar, sehingga semakin menarik konten tersebut, semakin besar kemungkinan viral dan tersebar luas.²² Selain itu, Teori Komunikasi Digital menyoroti bagaimana fitur-fitur TikTok, seperti efek visual, sound, dan stitching, mendukung kreativitas dalam menyampaikan pesan, termasuk dalam dakwah digital.²³

Salah satu contoh nyata pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah adalah akun @cleaner_masjid. Akun ini dikenal luas di kalangan pengguna TikTok karena menyajikan konten yang menampilkan aktivitas seorang marbot atau petugas kebersihan masjid dalam merawat rumah Allah, disertai pesan-pesan religius dan motivasi islami. Kontennya menyentuh aspek keikhlasan, kerja keras, dan cinta terhadap masjid. Data Statistik Akun @cleaner_masjid (per Mei 2025): Jumlah Pengikut (Followers) ± 2,4 juta pengikut, Total Like (Suka) ± 62,5 juta suka, Jumlah Tayang (Views) Video Populer: Beberapa video telah ditonton lebih dari 10 juta kali, Durasi Rata-Rata Video: antara 30 detik hingga 3 menit, mengikuti tren video pendek TikTok

Dari hasil analisis awal konten dakwah yang disampaikan melalui akun ini memiliki beberapa karakteristik: a) Visualisasi realitas: menampilkan pekerjaan membersihkan masjid secara langsung, yang memperlihatkan nilai ibadah dalam keseharian. b) Narasi inspiratif: setiap video sering disertai caption atau narasi tentang keutamaan mencintai masjid,

²¹ D. Kaye, "(2022). *The TikTok Effect: How ByteDance Conquered Social Media*. Oxford University Press." h, 24

²² K. L. Berger, J., & Milkman, '(2012). *What Makes Online Content Viral?* *Journal of Marketing Research*, 49(2), h, 192.'

²³ C. A. Scolari, "(2018). *Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory*. Peter Lang." h 75

menjaga kebersihan, dan keikhlasan beramal. c) Musik latar religi: sering menggunakan latar suara murattal atau nasyid yang mendukung nuansa islami. d) Komunikasi interaktif: pengelola akun aktif menjawab komentar atau memberikan sapaan kepada pengikut, membangun kedekatan emosional.

Akun ini mampu menyampaikan nilai dakwah secara visual, inspiratif, dan emosional tanpa harus menggunakan ceramah yang panjang. Dengan demikian, ia menjadi contoh konkret bagaimana dakwah digital dapat menginspirasi jutaan pengguna untuk lebih dekat dengan nilai-nilai Islam melalui platform yang sehari-hari mereka gunakan.

Pendekatan dakwah melalui media sosial seperti TikTok sangat cocok dengan strategi dakwah bi al-hal (dakwah dengan perbuatan), di mana perilaku dan akhlak baik menjadi pesan utama yang disampaikan. Rasulullah SAW pun telah memberikan teladan dalam berdakwah melalui akhlak dan perbuatan. Sebagaimana hadis:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: "Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia." (HR. Ahmad, No. 8729).²⁴

Akun TikTok @cleanermasjid, yang dikelola oleh Muhammad Cecep Abdullah, mulai aktif membagikan konten pembersihan masjid pada awal Mei 2024. Meskipun Cecep telah rutin membersihkan toilet masjid sejak tahun 2012, ia baru mulai merekam dan membagikan kegiatannya di media sosial pada waktu tersebut. Sejak saat itu, akun TikTok @cleanermasjid telah menarik perhatian luas, dengan beberapa video mencapai jutaan penonton. Misalnya, salah satu video yang diunggah pada 28 September 2024 menunjukkan bahwa Cecep telah melakukan kegiatan pembersihan ini selama 11 tahun, menekankan dedikasinya dalam menjaga kebersihan masjid.

Dengan pendekatan yang konsisten dan konten yang menyentuh, akun ini telah menjadi contoh nyata bagaimana media sosial dapat digunakan

²⁴ Syaikh Dr Yusuf Al-Qaradhawi, *Akhlaq Islam* (Pustaka Al-Kautsar, 2022). h, 76

sebagai sarana dakwah yang efektif, menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui tindakan nyata dan inspiratif.

Profil dan Biografi Singkat Muhammad Cecep Abdullah:

a) Identitas Diri:

- 1) Nama Lengkap: Muhammad Cecep Abdullah
- 2) Nama Panggilan: Cecep
- 3) Tempat, Tanggal Lahir: Kota Sukabumi, Jawa Barat, tahun 1997
- 4) Usia: 26 tahun (per Mei 2024)
- 5) Alamat Domisili: Kecamatan Citamiang, Kota Sukabumi, Jawa Barat
- 6) Status: Menikah, dikaruniai dua orang anak

b) Latar Belakang Pendidikan dan Aktivitas

Cecep mengawali pendidikan agamanya di Pondok Pesantren At-Tibyan, Kadudampit, Kabupaten Sukabumi. Namun, karena keterbatasan ekonomi, ia terpaksa keluar dari pesantren pada tahun 2012, sebelum menyelesaikan pendidikannya. Pada usia 14 tahun, Cecep merantau ke Jakarta untuk mencari pekerjaan. Di sana, ia bekerja di toko herbal dan sering tidur di masjid karena tidak memiliki tempat tinggal tetap. Selama di Jakarta, Cecep mulai rutin membersihkan toilet dan tempat wudhu masjid secara sukarela, sebuah kebiasaan yang ia mulai sejak di pesantren

c) Aktivitas Sehari-hari

Setelah kembali ke Sukabumi pada usia 17 tahun, Cecep menikah dan mulai berjualan tahu gejrot serta cilok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Meskipun sibuk berjualan, ia tetap melanjutkan kebiasaannya membersihkan toilet dan tempat wudhu masjid di sekitar tempat tinggalnya. Cecep menggunakan sebagian dari penghasilannya untuk membeli perlengkapan kebersihan, seperti sabun dan sikat, yang ia gunakan dalam kegiatan bersih-bersih masjid.

d) Media Sosial dan Dakwah Digital

Pada awal Mei 2024, Cecep mulai mendokumentasikan kegiatan bersih-bersih masjidnya melalui akun media sosial, termasuk TikTok dan Instagram dengan nama pengguna @cleanermasjid. Konten-kontennya

yang menampilkan proses pembersihan toilet dan tempat wudhu masjid yang kotor hingga menjadi bersih menarik perhatian banyak orang dan menjadi viral. Beberapa video yang diunggahnya telah ditonton jutaan kali, dan akun TikTok-nya memiliki lebih dari 2,4 juta pengikut serta total like mencapai 62,5 juta.

e) Penghargaan dan Apresiasi

Atas dedikasinya dalam menjaga kebersihan masjid, Cecep mendapatkan apresiasi dari berbagai pihak. Salah satunya adalah hadiah umrah gratis yang diberikan oleh pihak yang terinspirasi oleh kegiatannya. Cecep mengaku bahwa ia tidak menyangka akan mendapatkan perhatian sebesar itu dan menyatakan bahwa ia akan terus melakukan kegiatan bersih-bersih masjid hingga akhir hayatnya.

C. Metode dan Bentuk Dakwah

Secara bahasa metode terdiri dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan, cara).²⁵ sehingga dapat artikan bahwa metode merupakan cara atau jalan yang memudahkan mencapai suatu tujuan.

Kata metode telah tela diserap kedalam bahasa Indonesia, dalam KBBI media adalah “Suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia”.²⁶ Sedangkan dalam metodologi pengajaran ajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah “Suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah”.²⁷

Menurut Ali Aziz, menyebutkan ada tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah, yaitu:²⁸ a) Metode dakwah cara-cara sistematis yang menjelaskan arah metode dakwah yang sudah ditetapkan. b) Metode dakwah bersifat konkrit dan prakti sehingga harus memungkinkan dilaksanakan dengan

²⁵ Muhammad Haris, ‘Pendidikan Islam Dalam Perspektif Prof. HM Arifin’, Ummul Qura, 6.2 (2015), h. 19.

²⁶ Habib Syafaat, ‘Buku Pedoman Dakwah’, (Jakarta: Wijaya, 1992), h, 160.

²⁷ Muhammad Yasin et al., *Buku Ajar Pengantar Pendidikan* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024). h, 25

²⁸ Moh. Ali Azis., (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media. h, 358.

mudah. c) Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, melainkan juga bisa meminimalisir hambatan dakwah yang ada. Tentunya tidak ada metode yang paling efektif, Setiap metode mempunyai keunggulan dan kelemahannya masing-masing.

1. Bentuk-bentuk Metode Dakwah

Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (Q.S. An-Nahl ayat 125).²⁹

Buya Hamka memberi penjelasan pada intinya, ayat di atas mengajarkan kepada Rasulullah bagaimana menyampaikan dakwah, atau ajakan kepada manusia supaya beriman pada ajaran agama yang benar.³⁰

Adapun metode dakwah yang terkandung dalam ayat tersebut adalah:

a. Bil Hikmah

Al-hikmah adalah kata yang berarti bijaksana dan adil. Hikmah juga dapat berarti sabar, teliti, dan cermat. Hakim disebut sebagai orang yang bijaksana, bijaksana, cermat, teliti, dan sabar dalam melakukan sesuatu dengan penuh keadilan. Hakim juga berarti orang yang mencegah kerusakan. Namun, ketika digunakan untuk ayat-ayat Qur'an, kata "muhkamat" berarti ayat-ayat yang tidak dapat dirusak atau diganti.³¹

Kata-kata *al-hikmah* sendiri, dalam Al- Qur'an dalam berbagai bentuk susunan dan kalimatnya dapat ditemukan sebanyak 28 kali. Secara

²⁹ Qur'an Kemenag.

³⁰ Raihan Raihan, 'Dakwah Menurut Perspektif Buya Hamka', Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam, 3.1 (2019), h. 57.

³¹ M Quraish Shihab, *Menyingkap Tabir Ilahi: Al-Asma'al-Husna Dalam Perspektif Al-Qur'an* (Lentera Hati, 2005), h. 87

harfiah, kata tersebut mengandung makna kebijaksanaan. Bila dilihat dari sudut pemakaiannya, kata tersebut mengandung arti yang bermacam-macam seperti:

1. Kenabian (*nubuwwah*). 2) Pengetahuan tentang Al-Qur'an. yang lurus dalam pembicaraan dan amal. 3) Sunnah Nabi. 4) Posisi *wara'* terhadap agama Allah. 5) Sikap adil sehingga pemikiran dapat menempatkan sesuatu pada tempatnya.³²

Bila kemampuan yang dinamakan "hikmah" di bidang dakwah ini dikuasai, maka petunjuk dakwah *bil hikmah* itu diperlukan dalam menghadapi semua golongan, baik golongan cerdik-cendekiawan, golongan awam, atau golongan yang suka bersoal jawab, ber-*mujadalah*. Dalam pengertian yang lebih luas, bila al hikmah dirujuk kepada ilmu akhlaq, maka ia adalah paduan antara daya nalar dan ilmu dengan daya keadilan secara seimbang. Maka akhlak hikmah itu akan menampilkan kelembutan kearifan dan bijaksana, keadaan yang sopan, santun dan jauh dari sifat kesombongan dan kebodohan.

b. *Mau'idzatul Hasanah*

Metode *Mau'idzah Al-Hasanah* berarti pendekatan pengajaran yang baik. Dalam Al-Qur'an, kata "mau'idzah" terulang dalam berbagai bentuk sebanyak dua puluh lima kali. Dengan mempertimbangkan maknanya, mau'idzah hasanah berfokus pada peringatan yang baik yang dapat menyentuh hati seseorang sehingga pada akhirnya mad'u terdorong untuk berbuat baik.

Menurut beberapa pendapat dari ahli bahasa dan pakar tafsir, beberapa deskripsi dari *Al maudizatul Al-Hasanah* adalah :³³

1) Pelajaran dan nasehat yang baik, berpaling dari hal perbuatan jelek maupun *tarhib* dan *targhib* (dorongan dan motivasi): penjelasan, keterangan, gaya bahasa, peringatan, petutur, teladan, pengarahan, dan

³² Moh Ardani, "Memahami Permasalahan Fikih Dakwah," Jakarta: Mitra Cahaya Utama, 2006. h, 25

³³ Ardani. h, 27

pencegahan dengan cara halus. 2) *Bil al mau'izah al-hasanah* adalah melalui pelajaran, keterangan, petunjuk, peringatan, pengarahan dengan gaya bahasa yang mengesankan atau menyentuh dan terpatri dalam nurani. 3) Dengan bahasa makna simbol, alamat, tanda, janji, penuntun, petunjuk dan dalil-dalil yang jelas.

4) memuaskan melalui al-qaul al-rafiq (ucapan lembut dengan penuh kasih sayang). 5) Dengan kelembutan hati menyentuh jiwa dan memperbaiki peningkatan amal. 6) Melalui suatu nasehat, bimbingan dan arahan untuk kemaslahatan. Dilakukan dengan baik dan penuh tanggung jawab, akrab, komunikatif, mudah dicerna, dan terkesan di hati sanubari mad'u. 7) Suatu ungkapan dengan penuh kasih sayang yang dapat terpatri dalam kalbu, penuh kelembutan sehingga terkesan dalam jiwa, tidak melalui cara-cara pelarangan dan pencegahan, mengejek, melecehkan, menyudutkan atau menyalahkan, dapat melumpuhkan hati yang keras, dan menjinakan kalbu yang liar.

Dengan demikian, dakwah melalui *al maudizatul al-Hasanah* jauh dari sikap egois, agitasi, emosional dan apologi. Prinsip-prinsip metode ini diarahkan terhadap *mad'u* yang kapasitas intelektual dan pemikiran serta pengalaman spiritualnya tergolong awam. Dalam hal ini, peranan Da'i adalah sebagai pembimbing, teman dekat yang setia, menyayangi dan memberikan segala hal yang bermanfaat, serta membahagiakan *mad'u*-nya.³⁴

Metode dakwah model ini lebih ditujukan kepada manusia kelas kedua, atau keumuman manusia. Mereka adalah individu yang belum mencapai tingkat kemampuan manusia jenis pertama. Mereka mungkin memiliki hasrat untuk kebenaran, tetapi mereka tampaknya ragu-ragu untuk mengikuti kebatilan yang telah mereka alami atau mengikuti kebenaran yang diajarkan kepada mereka.

c. Al Mujadalah Bi-Al-Lati Hiya Ahsan

³⁴ Ardani. h, 28

Al mujadalah bi-al-lati hiya ahsan merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat, antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati.³⁵

Dalam situasi di mana Da'i menghadapi konflik yang tidak dapat dihindari, metode ini digunakan. Misalnya, jika seseorang masih kufur dan tidak memahami Islam dan dengan keinginan hati mengeluarkan kritik terhadapnya, maka orang tersebut harus dibantah dengan cara yang sebaik-baiknya (dengan sopan santun dan tidak dengan kebencian), dan dia harus disadarkan dan diajak ke jalan pemikiran yang benar sehingga ia dapat menerima kebenaran Islam..³⁶

2. Bentuk-bentuk Dakwah

Pada prakteknya, dakwah Islam memiliki berbagai bentuk yang disesuaikan dengan konteks, sasaran, dan media yang digunakan. pada umumnya, dakwah dapat diklasifikasi menjadi tiga bentuk utama: dakwah bil-lisan (dengan lisan), dakwah bil-kitabah (dengan tulisan), dan dakwah bil-hal (dengan tindakan nyata). Masing-masing bentuk memiliki karakteristik, kelebihan, serta tantangan tersendiri.³⁷

a. Dakwah Bil-Lisan (Lisan atau Verbal)

Dakwah bil-lisan merupakan bentuk dakwah yang dilakukan melalui ucapan secara langsung. Bentuk dakwah ini merupakan cara paling klasik dan tradisional yang telah digunakan sejak zaman Rasulullah SAW hingga sekarang. Contohnya mencakup: Khutbah (misalnya khutbah Jum'at atau Idul Fitri/Adha), Ceramah umum di masjid atau forum keagamaan, Pengajian rutin di majelis taklim atau komunitas Islam, Diskusi dan dialog keagamaan, dan Nasihat personal.³⁸

³⁵ Asep Muhiiddin, *Dakwah dalam perspektif Al-Qur'an: studi kritis atas visi, misi & wawasan* (Pustaka Setia, 2002) h, 165

³⁶ Nanda Nadhira, "studi corak ilmi dalam tafsir al-azhar karya hamka" (FU, 2022). h,

³⁷ Muhiiddin. h, 45

³⁸ Raihan. h, 89

Keunggulan Dakwah Bil-Lisan ini adalah: 1) Koneksi Personal – Da'i dapat membangun komunikasi dua arah yang hangat dengan mad'u (objek dakwah), sehingga dakwah lebih menyentuh emosional dan spiritual. 2) Respons Langsung – Da'i bisa langsung melihat reaksi, pemahaman, atau keberatan dari mad'u, dan segera memberikan klarifikasi. 3) Penyesuaian Materi – Materi dakwah bisa disesuaikan secara langsung dengan tingkat pendidikan, usia, atau pemahaman mad'u. 4) Hubungan yang Harmonis – Interaksi langsung membantu menciptakan hubungan sosial yang erat antara Da'i dan mad'u.³⁹

Salah satu bentuk yang perlu dikembangkan kembali adalah dakwah fardiyah, yaitu dakwah personal atau satu-satu (one-on-one). Ini merupakan dakwah yang dilakukan oleh seorang Da'i kepada individu tertentu, yang bertujuan membina secara personal dan intensif agar terjadi perubahan perilaku atau pemahaman ke arah yang diridhai Allah SWT.

Akun @cleanermasjid yang dikelola oleh Muhammad Cecep Abdullah kerap menampilkan narasi-narasi verbal (suara atau dialog singkat) dalam videonya. Meskipun tidak selalu dalam bentuk ceramah panjang, Cecep sering menyisipkan pesan moral, ajakan kebaikan, dan kutipan-kutipan bernuansa Islami dalam bentuk caption suara, kata-kata singkat yang diucapkan langsung, atau narasi latar. Hal ini merupakan bentuk kontemporer dari dakwah bil-lisan yang dikemas secara ringkas namun menyentuh secara emosional.

b. Dakwah Bil-Kitabah (Tulisan atau Media Tulis)

Dakwah bil-kitabah merupakan dakwah yang dinyatakan melalui media tulisan. Dalam era media modern, bentuk ini begitu luas cakupannya juga bukan saja pada media cetak konvensional. Contohnya: Penulisan artikel keislaman di majalah, koran, dan jurnal, Buku keislaman (fikih, akidah, tafsir, dan lain-lain), Blog, website, dan media daring

³⁹ Syafaat, h. 76

lainnya, Caption atau narasi dalam media sosial (Instagram, Facebook, dll)⁴⁰

Kelebihan Dakwah Bil-Kitabah yaitu: 1) Bersifat Dokumentatif – Tulisan dapat dijadikan rujukan dan dibaca berulang kali. 2) Luas Jangkauan – Tulisan yang dipublikasikan secara daring (online) dapat diakses lintas wilayah dan generasi. 3) Efisien – Satu tulisan bisa dibaca oleh ribuan orang tanpa kehadiran fisik Da'i.⁴¹

Relevansi Saat Ini dengan masyarakat yang sudah begitu lekat dengan teknologi informasi, dakwah bil-kitabah menjadi sangat penting untuk menjawab tantangan globalisasi. Perlu adanya penguatan media Islam (baik cetak maupun digital) agar ajaran Islam tetap relevan dan mudah diakses oleh generasi yang hidup dalam budaya informasi cepat dan instan.

Meskipun TikTok adalah media visual, unsur tulis tetap hadir melalui caption video, teks di layar, atau deskripsi konten. Cecep memanfaatkan fitur ini untuk memberikan penjelasan konteks atau menuliskan doa, ayat, atau motivasi Islami secara singkat. Ini dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah bil-kitabah dalam versi digital, di mana tulisan digunakan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan secara audio-visual.

c. Dakwah Bil-Hal (Dengan Tindakan atau Keteladanan Nyata)

Dakwah bil-hal ialah dakwah yang dilakukan melalui tindakan/perbuatan nyata, baik tampak secara simbolik maupun yang benar-benar menyentuh aspek kehidupan sosial. Bentuk dakwah ini sangat kuat karena tidak mengandalkan kata-kata, tetapi pada keteladanan (uswah hasanah).⁴²

Contohnya seperti: 1) Menjadi teladan dalam akhlak, kejujuran, dan tanggung jawab 2) Mendirikan dan mengelola lembaga sosial seperti: panti

⁴⁰ Syafaat h, 79

⁴¹ Syafaat h, 100

⁴² SAGMAWISAGMA Muhammad dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Prenada Media, 2006). h, 43

asuhan, lembaga pendidikan, rumah ibadah, 3) Kegiatan kemanusiaan seperti: membantu fakir miskin, pelayanan kesehatan gratis, atau aksi sosial membersihkan masjid seperti yang dilakukan oleh @cleanermasjid, 4) Mengembangkan usaha berbasis syariah untuk membantu perekonomian umat.⁴³

Istilah dakwah bil-hal mulai populer setelah dibahas dalam Musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 1985, dan kemudian menjadi bagian dari program resmi MUI pada Rapat Kerja Nasional 1987.⁴⁴

Menurut perspektif MUI, dakwah bil-hal memiliki tujuan untuk : 1) Meningkatkan harkat dan martabat umat Islam, 2) Memuliakan kaum dhuafa dan kelompok marjinal, 3) Memberdayakan ekonomi umat, dan 4) Mewujudkan masyarakat Islam yang rahmatan lil alamin. Dakwah bil-hal menjadi sangat penting di tengah masyarakat modern yang cenderung lebih menghargai tindakan nyata daripada sekadar retorika. Dalam konteks ini, dakwah seperti yang dilakukan oleh Cecep Abdullah (@cleanermasjid) adalah contoh kuat dari implementasi dakwah bil-hal.⁴⁵

Bentuk dakwah yang paling dominan dan menjadi ciri khas akun @cleanermasjid adalah dakwah bil-hal. Dakwah ini terwujud melalui aksi sosial nyata: membersihkan toilet masjid, tempat wudhu, dan lingkungan masjid di berbagai daerah tanpa pamrih. Kegiatan tersebut terekam dan dibagikan kepada publik sebagai bentuk keteladanan nyata dalam berbuat baik dan memuliakan rumah Allah. Tanpa harus banyak bicara, Cecep memperlihatkan nilai-nilai Islam seperti ikhlas, tolong-menolong, menjaga kebersihan, menghormati masjid, dan kepedulian sosial secara konkret.

Dakwah bil-hal ini sangat relevan dengan kehidupan masyarakat urban dan digital yang cenderung lebih tersentuh oleh aksi nyata

⁴³ Haris, h. 25

⁴⁴ Toto Tasmara, *Komunikasi dakwah* (Gaya Media Pratama, 1997), h. 88

⁴⁵ Akhmad Sagir, 'Dakwah Bil-Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14.27 (2015), h. 13.

dibandingkan retorika. Dalam dunia yang penuh informasi dan konten, video Cecep memberikan ketenangan, inspirasi, dan refleksi spiritual hanya dengan menunjukkan perbuatan baik yang sederhana, tetapi konsisten.

Dengan demikian, analisis terhadap akun TikTok @cleanermsjid akan berfokus pada bagaimana bentuk-bentuk dakwah klasik tersebut dimodifikasi, dikombinasikan, dan ditransformasikan melalui media digital. Namun secara khusus, dakwah bil-hal menjadi titik sentral dari metode dakwah Cecep, yang kemudian diperkuat oleh unsur lisan dan tulisan sebagai pelengkap di media sosial. Hal ini menjadi contoh kuat dari integrasi nilai dakwah tradisional dalam konteks digital yang kekinian, efektif, dan menjangkau audiens luas lintas usia dan latar belakang.

D. Unsur-Unsur Dakwah

1. Da'i (Pelaku Dakwah)

Pada dasarnya Da'i mempunyai tugas untuk melaksanakan atau menyiarkan dakwah. Di Indonesia dikenal dengan beberapa istilah lain seperti kyai, ustaz, ulama, *muballigh*, dan sebagainya, walau pada dasarnya istilah ini mempunyai kadar kharisma dan keilmuan yang berbeda dalam pemahaman masyarakat Indonesia.

Secara bahasa kata Da'i merupakan isim *fā'il* dari kata *da'ā - yad'ū - da'watan - dāiyah* memiliki makna orang yang mendirikan dakwah. Pengertian ini masih bersifat umum artinya bisa mendirikan dakwah ila *al-Thāgūt* (ke jalan kesesatan) atau *ilā al-Islām* (ke jalan keselamatan). Sedangkan arti Da'i secara istilah berarti orang yang menyampaikan Islam, orang yang mengajarkan Islam dan orang yang berusaha untuk menerapkan Islam.⁴⁶

Da'i dapat terdiri dari perorangan ataupun kelompok, Da'i perorangan seperti seorang kyai memberikan ceramah pengajian kepadamasyarakat

⁴⁶ Dian Nur Utami, "Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui TikTok" (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022). h, 24

pedesaan. Walaupun pada tingkat pelaksanaan dibantu oleh panitia, namun merupakan kegiatan perorangan.⁴⁷

2. Mad'u (Objek Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia yang menerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti ajaran Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas keberagamaan mereka.⁴⁸

Menurut M. Ali Azis, *mad'u* harus diposisikan sebagai mitra dakwah oleh pendakwah dan menjadi kawan berpikir dan bertindak dalam proses dakwah. Posisi pendakwah dan mitra dakwah bukan dalam hubungan subjek dan objek. Pendakwah dan mitra dakwah ditempatkan dalam posisi kesejajaran, dan hal ini diharapkan dapat saling berbagi (*sharing*) pengetahuan, pengalaman, dan pemikiran tentang pesan dakwah.⁴⁹

3. Maddah (Materi Dakwah)

Apapun materi dakwah yang diberikan, pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama yang meliputi *aqidah*, *syari'ah*, dan *akhlak*. Hal yang perlu disadari adalah bahwa ajaran yang dianjurkan itu bukanlah semata-mata berkaitan dengan eksistensi dan wujud Allah SWT, namun bagaimana menumbuhkan kesadaran mendalam agar mampu memanasifestasikan *aqidah*, *syari'ah*, dan *akhlak* dalam ucapan, pikiran, dan tindakan dalam kehidupan sehari-hari.⁵⁰

Pembahasan mengenai akidah, tauhid atau keimanan telah tertuang di dalam rukun iman. Hal-hal yang berkaitan dengan rukun iman ini dalilnya ditemukan dalam Al-Qur'an. Ayat-ayat Al-Qur'an yang turun pada periode Makkah umumnya berkaitan dengan keimanan dan akhlak. Hal ini dipahami

⁴⁷ Ardani. h, 21

⁴⁸ Muhammad dan Ilahi. h, 26

⁴⁹ Moh. Ali Azis. h, 263

⁵⁰ Ardani. h, 22

bahwa urutan turunnya ayat merupakan metode Al-Qur'an dalam pembinaan masyarakat. Prioritas tersebut menjadi dasar bagi Da'i dalam menentukan, menyusun dan menyampaikan materi dakwah.⁵¹

4. Wasilah (Media Dakwah)

Media dakwah merupakan peralatan yang dipakai untuk menyampaikan materi dakwah, pada zaman modern umpamanya: televisi, video, kaset rekaman, majalah, surat kabar dan yang seperti tersebut di atas, termasuk melalui berbagai macam upaya mencari nafkah dalam berbagai sektor kehidupan.⁵²

Media dakwah, menurut Dr. Hamzah Ya'qub, adalah alat bebas yang berfungsi untuk menghubungkan ide dengan umat. Menurutnya, ini adalah komponen penting dari totalitas dakwah.⁵³

Media dakwah dipilih dan digunakan untuk tujuan menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah untuk itu yang pertama harus melihat keadaan masyarakat terkait yang bersangkutan dengan memilih media yang tepat untuk memfasilitasi penyampaian pesan dakwah. Kegiatan dakwah di negara erkemang seperti Indonesia seringkali menggunakan dua saluran komunikasi utama yaitu sistem media massa modern dan sistem media tradisional. Kedua saluran komunikasi yang digunakan tergantung pada keadaan masyarakat atau *mad'u*.⁵⁴

5. Atsar (Efek Dakwah)

Kata atsar bermakna bekas, pengaruh, akibat.⁵⁵ atau efek. Setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi, artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang Da'i dengan materi dakwah, wasilah dan thoriqoh tertentu maka akan timbul respon dan efek (*atsar*) pada *mad'u*. Munir dalam manajemen

⁵¹ M.Si Abdullah, (2018). *Ilmu Dakwah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. h, 25

⁵² Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997), h, 35.

⁵³ A B Syamsuddin, S Ag, and M Pd, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), h, 304.

⁵⁴ Abdullah. h, 146.

⁵⁵ Achmad Warson Munawwir and Ahmad Warson Munawwir, 'Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap. (Surabaya: Pustaka Progresif, 2002), h, 7.

dakwah, menyebut atsar sebagai *feedback* (umpan balik). Menurutnya atsar memiliki makna sangat besar dalam menentukan langkah-langkah dakwah

6. Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang Da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.⁵⁶

Metode dakwah merupakan langkah penting, dalam hal ini biasanya setiap pendakwah memiliki cara yang khas dalam pembawaannya. Pendakwah biasanya membawakannya dengan cara menyesuaikan kepada aspek psikologi dan sosiologi dari audiennya. Tujuannya untuk diyakinkan dan dikerjakan.²³

E. Analisis Isi

Analisis isi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Klaus Krippendorff yang berfokus pada makna dan konteks simbolis dari pesan komunikasi.⁵⁷ Krippendorff memandang analisis isi sebagai teknik penelitian untuk menarik kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid dari data dalam konteksnya.⁵⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi model Klaus Krippendorff dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan Unit Analisis (Unitizing)
 - a. Unit analisis ditetapkan berupa satu video TikTok dari akun @cleanermasjid.
 - b. Setiap video dianalisis berdasarkan tema, narasi suara, caption, simbol visual, dan interaksi audiens.
2. Menentukan Sampel (Sampling)
 - a. Menggunakan teknik *purposive sampling*.
 - b. Sampel dipilih berdasarkan:

⁵⁶ Tasmara. h, 1- 43

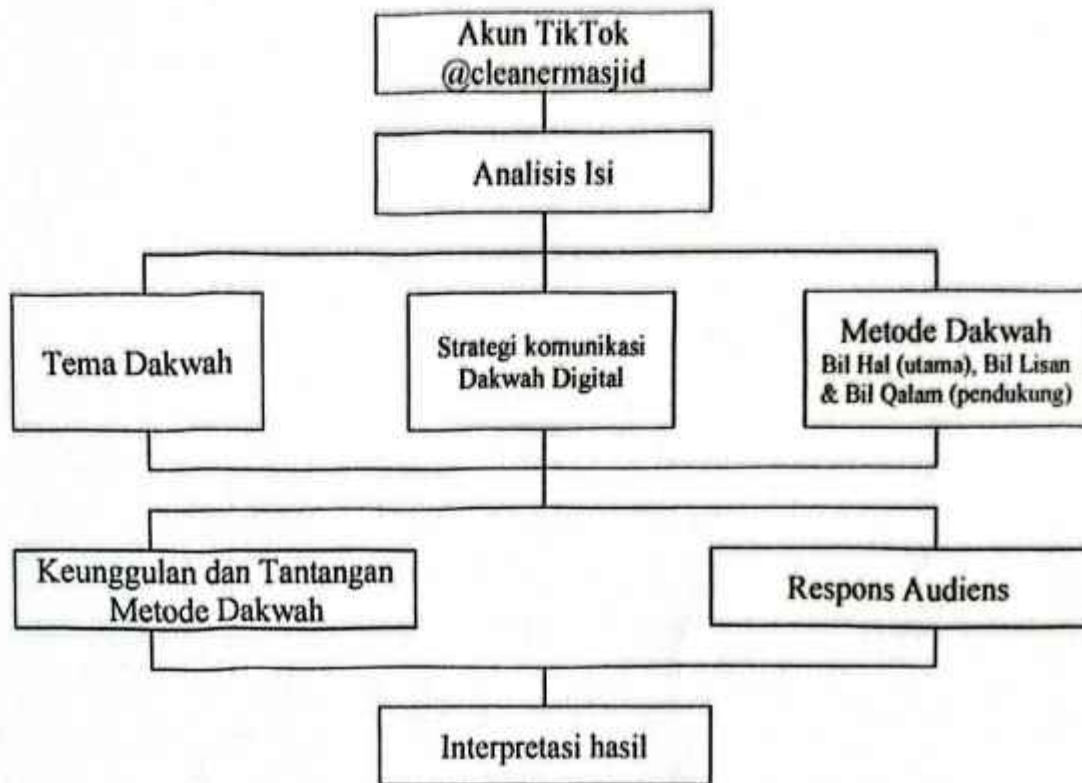
⁵⁷ Jumal Ahmad, 'Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)', Research Gate, 5.9 (2018), h. 20.

⁵⁸ Klaus Krippendorff, *Content analysis: An introduction to its methodology* (Sage publications, 2018). h, 24

- 1) Tingkat interaksi tinggi (like, komentar, share).
 - 2) Variasi tema dakwah,
 - 3) Periode unggahan (Mei - Juni 2025),
 - 4) Kesesuaian dengan pesan dakwah Islam.
3. Menyusun Skema Koding (Coding)
- a. Menentukan kategori analisis, seperti:
 - 1) Tema dakwah (kebersihan, keikhlasan, dll),
 - 2) Metode dakwah (bil hal, bil lisan, bil qalam),
 - 3) Teknik komunikasi (visual, caption, musik),
 - 4) Respons audiens (terharu, termotivasi, berubah).
 - b. Menyusun tabel koding untuk klasifikasi data.
4. Reduksi dan Penyajian Data
- a. Menyederhanakan data yang telah dikodekan,
 - b. Mengelompokkan berdasarkan tema atau pola,
 - c. Menyajikan data dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram.
5. Inferensi dan Interpretasi Makna
- a. Menafsirkan makna pesan dakwah yang disampaikan,
 - b. Menganalisis konteks sosial dan respons audiens,
 - c. Menilai kekuatan simbolik dari konten.
6. Uji Validitas dan Replikasi
- a. Menggunakan triangulasi data (observasi, komentar, dokumentasi),
 - b. Memastikan hasil bisa diuji ulang oleh peneliti lain,
 - c. Menyusun dokumentasi proses coding secara sistematis.

E. Kerangka Berfikir

Berdasarkan pandangan diatas, maka kerangka berfikir penelitian tentang Analisis Konten Dakwah Pada Akun *TikTok @cleaner Masjid* sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka berfikir Penelitian