

## **BAB III**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Analisis Isi**

##### 1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah Pendekatan metodis untuk memeriksa makna dan gaya pesan.<sup>1</sup> Suatu metode pengumpulan dan pemeriksaan materi tekstual disebut analisis isi. Dalam konteks ini, “isi” mengacu pada kata-kata, makna, gambar, simbol, tema, atau berbagai pesan yang dapat disampaikan.<sup>2</sup>

Analisis isi adalah Sebuah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan memahami teks. Analisis isi juga dapat diartikan sebagai teknik penyelidikan yang menguraikan secara objektif dan sistematis. Hal ini memungkinkan peneliti untuk melihat kualitas pesan, pengembangan konten, dan deskripsi konten. Salah satu jenis metodologi penelitian yang menghindari penggunaan subjek sebagai objek kajian adalah analisis isi. Dalam analisis isi, teks atau simbol yang muncul pada suatu media tertentu diolah terlebih dahulu kemudian diperiksa. Analisis ini menerapkan teknik ilmiah yang dapat

---

<sup>1</sup> Ihyaul Ulum MD, “Analisis Praktik Pengungkapan Informasi Intellectual Capital dalam laporan tahunan perusahaan telekomunikasi di Indonesia,” Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1 (2011): h. 50.

<sup>2</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 86.

diterapkan untuk mengkaji suatu fenomena melalui penggunaan teks dan membuat kesimpulan tentangnya.<sup>3</sup>

Nama lain dari analisis isi adalah teknik membuat kesimpulan dengan melihat makna atau isi pesan komunikasi dan menggunakan data yang ada. Analisis ini merupakan metode penelitian yang menawarkan gambaran sistematis, objektif, dan signifikan secara sosiologis terhadap isi media massa. Analisisnya dapat digambarkan dengan menggunakan teknik pengukuran kuantitatif atau kualitatif, atau bahkan keduanya.<sup>4</sup>

Meneliti dan mengevaluasi komunikasi dalam ruang dan waktu tertentu dilakukan melalui kajian analisis isi, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi pola pesan yang dikomunikasikan, baik secara terang-terangan maupun terselubung.<sup>5</sup> Teknik analisis isi tidak terbatas pada domain analisis tekstual, tetapi dapat diterapkan ke bidang lain seperti pengkodean gambar atau pengkodean tindakan yang diamati dalam rekaman video.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 10 - 11.

<sup>4</sup> Zulkarnaen Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta: Pusat Penelitian Universitas Terbuka, 2001), h. 32.

<sup>5</sup> Henry Subiakto dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik Media Dan Demokrasi*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 9.

<sup>6</sup> Steve Stemler, "An Overview of Content Analysis," *Practical Assesment, Research & Evaluation, A Peer-Reviewed Electronic Journal*, Vol. 7, no. 17 (2001): h. 1.

Beberapa ahli mengartikan analisis isi dengan cara sebagai berikut: Holsty mendefinisikan analisis ini sebagai metode untuk membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi banyak kualitas unik dari sebuah pesan secara metodis dan objektif. Berelson mendefinisikan analisis isi sebagai metode penelitian untuk mengkarakterisasi penelitian dari konten komunikasi secara metodis dan objektif. Stone menyatakan bahwa analisis isi adalah suatu metode penelitian yang secara metodis dan objektif merekomendasikan pengenalan ciri-ciri tertentu dalam sebuah teks. Wisnu mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk menarik kesimpulan tentang kata-kata atau gagasan yang muncul dalam suatu teks atau kumpulan teks.<sup>7</sup>

#### b. Tujuan Analisis Isi

Tujuan analisis isi adalah menggambarkan karakteristik pesan. Dengan bantuan analisis isi dijelaskan ciri-ciri pesan, dengan bantuan analisis ini pertanyaan “apa”, untuk “siapa” dan “bagaimana” dijawab. Lihatlah deskripsi atau ciri-ciri pesan dan buatlah kesimpulan tentang penyebab pesan tersebut. Selain itu, semua jenis komunikasi, termasuk berita, buku, puisi, lagu daerah, lukisan, pidato, surat, teater, bahkan novel, dapat dianalisis dengan menggunakan analisis isi. Penggunaan analisis isi memiliki tiga komponen. Pertama, teknik utamanya adalah analisis isi. Kedua, analisis isi digunakan sebagai

---

<sup>7</sup> Gusti Yasser Arafat, “Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis,” *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17, No. 33 (2018): h. 32-33.

sumber referensi untuk memverifikasi keakuratan kesimpulan yang diambil dari metode lain. Ketiga, analisis isi hanya digunakan sebagai metode dalam penelitian.<sup>8</sup>

Penjelasan rinci tentang pesan tersebut disediakan oleh analisis konten; namun, beberapa analisis konten hanya menggunakan teks, gambar, video, dll untuk mendeskripsikan pesan. Analisis masih dilakukan untuk tujuan perbandingan. Desain analisis isi yang biasanya dapat digunakan untuk mendeskripsikan.<sup>9</sup>

#### c. Ciri-ciri Analisis Isi

- 1). Penentuan suatu kategori isi teks dilakukan dan diolah secara sistematis.
- 2). Proses pengkajian dan pembahasan didasarkan pada deskripsi yang dimanifestasikan.

#### d. Pendekatan Analisis Isi

##### 1). Deskriptif

Analisis yang bertujuan untuk mengkarakterisasi pesan atau teks tertentu secara menyeluruh dikenal sebagai analisis isi deskriptif; mereka tidak dimaksudkan untuk memverifikasi teori

---

<sup>8</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 10 - 11.

<sup>9</sup> Ibid, h. 10 – 11.

atau menguji hubungan antar variabel. Satu-satunya tujuan analisis isi adalah untuk mengkarakterisasi dan menggambarkan elemen pesan.<sup>10</sup>

## 2). Eksplanatif

Analisis isi yang menguji hipotesis tertentu dikenal sebagai analisis isi penjelasan. Analisis isi ini mencari pola hubungan antar faktor, tidak hanya pada isi pesan itu sendiri, namun juga hubungan isi pesan dengan variabel lain.<sup>11</sup>

## 3). Prediktif

Dengan menggabungkan variabel lain dengan hasil penelitian lain menggunakan berbagai teknik, seperti survei dan eksperimen, analisis konten prediktif bertujuan untuk memperkirakan hasil seperti yang ditangkap dalam analisis konten. Kedua hasil penelitian yang berbeda tersebut kemudian dihubungkan dan dicari hubungannya.<sup>12</sup>

Analisis isi pesan yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah Tidak ada unsur memadukan penafsiran pribadi peneliti dengan analisis isi pesan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

---

<sup>10</sup> Ibid, h. 47.

<sup>11</sup> Ibid, h. 49.

<sup>12</sup> Ibid, h. 53.

## B. Pesan Dakwah

### a. Pengertian Pesan Dakwah

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan pesan sebagai seruan, perintah, atau nasehat yang harus disampaikan kepada orang lain.<sup>13</sup> Apa yang disampaikan sumber kepada penerima disebut pesan. Tergantung sifatnya, pesan terbagi menjadi tiga, yaitu pesan informatif (memberikan keterangan atau fakta), pesan persuasif (ajakan, bujukan atau rayuan), dan pesan koersif (memaksa menggunakan sanksi).<sup>14</sup> Selain itu, perasaan, nilai, ide, dan tujuan sumber diwakili oleh kumpulan simbol verbal dan/atau nonverbal yang membentuk pesan.<sup>15</sup> Secara umum, jenis simbol dan kode pesan terbagi menjadi dua, yakni:

#### 1). Pesan Verbal

Pesan verbal adalah jenis komunikasi dimana informasi diungkapkan melalui kata-kata dan penerima dapat menyimpulkan makna dari apa yang mereka dengar. Bahasa digunakan dalam pesan verbal. Salah satu pengertian bahasa adalah kumpulan kata-kata yang telah disusun secara struktural sehingga membentuk kalimat yang bermakna. Salah satu alat paling penting untuk memahami dunia di sekitar kita adalah bahasa. Meski kita belum pernah ke sana, kita

---

<sup>13</sup> Wjs. Pudarmawinta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, Edisi ke-3, 2005), h. 883.

<sup>14</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, Cetakan IV, 2004). h. 99.

<sup>15</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013). h. 97.

bisa belajar tentang sikap, adat istiadat, dan pandangan dunia suatu tempat melalui bahasanya.

## 2). Pesan Nonverbal

Pesan nonverbal adalah pesan yang disampaikan tanpa menggunakan kata-kata; sebaliknya, penerima harus menyimpulkan makna dari bahasa tubuh, tindakan, dan ekspresi wajah pengirim. Isyarat nonverbal bergantung pada persepsi visual untuk mencatat rangsangan eksternal. Diam, isyarat, atau bahasa isyarat adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan komunikasi nonverbal.<sup>16</sup>

Dakwah berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon.<sup>17</sup> Secara etimologi, Nama dakwah berasal dari tindakan menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain melalui undangan, dengan tujuan membujuk mereka agar menerima tawaran tersebut. Secara terminologi, banyak pendapat tentang defenisi dakwah, antara lain: Syekh Ali Makhfudz dalam kitabnya Hidayat al Mursyidin, bahwa dakwah mengajak manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk, mengajak berbuat baik dan melarang berbuat maksiat, sehingga dapat meraih kebahagiaan dunia dan akhirat. Muhammad

---

<sup>16</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-4, 2004), h. 99.

<sup>17</sup> Siti Muriah, *Metodologi dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), h. 1.

Nasir, dakwah adalah upaya menyeru dan menyampaikan kepada manusia perseorangan dan seluruh masyarakat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi amar maa'ruf nahi munkar, dengan berbagai media dan metode yang dibolehkan akhlak. dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan individu, di rumah tangga, bermasyarakat dan bernegara. S.M. Nasaruddin Latif, dakwah adalah suatu usaha atau kegiatan dengan lisan atau tulisan dan hal-hal lain yang bersifat menyeru, mengajak, mengajak orang lain untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis keimanan, syariah dan akhlak Islam. Sudirman, dakwah adalah mewujudkan ajaran dakwah dalam realitas kehidupan sehari-hari, baik dalam kehidupan individu maupun masyarakat sebagai keseluruhan sistem kehidupan bersama dalam rangka membangun bangsa dan kemanusiaan untuk meraih keridhaan Allah. Endang S. Ansari, membagi pengertian dakwah dalam arti terbatas yaitu menyampaikan Islam kepada masyarakat secara lisan, tulisan, atau lukisan. Sedangkan dalam arti luas berarti penjabaran, penerjemahan dan penerapan Islam dalam kehidupan dan penghidupan manusia, meliputi politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, seni, keluarga dan sebagainya. Thoha Yahya Umar, mengartikan dakwah adalah mengajak manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan



kebahagiaannya di dunia dan di akhirat.<sup>18</sup> Dalam bukunya *Al-Dakwah ila al Ishlah*, Muhammad Khidr Husain mengartikan dakwah sebagai ikhtiar menggugah manusia agar beramal shaleh, menaati jalan hidayah, dan melakukan amal shaleh maupun munkar guna mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Dalam kitab “*ad Dakwah al Islamiyah*” karya Ahmad Ghalwasy disebutkan bahwa Ilmu dakwah adalah ilmu yang diterapkan untuk memahami berbagai cara menyampaikan ajaran Islam, termasuk akhlak, syariat, dan akidah. Menurut Masdar Helmy, dakwah adalah proses mengajak manusia untuk mengikuti ajaran Allah (Islam), seperti amar ma'ruf nahi munkar, agar dapat memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Menurut Quraish Shihab, ini adalah seruan untuk bertobat atau upaya untuk mengubah situasi buruk menjadi situasi ideal bagi semua orang—individu dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>19</sup> Menurut Bakhial Khauli, dakwah adalah proses penerapan hukum Islam untuk membantu transisi masyarakat dari satu keadaan ke keadaan lainnya.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Ibid, h. 2-5.

<sup>19</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, Cet. Ke-5, 2021), h. 15-16.

<sup>20</sup> Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h. 7.

Meskipun definisi-definisi tersebut tidak sama dalam rumusannya, namun dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dakwah adalah amalan mengajak atau mengajak orang lain untuk mengikuti ajaran Islam.
2. Penyebaran ajaran Islam yang disengaja dan disengaja dari satu individu ke individu lainnya disebut dakwah.
3. Dakwah merupakan kegiatan yang dapat dilaksanakan dengan berbagai cara.
4. Tujuan dakwah adalah berusaha menjalani hidup bahagia dengan mencari keridhaan Allah.
5. Dakwah adalah upaya menyebarkan ilmu agama untuk mempengaruhi sikap batin, perilaku, dan cara pandang hidup yang tidak sejalan dengan Islam.<sup>21</sup>

Jika diterjemahkan secara harafiah, kata dakwah berarti “panggilan”, “undangan”, “pembelaan”, atau “doa”. Menurut ajaran Allah dan Rasul-Nya, dakwah adalah proses pencerahan manusia tentang kenyataan hidup yang keras. Dakwah, dengan demikian, secara sederhana dapat dipahami sebagai seruan, ajakan, dan panggilan untuk membangun masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2009), h. 21.

<sup>22</sup> Shofan Habibi, Skripsi: *Implementasi Dakwah Bil Hal Dalam Film Soedirman* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019), h. 12-13.

Seluruh pernyataan yang terdapat dalam pesan dakwah, baik tertulis maupun lisan, bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Apa yang disampaikan dalam kegiatan dakwah adalah pesan dakwah. Makna yang dirasakan atau diterima seseorang, diterimanya pesan dakwah oleh mad'u, atau tujuan dakwah, semuanya berhubungan dengan pesan dakwah. Ia berbicara tentang berbagai kata atau gagasan tentang dakwah yang diungkapkan secara lisan.<sup>23</sup>

Setiap pesan dakwah pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan hadis yang merupakan sumber utama akhlak, syariah, dan akidah. Menyadari bahwa ajaran yang dianjurkan adalah tentang menumbuhkan kesadaran yang mendalam dan bukan sekedar keberadaan dan sifat Allah SWT diperlukan jika seseorang ingin mampu mewujudkan keimanan, akhlak, dan syariah dalam ucapan, pikiran, dan perbuatan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>24</sup>

Dakwah memiliki beberapa unsur diantaranya yaitu Da'I (pelaku dakwah), Mad'u (penerima dakwah), Maddah (materi dakwah), Thariqah (metode dakwah), dan Wasilah (media dakwah).<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Hamidah, Manalullaili, dan M. Akbar, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Novel Bumi Cinta Karya Habiburrahman El Shirazi," *JKPI: Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, Vol. 1, No. 2 (2017): h. 63 – 64.

<sup>24</sup> Dian Nur Utami, Skripsi: "Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), h. 32.

<sup>25</sup> Rini Fitria & Rafinita Aditia, "Prospek Dan Tantangan Dakwah Bil Qalam Sebagai Metode Komunikasi Dakwah", *Jurnal Islamah Syiar*, IAIN Bengkulu (2019): h. 227.

## b. Macam-macam Pesan Dakwah

Pesan dakwah terbagi menjadi 3 hal pokok, yaitu pesan akidah (keimanan), pesan akhlak (budi pekerti), dan pesan syariah (keislaman).

### 1. Pesan Akidah

Orang yang mengamalkan akidah adalah orang yang meyakini sesuatu tanpa keraguan sedikit pun. Akidah diyakini sebagai ajaran tentang keimanan. Dalam hal ini, keimanan seorang Muslim memainkan peran mendasar karena menentukan arah dan makna hidup mereka.<sup>26</sup> Pesan Akidah meliputi keimanan kepada Allah, para malaikat, kitab-kitab yang diturunkan, para nabi dan rasul, hari kiamat, serta qada dan qadar.<sup>27</sup>

### 2. Pesan Akhlak

Akhlak berasal dari kata Arab *khalafa* dan *khuluqun*, yang berarti moralitas, temperamen, dan karakter. Dalam istilah teknis, moralitas adalah ilmu yang mendefinisikan baik dan jahat serta menjelaskan perilaku apa yang pantas dilakukan orang terhadap satu sama lain. Lambang keimanan dan Islam seseorang adalah akhlaknya. Pesan ini sangat penting karena Islam menjunjung

---

<sup>26</sup> Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 38, No.1 (2018): h. 101.

<sup>27</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 101-102.

tinggi prinsip-prinsip moral dalam keberadaan manusia.<sup>28</sup> Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah, akhlak kepada diri sendiri, akhlak kepada sesama manusia, akhlak kepada sesama makhluk hidup.<sup>29</sup>

### 3. Pesan Syariah

Syariah mempunyai arti etimologis yaitu jalan lurus menuju kehidupan yang lebih baik. Syariah juga mengacu pada sistem hukum yang mengatur bagaimana manusia berhubungan satu sama lain, dengan Allah, dan dengan makhluk Tuhan. Sedangkan hukum-hukum yang Allah pelihara bagi umat manusia sebagai pedoman untuk bertahan hidup di dunia dikenal dengan istilah syariah. Syariah mengatur hubungan manusia dengan Tuhan dan satu sama lain, dan sangat bergantung pada perilaku eksternal untuk mematuhi semua hukum atau perintah Tuhan. Ibadah kepada Allah yang meliputi shalat, puasa, zakat, haji, dan ibadah lainnya merupakan bidang syariah.<sup>30</sup> Dua aspek hubungan yang membentuk definisi syariah adalah hubungan antara manusia dan Tuhan, disebut juga ibadah, yang mencakup thaharah, shalat,

---

<sup>28</sup> Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah," Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 38, No.1 (2018): h. 103.

<sup>29</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013). h. 102.

<sup>30</sup> Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah," Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 38, No.1 (2018): h. 102.

zakat, puasa, dan haji. Sedangkan hukum publik (hukum pidana, negara, perang dan damai) dan hukum perdata (hukum dagang, perkawinan dan warisan) mengatur hubungan manusia dengan manusia lain atau muamalah.<sup>31</sup>

### c. Karakteristik Pesan Dakwah

#### 1). Membawa pesan perdamaian

Karena Islam menekankan menjaga perdamaian di atas segalanya baik secara sosial maupun antarpribadi. Perdamaian adalah komponen penting dalam menyebarkan pesan dakwah. Upaya mencapai perdamaian dimulai dari individu dan menyebar ke keluarga, komunitas, dan bidang kehidupan sosial lainnya. Oleh karena itu, pesan dakwah harus bersifat damai.<sup>32</sup>

#### 2). Mengandung unsur kebenaran

Komponen pengajaran utama yang disampaikan dalam proses pengajaran adalah hukum, dan hukum yang diterima adalah hukum yang diturunkan oleh Allah SWT dan terdapat dalam Hadits Al-Qur'an.<sup>33</sup>

#### 3). Memberikan kemudahan

Karena salah satu tujuan hukum Islam adalah untuk memudahkan orang lain, maka disarankan agar diberikan

---

<sup>31</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 102.

<sup>32</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 144.

<sup>33</sup> *Ibid*, h. 142.

kemudahan dalam menyampaikan pesan dalam proses dakwah. Kemudahan tersebut dapat dipahami dengan tidak memilih undang-undang yang sederhana dan ringan, melainkan yang diterapkan secara seragam dan tidak bertentangan dengan hukum syariat Islam.<sup>34</sup>

#### 4). Toleransi dalam perbedaan

Islam melarang pemeluknya untuk menggunakan paksaan dalam urusan agama karena dapat menimbulkan perselisihan, perceraian, dan akibat negatif lainnya. Adanya perbedaan pendapat harus dimanfaatkan untuk memperkuat, memperbaiki, dan mengkompensasi kelemahan satu sama lain. Oleh karena itu, pesan dakwah harus sederhana, komprehensif, seimbang, masuk akal, dan membawa kebaikan.<sup>35</sup>

### C. Media Sosial

#### a. Pengertian Media Sosial

Melalui jaringan tertentu, media sosial menjadi alat yang memungkinkan masyarakat berbagi atau bertukar ide, informasi, foto, video, dan masih banyak lagi.<sup>36</sup> Media sosial mengacu pada platform

---

<sup>34</sup> Ibid, h. 146.

<sup>35</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 26.

<sup>36</sup> Shabnoor Siddiqui and Tajinder Singh, "Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects," *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, Vol. 5, No. 2 (2016): h. 71.

online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual di mana pengguna dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan memproduksi konten.<sup>37</sup> Definisi Setiap orang yang menggunakan media sosial mungkin mempunyai definisi berbeda tentang apa itu media sosial. Namun definisi media sosial yang ditemukan dalam sejumlah publikasi penelitian adalah sebagai berikut: Mandibergh menegaskan bahwa media sosial adalah platform yang mendorong komunikasi dan kerjasama antar pengguna yang membuat konten (usergenerated content). Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial memfasilitasi kerja sama pengguna dan tindakan kolektif yang terjadi di luar batas institusi atau organisasi. Menurut Boyd, media sosial adalah sekelompok program yang memungkinkan orang berkumpul, bertukar pikiran, berbicara, dan terkadang bahkan bekerja sama atau bersenang-senang. Konten buatan pengguna (UGC) di media sosial sangat berguna karena dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor. Van Dijk mendefinisikan media sosial sebagai platform yang mendorong perilaku pengguna dan mendukung pengguna dalam aktivitas dan pekerjaan bersama. Oleh karena itu, media sosial dipandang sebagai alat online (fasilitator) yang meningkatkan koneksi pengguna dan ikatan sosial. Menurut Meike dan Young media sosial adalah perpaduan antara media publik, yang dibagikan kepada semua

---

<sup>37</sup> Asep Samsul dan M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014) h. 104.



orang tanpa memperhatikan kekhususan individu, dan komunikasi pribadi, yang dibagikan satu lawan satu.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa Menurut definisi atau pernyataan yang berbeda, media sosial adalah “sebuah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial virtual”.<sup>38</sup>

Banyak orang menggunakan media sosial untuk terhubung satu sama lain, sehingga mereka dapat melakukannya meskipun mereka terpisah oleh jarak yang jauh. Media sosial dapat diakses melalui platform smartphone dan komputer. Berkat ini, pengguna dapat menggunakannya secara online dengan lebih mudah. Media sosial umumnya bertujuan untuk berkomunikasi dengan khalayak luas atau dengan individu secara langsung. Pesan-pesan tersebut dapat disajikan dalam bentuk gambar, berita, musik, atau video.<sup>39</sup>

#### b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Purnama, media sosial mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:

1. Jangkauan (*reach*): kemampuan media sosial untuk menjangkau khalayak di seluruh dunia.

---

<sup>38</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis, 2015) h. 11.

<sup>39</sup> St. Namirotul Hidayah, Skripsi: “*Dakwah Hidayat Mansyur Dalam Memanfaatkan Sosial Media Tiktok Di @habibiekecil Yang Berjudul Juma'at Berkah*” (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021), h. 1.

2. Aksebilitas (*accessiniliy*): Masyarakat kini bisa mengakses media sosial dengan lebih mudah dan terjangkau.
3. Penggunaan (*usability*): Karena media sosial tidak memerlukan pengetahuan atau pelatihan khusus, maka penggunaannya relatif mudah.
4. Aktualitas (*immediacy*): Media sosial memiliki kemampuan untuk memperoleh reaksi audiens lebih cepat.
5. Tetap (*permanence*): Komentar di media sosial dapat dengan cepat diubah atau diedit dengan mudah.<sup>40</sup>

#### c. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

1. Media jejaring sosial, Media jejaring sosial merupakan jenis media yang paling populer. Melalui media ini, pengguna dapat berinteraksi secara sosial dan merasakan dampak dari interaksi tersebut di dunia maya. Kemampuan setiap pengguna untuk membangun jaringan pertemanan yang terdiri dari orang-orang yang sudah mereka kenal dan kemungkinan kenalan baru yang mungkin mereka temui secara offline merupakan komponen penting dari situs jejaring sosial.

---

<sup>40</sup> Anastasia Siwi Fatma Utami dan Nur Baiti, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pelaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja," Jurnal Humaniora bina sarana informatika, Vol. 18, No. 2 (2018): h. 258.

2. Blog, adalah jenis media sosial tempat pengguna dapat memposting pembaruan tentang aktivitas sehari-hari, meninggalkan komentar, dan berbagi informasi serta tautan lainnya. Blog awalnya merupakan jenis situs web pribadi yang diperbarui setiap hari dan menampilkan daftar tautan ke situs web lain yang menurut penulis menarik. Pada iterasi selanjutnya, blog menampilkan bagian komentar yang dapat diisi pengguna serta berbagai jurnal, atau tulisan pribadi harian pemilik media. Dua kategori media sosial yang dapat dibedakan secara otomatis satu sama lain adalah halaman beranda pribadi, yang menggunakan nama domain seperti .com atau .net, dan penyedia halaman blog gratis, seperti WordPress atau Blogspot.
3. Micro-blogging, adalah sejenis media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi pemikiran dan aktivitasnya melalui tulisan.
4. Media berbagi (media sharing), adalah salah satu jenis media sosial yang memudahkan penggunanya untuk berbagi berbagai jenis media, antara lain file, dokumen, audio, video, foto, dan lainnya.
5. Penanda sosial, adalah media sosial yang membantu mengelola, menyimpan, mengatur, dan mencari berita atau informasi tertentu secara online.
6. Media konten bersama (wiki), adalah situs web tempat pengguna berkolaborasi untuk membuat konten. Wiki memberi pengguna informasi tentang definisi kata, sejarah, dan referensi buku atau

tautan, seperti halnya ensiklopedia atau kamus. Faktanya, pengunjung memberikan penjelasan tersebut, menandakan bahwa setiap orang yang mengunjungi website ini berkontribusi terhadap kontennya.<sup>41</sup>

#### **D. Tiktok**

##### **a. Pengertian Tiktok**

Salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di seluruh dunia disebut TikTok. Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.<sup>42</sup> Pengguna TikTok bisa menghasilkan video berdurasi 15 detik, 1 menit, atau maksimal 3 menit, lengkap dengan musik, filter, dan elemen artistik lainnya. Sebuah perusahaan asal Tiongkok bernama Byte Dance pertama kali merilis aplikasi singkat yang dikenal dengan nama Douyin sebelum meluncurkan aplikasi ini. Douyin memiliki 100 juta pengguna dan satu miliar penayangan video setiap hari hanya

---

<sup>41</sup> Dinda Sekar Puspita Rini dan Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House),” *Jurnal Common*, Vol. 3, No. 1 (2019): h. 73-74.

<sup>42</sup> Riska Amelia, “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok” (Jambi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), h. 20.

dalam setahun. Karena popularitasnya yang luar biasa, Douyin mulai beroperasi di luar Tiongkok sebagai Tiktok.

Remaja, anak kecil, dan bahkan orang tua yang merasa membutuhkan hiburan adalah penggemar berat aplikasi ini. Baik pengguna maupun aplikasinya sendiri menjadi semakin populer karena banyaknya orang dewasa dan anak muda yang membuat dan berbagi video di berbagai platform media sosial. Tiktok mempunyai keunikan tersendiri. Video Tiktok dapat diidentifikasi dari aplikasi lain melalui "tanda air" dalam bentuk nama pengguna. Orang-orang dari segala usia sering menggunakan aplikasi ini.<sup>43</sup>

Di Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) memblokir aplikasi Tiktok pada 3 Juli 2018. Setelah memantau aplikasi ini selama sebulan, Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan banyak keluhan yang masuk terkait aplikasi tersebut. Total laporan yang diterima hingga 3 Juli sebanyak 2.853 laporan. Banyak konten-konten tidak mendidik yang ditujukan untuk anak-anak, yang jelas berdampak negatif, menurut Rudiantara, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Namun, aplikasi TikTok tidak dapat diunduh pada Agustus 2018 karena sejumlah faktor dan undang-undang baru. Salah satu aturan yang dicurigai adalah batasan usia pengguna sebelas tahun.

---

<sup>43</sup> Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, No. 2 (2020): h. 136.

Susul pemblokiran Kementerian Komunikasi dan Informatika, Tiktok kini menjadi budaya dan tren populer di Indonesia. Budaya populer diterima secara luas dan tidak terbatas pada kelas sosial tertentu. Era digital saat ini memberikan dampak yang lebih besar terhadap budaya populer karena kemudahan akses informasi memberikan pengaruh besar terhadap budaya populer suatu bangsa. Generasi milenial sangat terlibat dan bersemangat terhadap teknologi baru, khususnya aplikasi TikTok, yang sangat sering mereka gunakan sehingga sudah tertanam dalam budaya populer Indonesia.

Pengguna bisa menjadi mengenal atau terkenal di Tiktok. Dikenal karena perbedaan gaya mereka yang dan beragam ekspresi artistik dalam videonya. Selain itu, terdapat video-video yang berisi pelajaran agama dan akhlak, khususnya bagian dakwah. Pengguna TikTok menjadi ketagihan menonton atau bahkan membuat video asli, inspiratif, dan mendidik.<sup>44</sup>

Perbedaan antara Tiktok dan media sosial lainnya adalah pada tagar-tagar populer yang cenderung lebih menyukai tantangan, meme, atau format berulang lainnya. Tidak seperti media sosial lainnya, peristiwa terkini bukanlah faktor dominan. Tiktok bukan platform yang membahas apa yang sedang terjadi di dunia. Orang-orang menggunakan

---

<sup>44</sup> Tasha Bulan Suci Fanti, Skripsi: “*Dakwah Melalui Tiktok Oleh Husain Basyaiban*” (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022), h. 52-54.

dan melihat Tiktok untuk bersenang-senang dan menjadi kreatif, tanpa tekanan dari siklus berita.<sup>45</sup>

#### b. Fitur-fitur Tiktok

Tiktok memiliki fitur-fitur yang mendukung penggunaannya dalam berkreasi menciptakan konten, fitur tersebut antara lain:

##### 1. Penambahan musik

Menambahkan musik pada aplikasi Tiktok merupakan salah satu fitur utamanya. Dalam jenis video yang kita buat, kita bisa menambahkan variasi musik. Tidak perlu khawatir menggunakan musik secara bebas karena semua musik yang tersedia di aplikasi dilisensikan oleh pemilik yang sah dan tidak dilindungi hak cipta.

##### 2. filter pada video

Memfilter video adalah filter saringan kedua yang tersedia untuk semua pengguna TikTok. Untuk mengubah warna video menjadi seimbang, pengguna dapat menerapkan filter. Selanjutnya kita dapat mengubah warna dan tone berdasarkan objek video.

##### 3. Filter sticker dan efek video

Kita dapat bermain-main dengan minimal lima jenis efek berbeda di TikTok: efek split, transisi, visual, stiker, dan waktu. Efek stiker hadir dalam berbagai gaya, termasuk hot, klasik, selfie, rambut, lucu, hati, vlog, binatang, dan kacamata. Filter ini

---

<sup>45</sup> <https://mix-co-id.cdn.ampproject.org>. di akses pada\_1 Januari 2024.

dimaksudkan untuk memberikan tampilan yang lebih artistik pada video Anda.

#### 4. Filter voice changer

Pengguna Video yang dibuat dengan fitur pengubah suara kini dapat diubah audionya oleh pengguna. Pengguna dapat dengan mudah menambahkan kesenangan dan kreativitas pada video mereka dengan berbagai efek suara. Cara menggunakan metode ini juga sangat mudah. Cukup tekan atau pilih efek suara dari galeri ponsel cerdas kami..

#### 5. Filter beauty

TikTok menyediakan fitur beautifikasi yang mempercantik wajah penggunanya agar tampil lebih menarik, berbeda, dan percaya diri dalam setiap video yang dibuatnya. Selain itu, fitur ini memungkinkan kita melembutkan wajah serta mengubah warna dan bentuk mata.

#### 6. Filter auto captions

Salah satu fitur baru TikTok adalah yang satu ini. Pembuat konten TikTok dapat menggunakan fitur ini untuk menambahkan subtitle yang dibuat secara otomatis ke dalam video mereka. Mempermudah semua orang untuk melihat dan menikmati video yang mereka buat terutama bagi mereka yang memiliki gangguan pendengaran adalah tujuan dari penyertaan fitur ini. Cara menggunakannya mudah: sebelum mengunggah video, pilih opsi



"subtitle" di halaman edit. Selanjutnya, aplikasi mentranskripsikan kata-kata pembuat konten dalam video secara otomatis. Selanjutnya, periksa dan lakukan perubahan pada subtitle yang dihasilkan untuk memastikan teks bebas dari kesalahan.

#### 7. Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal

Sebagai upaya melindungi pembuat konten dari perundungan, TikTok juga memperkenalkan fitur baru. Sayangnya, tidak semua orang menyukai pengenalan fitur baru ini. Alasannya adalah banyak orang berpikir jika konten yang mereka unggah berhasil, fitur baru ini akan memungkinkan pembuat konten mengubah siapa dirinya. Pengguna dapat mengakses opsi dengan menekan lama komentar atau dengan mengetuk ikon pensil yang terletak di sudut kiri atas. Produser konten kemudian dapat memilih 100 komentar atau akun mana yang akan dihapus atau diblokir. Kami tidak memerlukan pemeriksaan individual. Hal ini membuat pemblokiran akun dan penghapusan komentar menjadi mudah.

#### 8. Fitur live

Pengguna juga dapat memanfaatkan fitur live di Tiktok. Sayangnya, tidak semua pengguna TikTok memiliki kemampuan untuk memulai video langsung di platform, tidak seperti

pengguna di jaringan media sosial lainnya. Sebab pengguna di Tiktok hanya bisa live jika memiliki minimal 1000 pengikut.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>. Di akses pada 7 Desember 2022.