

## Analysis of the Phenomenon Using Tiktok Social Media @duniaislam2 as a Da'wah Media

## Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam2 Sebagai Media Dakwah

Retno Anggraini Tri Ardana<sup>1)</sup>, Poppy Febriana <sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[\\*poppyfebriana@umsida.ac.id](mailto:*poppyfebriana@umsida.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the motives of @duniaislam2 tiktok accounts in preaching on tiktok social media, using qualitative research methods and phenomenological approaches with Alfred Schutz theory, researchers use 3 informants who are usually account managers @duniaislam2serta in-depth observations and interviews are carried out in the data collection process. So that the results of the research were found to be Motives Because (because motives) informants do da'wah on Tiktok due to 2 things, namely the experience of informants who previously had difficulty getting Islamic da'wah information because they had to go to mosques or majlis to listen to lectures and also the experiences of informants because they were interested in ansihat – advice given by other preachers that can be a guide for their behavior in the future so that informants want to be like that. Furthermore, Motif For (in order to motives) in doing da'wah on social media dTiktok found the results that there is an ease of getting information about da'wah – Islamic da'wah, can provide advice to many people through @duniaislam2 account.*

**Keywords -** Phenomenology , New Media , Da'wah

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif akun tiktok @duniaislam2 dalam berdakwah di media sosial tiktok, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif serta pendekatan fenomenologi dengan teori Alfred Schutz, peneliti menggunakan 3 informan yang mana ketiiganya merupakan pengelola akun @duniaislam2serta dilakukannya observasi dan wawancara secara mendalam dalam proses pengumpulan data. Sehingga didapati hasil penelitian yaitu Motif Karena (because motives) informan melakukan dakwah di Tiktok disebabkan 2 hal yaitu pengalaman informan yang sebelumnya kesusahan untuk mendapat informasi dakwah islami karena harus ke masjid atau majlis untuk mendengarkan ceramah dan juga pengalaman dari informan karena tertarik dengan nasihat – nasihat yang diberikan pendakwah lain yang mampu menjadi pedoman akan perilakunya kedepan sehingga informan berkeinginan untuk seperti itu. Selanjutnya Motif Untuk (in order to motives) dalam melakukan dakwah di media sosial dTiktok didapati hasil bahwa adanya kemudahan untuk mendapatkan informasi seputar dakwah – dakwah islam, dapat memberikan nasihat – nasihat ke banyak orang melalui akun @duniaislam2.*

**Kata Kunci –** Fenomenologi , New Media , Dakwah

### I. PENDAHULUAN

Media yang semakin berkembang yang berdasarkan survey dataportal.com menjelaskan munculnya berbagai media yang membuat masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan informasi dan menyampaikan pesan walaupun dalam jarak yang cukup jauh sekalipun, salah satu media komunikasi yang efektif dan tengah populer digunakan oleh masyarakat saat ini adalah media sosial[1]. Termasuk bagian media sosial Tiktok yang menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan saat ini, berdasarkan hasil penelitian dari Agustina[2] aplikasi Tiktok merupakan aplikasi yang mengalami kenaikan penggunaan sebesar 38,7% serta menurutnya survey datareportal aplikasi Tiktok berada di urutan keempat dalam top media social yang digunakan sehari – hari yaitu 13,8 jam/bulan. Dalam penggunaan media Tiktok ini juga mulai berkembang kegunaannya dari awalnya hanya berisi joget diiringi music seiring berkembangnya waktu media sosial Tiktok juga digunakan untuk media belajar , berbagi informasi termasuk informasi dakwah. Dalam penelitian Hikmawati dan Farida [3]didapati hasil bahwa Tiktok memberikan manfaat dalam merujuk hal media dakwah Islam, serta ditinjau dari bahasa Da'wah berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Dalam bahasa Arab, kata ini disebut mashdar, dan kata kerjanya disebut (fi'il) yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak (Da'a , Tad'u, dan Da.watan)[4]. Dari berbagai definisi dakwah yang telah disebutkan, dapat

ditarik benang merah bahwa secara mendasar dakwah mengandung dua pengertian. Pertama, dakwah yang ditujukan kepada seluruh umat manusia di dunia tanpa terkecuali. Kedua, dakwah yang ditujukan khusus bagi umat Islam. Namun, pada hakekatnya dakwah merupakan segala usaha manusia yang dilakukan secara sadar dan terencana baik dalam bentuk lisan, tulisan, dan sebagainya dalam rangka mengajak untuk beramar ma'ruf nahi mungkar dengan tanpa adanya unsur paksaan berdasarkan pesan yang akan disampaikan. Pesan dalam komunikasi dakwah memiliki tujuan tertentu sehingga juga berpengaruh pada teknik yang akan digunakan dalam penyampaian pesan, apa menggunakan teknik informasi, persuasi, dan Teknik instruksi. Ketiga teknik tersebut harus dimengerti terlebih dahulu bagi da'i (penyampai dakwah) sehingga diharapkan dari pemahaman ketiga teknik tersebut juga dapat memudahkan mad'u dalam penerimaan pesan komunikasi. Dalam penyampaian pesan komunikasi atau yang disebut dengan message, content, dan informasi terdapat beberapa cara dalam penyampaian pesan dakwah itu sendiri dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka maupun lewat media [5] Metode adalah suatu cara yang di tempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencanasistem, tata pikir manusia. Sedangkan metode dakwah sendiri adalah jalan atau cara yang di pakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah islam. Terdapat beberapa pandangan mengenai unsur – unsur dari dakwah sebagai berikut

- A. Muhammad Abu al-Fatah al-Bayanûnî mengatakan unsur unsur atau rukun dakwah ada tiga, yaitu: al-dâ'i, al-mad'û, dan maudhu' al-da'wah.
- B. Menurut pandangan Asep Muhiddin dan Iskandar yaitu dai, pesan, metode, media, mad'u
- C. Sedangkan menurut Ali 'Aziz bahwa unsur dakwah juga terdapat efek dakwah, terdapat da'i (pelaku dakwah), mad'û (mitra dakwah), mâddah (materi dakwah), washîlah (media dakwah), thariqah (metode dakwah), dan atsar (efek dakwah). [6]

Dalam penelitian ini menggunakan akun Tiktok @duniaislam2 sebagai obyek penelitian, akun media social Tiktok yang dibuat pada akhir bulan ditahun 2021 ini memiliki 97,2K pengikut serta memiliki lebih dari 2,1M respon dari penngguna Tiktok yang mana dianggap cukup sebagai pembatasan dari obyek yang digunakan dalam penelitian ini. Akun Tiktok yang dikemas dengan editing video yang baik ini menarik perhatian pengguna Tiktok yang beragam respon diberikan pengikut serta pengguna Tiktok lainnya seperti respon komentar, respon suka serta simpan dan bagikan ke penguna lainnya. Seperti diketahui dalam aplikasi social media Tiktok terdapat beberapa fitur untuk menunjukkan respon dari pengguna Tiktok terhadap salahsatu akun itu sendiri, adanya fitur pengikut ini menunjukkan banyaknya pengguna Tiktok yang mengikuti atau ingin mengetahui postingan terbaru dari akun yang diminati kemudian ada respon suka dan komentar respon suka (*like*) sendiri merupakan respon atau tanggapan yang diberikan pengguna kepada akun yang dilihatnya dengan menekan tombol suka (*love*) disebelah kanan respon suka ini dapat diberikan untuk mengguna yang mengikuti akun dan juga yang tidak mengikuti akun sedangkan komentar itu sendiri adalah respon yang diberikan pengguna Tiktok berupa tulisan atau kata – kata pendapat dari pengguna terhadap akun dalam beberapa waktu juga terdapat juga saling berinteraksi antara pemilik akun Tiktok dengan pengikutnya atau kepada akun yang memberikan respon akan konten yang diposting dalam akunnya. Selain fitur pengikut, suka, komentar terdapat juga simpan dan bagikan pada tampilan akun, fitur ini juga digunakan untuk menunjukkan respon dari pengguna akun Tiktok lain dengan memilih salah satu fitur ini mengguna Tiktok dapat menyimpan informasi serta dapat membagikan ke social media lainnya, atau aplikasi lainnya yang masih terhubung dengan social media Tiktok itu sendiri.

Dalam pengelolaan akun Tiktok @duniaislam2 pemilik bermula dengan berbagi informasi keagamaan atay dakwah dengan menggunakan aplikasi Instagram yang juga merupakan aplikasi unggah video, dalam penggunaan akun Instagram ini juga mendapat respon yang baik dari pengguna lainnya dengan banyak *follower* (pengikut) serta beragam tanggapan dikolom komentar dan suka di berbagai postingan yang dimuat. Karena respon yang tinggi ini serta dengan populernya akun Tiktok membuat pemilik akun akhirnya memutuskan untuk membuat konten dakwah juga di aplikasi Tiktok yang dibuat sekitar akhir tahun 2021 ini diharapkan pemilik akun dapat membagikan informasi seputar islam juga dapat mempermudah pengguna akun lainnya dalam mencari pengetahuan seputar dakwah islam. Dengan bermunculan banyak akun sejenis @duniaislam2 tetap menarik perhatian pengguna Tiktok dengan semakin bertambahnya follower tiap harinya yang membuktikan bahwa konten – konten dalam akun Tiktok @duniaislam2 masih diminati oleh pengguna Tiktok.

Dalam penelitian ini menggunakan referensi dari penelitian terdahulu, yang pertama penelitian Hikmawati dan Farida (2021) dengan judul “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”. Hasil penelitian diketahui bahwa : Tiktok memberikan banyak sekaliumanfaat sebagai media dakwah. Dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah Tiktok terdapat 2 macam bentuk pemanfaatan pertama pemanfaatan Tiktok sebagai media komunikasi selain itu juga Tiktok memiliki manfaat sebagai media Dakwah bagi penggunanya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan menurut penelitian ini bahwa Tiktok menjadi salah satu media yang efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik serta sesuai dengan syariat Islam, seecara keseluruhan dakwah dalam Tiktok merupakan dakwah milenial mampu sehingga menciptakan dakwah yang berinnovative serta dapat menarik perhatian dari followers untuk membagikannya lagi ke media sosial yang mereka milik lainnya.[3]

Penelitian kedua Farida Nur Rahma, Mada Wijaya Kusumah (2020) dengan judul Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020). Didapati hasil penelitian bahwa pandemi Covid19 tidak serta merta membuat dakwah terhenti begitu saja karena perkembangan teknologi media sosial menyediakan beragam aplikasi. Salah satunya Youtube sebagai aplikasi media sosial yang menjadi pilihan diakses menjadi peluang besar kala itu. Sehingga karena factor ini pula yang disadari oleh berbagai kanal dakwah Youtube termasuk kanal dakwah Muslimah Media Center (MMC). Dengan menyajikan konten dakwah MMC yang produktif serta unik ini menjadi penarik pengguna Youtube. Dikatakan produktif karena selain memiliki frekuensi postingan yang tinggi dalam kesehariannya, juga mengangkat tema – tema dalam konten yang bersumber dari masalah yang terbaru dan sedang banyak dibicarakan saat ini. Baik tentang politik, ekonomi, sosial, kesehatan terutama dalam penanganan pandemic covid 19, juga terdapat pembahasan mengenai pendidikan maupun konflik yang terjadi pada remaja. Konten disajikan dengan menggunakan kerangka berpikir bahwa berbagai permasalahan yang terjadi akibat pengaturan kapitalisme yang salah dalam konten dakwahnya juga selalu diakhiri dengan seruan untuk kembali pada aturan atau sistem dan ideology Islami sebagai solusi bagi setiap permasalahan.[7]

Penelitian ketiga Yohana Noni Bulele & Tony Wibowo(2020) dengan judul penelitian “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif ini bertujuan untuk membrikan informasi mengenai aplikasi apasaja yang sedang diminati oleh anak muda terkhususnya saat pandemic melanda kala itu dan didapati hasil penelitian bahwa aplikasi Tiktok adalah aplikasi yang sedang digemari kaum millennial saat pandemic selain itu sebuah informasi mengenai manfaat aplikasi Tiktok yang bisa dirasakan tidak hanya bagi anak muda tetapi juga semua kalangan yang menggunakan aplikasi ini.[8]

Penelitian keempat Annisa Febrina (2019) dengan judul penelitian “Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak di Intagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek) penelitian dengan menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz ini didapati hasil penelitian bahwa terdapat beberapa Motif Karena (because motives) mengunggah photo anak dalam Instagram berasal dari dua hal: kenangan dari album foto yang terjadi di masa lalu serta adanya kesulitan teknologi orang tua. Sedangkan Motif Untuk (in order to motives) ternyata diketahui ada tiga hal yang berhubungan dengan Motif Untuk pertama berkaitan dengan upaya orang tua untuk membuat anak mereka dikenal publik atau banyak orang . Kedua, berkaitan dengan kebutuhan untuk berbagi momen pertumbuhan anak dengan orang lain, terutama dengan teman-teman dan keluarga yang sudah lama tidak bertemu. Ketiga, untuk menunjukkan rasa bersyukur dan rasa bangga atas apa yang dirasakan orang tua atas apa yang mereka miliki saat ini. Berdasarkan penelitian tersebut diatas, penelitian ini mengkategorikan tiga tipikasi Orang Tua dalam mengunggah foto anak di Instagram, yaitu Orang Tua Eksis, Orang Tua Sharing, dan Orang Tua Memories[9].

Penelitian kelima Togi Prima Hasiholan, dkk (2020) dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19”. Hasil dari penelitian ini Dengan menggunakan teknologi yang canggih Tiktok memberikan algoritma proses yang sangat baik, dimana pengguna diberikan video yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna dengan akurat,kebebasan yangTdiberikan kepada pengguna sehingga pengguna bebas membagikan video yang ada di Tiktok lewat berbagai cara, konten yang selalu mengikuti trend saat ini di masyarakat, selebriti yang menggunakan dan menjadi creator di Tiktok membuat masyarakat mengikuti idolanya, dan juga pemasaran Tiktok sendiri yang unik dengan lebih konsen ke konten yang ada didalamnya. Tiktok sebagai media populer menjadi media yang cukup ideal dalam melakukan kampanye gerakan mencuci tangan yang di prakasai oleh WHO lewat hastag #safehandschallenge, namun para pengguna lebih memilih video yang bertemakan professional dibidangnya (semisal dokter dalam kasus ini) namun ringan dan tidak menggurui. Dari banyak video yang mengikuti #safehandschallenge tidak semuanya berfokus dari pesan kampanye ini sendiri untuk memberitahukan gerakan tatacara mencuci tangan yang benar untuk memutus penularan virus COVID-19, karena banyak para creator hanya berfokus untuk mendapatkan lebih banyak suka dan followers.[10]

Fenomenologi yang dikemukakan Alfred Schutz, seorang sosiolog asal Austria tahun 1899 oleh secara etimologi berasal dari kata “phenomenon” yang berarti realitas yang tampak, dan “logos” yang berarti ilmu. Sehingga, secara terminologi, fenomenologi adalah bidang ilmu yang berfokus atau berusaha untuk menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi. Fenomenologi menghubungkan pengetahuan ilmiah dengan apa yang terjadi serta pengalaman sehari-hari dan dimana kegiatan tersebut berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. Fenomenologi ini. Inti dari pemikiran Alfred Schutz menurut pada dasarnya tindakan dari manusia merupakan bagian dari peran mereka dalam masyarakat, oleh sebab itu tindakan yang dilakukan oleh seseorang menyerupakai tiruan atau kamuflase akan perilaku – perilaku orang yang ada di sekitarnya [11] Schutz juga mengelompokan model dari tindakan manusia melalui porses “tipifikasi” dengan melakukan penggabungan dari “tipe – tipe idealnya” pemikiran weber dengan “pembuatan makna” pemikiran dari Husserl dalam tipifikasi ini diketahui bahwa tipifikais berlangsung selama hidup setiap manusia bergantung pada orang seperti apa yang membuatnya serta dapat diketahui tipe actor, tipe tindakan , tipe kepribadian social dan sebagainya. Selain itu tipifikasi juga terdapat beberapa standart identifikasi , model perbandingan serta klasifikasi akan tindakan dan interaksi social yang terjadi,

dalam hal ini Schutz menarik kesimpulan bahwa dalam identifikasi untuk mengetahui suatu fenomena yang terjadi dalam individu ataupun kelompok terdapat tiga model tindakan manusia.

*Konsistensi Logis*, digunakan untuk pembuatan validitas akan suatu objektif yang kontruksi yang dibuat oleh individu atau kelompok dalam hal ini setiap tindakan yang dilakukan kemudian disusun secara kontruksi dengan menggunakan validitas “konsistensi logis”. Artinya dalam penelitian ini peneliti harus teliti dan Menyusun atau menata makna yang konsisten yang diucapkan serta dilakukan baik individu maupun kelompok sebagai subjek yang akan mereka teliti dan mengesampingkan ungkapan serta tindakan yang tidak konsisten dan tidak logis dari individu maupun kelompok. *Interpretasi subjektif* ini digunakan sebagai rujukan semua tindakan manusia serta makna dari tindakan yang dilakukan tersebut, dalam melakukan interpretasi subjektif dalam semua tindakan individu dan kelompok juga tetap mengacu pada konsep – konsep serta teori yang dikonfirmasi dari hasil interpretasi seperti apakah benar terjadi tindakan itu atau bertentangan dengan napa yang dilakukan dari individu atau kelompok pelaku, dalam hal ini bahwa penyampaian interpretasi subjektif harus sesuai dengan napa yang terjadi dengan mengesampingkan kepentingan dari luar temuan maupun kepentingan – kepnetingan lainnya. *Kecukupan* ialah kontruksi dari makna yang dimunculkan dari kelompok atau individu, sehingga didapati kesimpulan yang bersifat umum dan mudah dimengerti orang lain tetapi dalam penarikan kesimpulan ini juga harus berdasarkan akan kaidah – kaidah dari ilmiah seperti penggunaan ilmu logika dan logika Bahasa dalam menyipakapi hasil temuan dan penyusunan simpulan akan kebenaran yang dibangun tetap harus bisa dipahami dan dimengerti secara umum oleh orang lain.[12]

Menurut *Alfred Schutz* dalam pengungkapan fenomena mengacu berdasarkan dari tipe tindakan – tindakan, perilaku, ucapan serta kepribadian, Adapun pertanyaan yang dapat digunakan untuk penggalan makna dari tipe tindakan – tindakan itu sendiri adalah untuk mengetahui motifnya, Schutz mengelompokkan motif menjadi dua kategori.

1. Motif untuk “*in order to motives*” motif yang berhubungan dengan tindakan masa lalu terhadap apa yang akan terjadi selanjutnya dari tindakan yang dilakukan oleh seseorang didapati tujuan yang ditentukan yang digambarkan sebagai maksud dan rencana serta harapan yang berorientasi dimasa mendatang.
2. Motif karena “*because motives*” adalah motif dari tindakan yang berhubungan dengan masa lampau. Di mana pasti ada alasan atas tindakan yang dilakukan seseorang di masa lalu yang bersumber dari pengalaman masa lalu individu tersebut.

Media baru (*new media*) adalah sarana dan juga alat yang digunakan sebagai penyampaian sebuah pesan kepada khalayak publik dengan menggunakan kemajuan media berupa teknologi online atau biasa dikenal juga sebagai jaringan teknologi komunikasi serta informasi[13]. Internet, website, dan komputer media merupakan salah satu dari media baru (*new media*) walaupun internet lebih banyak dikenal sebagian besar orang, hingga saat ini media baru hampir menjangkau seluruh lapisan masyarakat umum di dunia tanpa memandang perbedaan selain itu media baru (*new media*) juga turut memberikan andil dalam perubahan struktur social masyarakat termasuk komunikasi massa. Media baru (*new media*) memiliki beberapa fitur dalam fungsinya sebagai konvergensi atau penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini sendiri – sendiri (individu) yaitu:

- a) .Media online; secara umum merupakan bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet, dalam hal ini segala media cetak sekalipun apabila disajikan dalam bentuk online termasuk media online seperti : siaran televisi yang disajikan secara online maka disebut media televisi online, berita koran yang disajikan online disebut media berita online.
- b) Media social
- c) Chatroom
- d) E-mail
- e) Mailing list/news group
- f) World wide web (www).

Pada saat inilah masyarakat terkhususnya Indonesia mencari dan menggunakan media baru yaitu adalah Internet, pada saat ini internet telah berkembang untuk mewujudkan hal tersebut sebagai alat komunikasi informasi berskala besar dan kuat yang tidak dapat diabaikan[14]. Minat dalam penggunaan media baru sangatlah tinggi. Salah satu bentuk dari media baru yang dihadirkan oleh internet adalah kemunculan media social Tiktok, Tik Tok adalah salah satu platform media sosial yang perkembangannya paling cepat di internet. Tiktok dapat memungkinkan para penggunanya untuk mampu membuat video pendek dengan berdurasi 15detik serta diiringi musik, filter, dan beberapa fitur kreatif yang dimiliki lainnya. Setelah diluncurkan Tiktok mengalami ledakan popularitas didunia internet pada akhir 2019 tercatat sudah terdapat lebih dari 500an juta pengguna aplikasi aktif di seluruh dunia. Untuk mengunggah video dalam platform ini pengguna dapat membuat video itu sendiri kemudian mengggua ggahnya dengan menekan simbol plus atau tanda tambah yang berada di tengah bawah tampilan aplikasi dalam penggunaan aplikasi ini pengguna juga dapat menambahkan efek – efek yang sersuai ditambah dengan music yang dapat digunakan sebagai latar video.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan metode penelitian yang memiliki landasan filsafat postpositivisme, untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah serta lebih menekankan pada makna. Menurut Sugiyono metode kualitatif digunakan untuk memahami makna dibalik data yang tampak karena gejala social sering tidak dapat untuk dipahami berdasarkan apa yang terucap serta dilakukan orang lain.[15] Dengan menggunakan metode ini peneliti berharap dapat menganalisa fenomena penggunaan media social Tiktok dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Inti dari pendekatan fenomenologi adalah konsep atau gagasan tentang (lifeworld) atau dikenal juga dengan kehidupan dunia, ini adalah pemahaman bahwa realitas setiap orang atau individu itu berbeda dan bahwa tindakan setiap orang hanya dapat dipahami dengan memahami dunia kehidupan setiap orang dan sudut pandang mereka sendiri. Melalui pendekatan ini, penulis dapat mengetahui maksud atau makna sebenarnya akan tindakan – tindakan yang dilakukan informan dengan tujuan menafsirkan motif-motif, tindakan, pengalaman, serta dunia sosial dan dunia kehidupan mereka dari sudut pandang mereka.

Dengan menggunakan teori Alfred Schutz yaitu motif untuk “*in order to motives*” dan motif karena “*because motives*”[16], penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan dua metode yaitu : wawancara, peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan 1 pemilik akun @duniaislam2 dan 2 orang konten yang bertugas untuk membuat konten – konten dakwah di akun @duniaislam2. Peneliti juga melakukan observasi terhadap akun @duniaislam2 akan intensitas pengunggahan konten setiap harinya serta respon dari pengguna Tiktok lainnya terhadap akun tersebut. Sedangkan untuk pemeriksaan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari data yang sudah diperoleh dengan mewawancarai key informan dalam penelitian ini merupakan pemilik akun serta observasi akan akun itu sendiri sehingga dapat diperoleh data yang teruji keabsahannya.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun tiktok @duniaislam2 berdiri pada akhir tahun 2021 pembuatan akun ini berawal dengan ketertarikan pemilik akun akan platform Tiktok yang tengah viral “*Awalnya saya punyanya ya Instagram itu mbk , cuma sekarang kan tiktok viral – viralnya itu dan juga Tiktok itu famous banget ya dikalangan umum*” sehingga membuat pemilik memutuskan akhirnya membuat juga aplikasi Tiktok yang memiliki konten serupa dengan akun yang mereka miliki di Instagram. Dalam pengoperasian akun @duniaislam2 pemilik akun dengan nama Muhammad Ihsan dibantu dengan dua rekannya yang memiliki background yang sama yaitu santri dari KH. Nabawud Azmi yaitu Fadlan Azani, dan Maulana Ahmad Rizki mereka bertiga bertugas untuk urusan konten akun , dan juga dalam pp endorse akan akun @duniaislam2, dalam pembuatan akun @duniaislam2 pemilik yang merupakan mahasiswa dari Universitas Islam Jakarta ini berpegang pada hadist yang berbunyi sebaik – baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi orang lain berdasarkan hal ini pemilik berniat menyebarkan informasi berupa dakwah islam kepada pengguna media social Tiktok.

Menjadi salah satu akun Tiktok yang bergerak dibidang dakwah islam akun @duniaislam2 yang memiliki pengikut sebanyak 97,2K ini mendapatkan informasi mengenai dakwah berdasarkan pengalaman pribadi mereka juga berdasarkan konten – konten dakwah para ulama itu sendiri yang terdapat di youtube, konten – konten yang berasal dari konten milik ulama aslinya itu mereka kutip beberapa bagian bagian video yang menurut mereka sesuai dengan syariat – syariat islam kemudian mereka unggah kembali dengan diberi subtitle sendiri agar memudahkan pengikut akun mengetahui informasi, terkadang juga mereka menggunakan konten – konten dari akun Tiktok dakwah lainnya yang belum memiliki subtitle , penggunaan subtitle ini selalu mereka ikut sertakan dalam setiap konten yang mereka upload karena ini merupakan pembeda atau dayatarik tersendiri dari akun @duniaislam2 karena dengan adanya subtitle ini menambah kemudahan pengguna aplikasi Tiktok baik pengikut akun maupun tidak dalam memahami apa perkataan dari ulama – ulama tersebut. Sedangkan Ketika ditanyai mengenai apa mereka mengonfirmasikan terlebih dahulu apakah dakwah yang disampaikan itu sesuai atau tidak dengan syariat – syariat islam mereka sama – sama menjawab bahwa konten – konten yang mereka buat semata – mata untuk nasihat bagi mereka sendiri sehingga ketika bagi mereka bermanfaat mereka juga membagikan di akun @duniaislam2 yang diharapkan dapat juga bermanfaat bagi orang lain, walaupun begitu tak terkadang mereka juga mencari tahu dakwah – dakwah itu sesuai atau tidak dengan syariat – syariat islam “*kadang kalau ada yang ganjil akan yang disamping ya dicari tahu dulu mbk, cuma kalau kitanya mamang (tidak pasti) ya tidak kita ambil takutnya beda penafsiran*”. Untuk penguploadan konten – konten setiap harinya mereka tidak menarget tetapi mereka menggunakan *timing* atau waktu – waktu terbaik dalam upload konten agar menaikkan respon atau tanggapan dari pengguna, berbeda ketika mereka menerima endorse pp maka mereka akan upload konten sesuai dengan kesepakatan dengan mengguna jasa mereka dan waktu ditanya dalam sehari akun @duniaislam2 mendapatkan berapa banyak endorse pp pemili menjawab untuk akun Tiktok tidak banyak

yang banyak lebih ke Instagram untuk jumlah nominalnya pemilik menjawab “*cukup lah mbk buat tambahan penghasilan anak kuliah (sembari tertawa kecil)*”.

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi yang dilakukan peneliti terhadap informan – informan di dapati bahwa akun @*duniaislam2* terdapat motif – motif yang timbul dari tindakan , perilaku , serta kepribadian yang timbul.

**Motif untuk “in order to motives”** merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang didapati tujuan yang ditentukan yang digambarkan sebagai maksud dan rencana serta harapan yang berorientasi dimasa mendatang , dalam penelitian ini motif yang ditemukan dari para informan adalah dua dari tiga informan memiliki harapan bahwa kedepannya media social terkhususnya tiktok dapat memberikan informasi berupa dakwah – dakwah islam serta memudahkan orang – orang untuk mendapatkan informasi seputar dakwah karena bisa melalui media social terkhususnya Tiktok yang sedang banyak peminat ini diharapkan semakin banyak pula yang menerima dakwah. Motif lainnya juga yang disampaikan informan adalah diharapkan pembuatan konten – konten dakwah yang menarik serta kemudahan akses informasi islami ini semakin menambah wawasan orang – orang akan agama islam itu sendiri serta dapat membedakan apa yang baik dan apa yang kurang baik bagi diri mereka serta lingkungannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan peneliti juga menerima jawaban akan harapan mereka agar dengan konten – konten yang mereka muat dapat memberikan manfaat nasihat – nasihat untuk mereka sendiri serta pengikut atau menonton konten – konten yang mereka muat di akun @*duniaislam2*.

**Motif karena “because motives”** motif ini bersumber dari tindakan yang berhubungan dengan masa lampau atau pengalaman dari informasi, dalam penelitian ini ditemukan motif bahwa berdasarkan pengalaman informan bahwa yang sebelumnya dakwah – dakwah islam itu hanya dilakukn di majlis – majlis , mushala yang terkadang susah untuk di akses diketahui sehingga kebanyakan dari orang – orang juga malas untuk mencari informasi mana yang benar da salah karena harus menunggu untuk bertanya terlebih dahulu ke ulama – ulama saat ceramah di majlis – majlis , mushala atau kegiatan lainnya dan informan juga menyampaikan walaupun sekarang sudah banyak majlis – majlis yang di tempat – tempat ibadah terkadang juga orang – orang juga kesusahan menerima informasi seputar dakwah karena terlalu banyak orang[9]. Selain itu motif yang mendasari informan untuk membuat akun @*duniaislam2* ialah karena media Tiktok sebelumnya dakwah dari orang lain yang memmbuat informan berkeinginan untuk membuat konten dakwah juga yang mana dari pengalaman informan sendiri ketika mendengar dakwah dari orang lain langsung teringat apasaja yang salah dan benar yang terjadi pada dirinya. Selain itu peneliti juga menemukan temuan penting diluar dari rumusan masalah yang berdasarkan hasil wawancara yaitu berdasarkan observasi dari jumlah kenaikan pengikut yang terjadi pada akun @*duniaislam2* yang tiap harinya serta respon dari orang lain pengguna aplikasi Tiktok baik suka maupun simpan serta bagikan ini membuktikan bahwa akun @*duniaislam2* yang merukan akun dari platform media social Tiktok ini banyak diminati oleh masyarakat umum, serta banyaknya masyarakat umum saat ini lebih memilih untuk mendengarkan ceramah melalui media social dari pada secara langsung ini dilihat berdasarkan apa yang ditujukan pada akun @*duniaislam2* respon suka , komentar pada akun @*duniaislam2*. Dan berdasarkan wawancara dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa remaja (mahasiswa) bisa memberikan nasihat mengenai agama (ceramah) secara tidak langsung melalui akun Tiktok

Selain itu, Schutz membuat sebuah model tindakan manusia yang dibuat melalui proses yang dia beri nama “tipikasi”. Tipikasi ini berlangsung sepanjang hidup manusia serta model dan jenisnya bergantung pada orang yang membuatnya sehingga kita dapat mengenal tipe-tipe kepribadia , actor, serta tindakan dari seseorang dan sebagainya. Peneliti membuat tipikasi identitas dengan berdasarkan kesaamaan motif dan konsistensi yang diucapkan informan yaitu [16]:

1. Akun @*duniaislam2* memberikan kemudahan untuk orang – orang terkhususnya pengikut akun @*duniaislam2* berdasarkan pengalaman informan sering mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi dakwah – dakwah tentang islami karena keterbatasan waktu , kurangnya pemahaman dan sebagainya. Dengan adanya konten dakwah di akun @*duniaislam2* lebih memudahkan pengikut atau ppengguna Tiktok dalam memperoleh informasi seputar islam.
2. Akun @*duniaislam2* berdakwah di media social , berdakwah melalui media social menjadi pilihan dari informan karena sesuai dengan perkembangan zaman dan dapat menyebarluaskan dakwah melalui media social sehingga audience atau penonton (pengikut) bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat baik yang muda , remaja , maupun orang tua. Karena media social sendiri adalah media internet yang tidak terdapat batasan akan siapa saja yang bisa mengakses segala bentuk informasi baik informasi secara umum maupun informasi yang di sajikan akun@*duniaislam2* dalam setiap konten – konten yang dimuatnya.
3. Akun @*duniaislam2* sharing atau berbagi, dijelaskan oleh informan bahwa dalam pembuatan akun ini diharapkan kedepannya bisa membagikan informasi , serta ilmu – ilmu tentang islami yang berdasarkan pengalaman dari informan maupun berdasarkan dari ceramah atau dakwah – dakwah yang disampaikan oleh para ulama. Yang mana dengan ini nasihat – nasihat , informasi serta dakwah – dakwah yang disampaikan melalui konten Tiktok dalam bentuk video ini menjadi pengingat serta menunjukkan perilaku orang itu bisa membedakan mana yang benar maupun yang kurang benar.

#### IV. SIMPULAN

Perubahan teknologi telah mengubah cara pikir kita untuk bisa mengikuti arus. Kehadiran teknologi new media seperti Internet yang didalamnya terdapat berbagai platform yang menyediakan beberapa fitur pendukung untuk menarik perhatian pengguna. Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan tujuan dari penelitian motif dari pemanfaatan dalam berdakwah menggunakan media social Tiktok, yang diketahui berdasarkan teori Alfred Schutz motifnya terdapat dua motif ialah motif untuk “in order to motives” tiktok dapat memberikan informasi berupa dakwah – dakwah islam serta memudahkan orang – orang untuk mendapatkan informasi seputar dakwah karena bisa melalui media social terkhususnya Tiktok yang sedang banyak peminat, sehingga dengan ini diharapkan semakin banyak pula yang menerima dakwah dari semua kalangan. Motif lainnya juga yang disampaikan informan adalah diharapkan pembuatan konten – konten dakwah yang menarik serta kemudahan akses informasi islami ini semakin menambah wawasan orang – orang akan agama islam itu sendiri serta dapat membedakan apa yang baik dan apa yang kurang baik bagi diri mereka serta lingkungannya dalam melakukan dakwah di media social serta didapati hasil bahwa adanya kemudahan untuk mendapatkan informasi seputar dakwah – dakwah islam, dapat memberikan nasihat – nasihat ke banyak orang melalui akun @duniaislam2.. Sedangkkn dalam motif karena (because motives)dari penelitian ini didapati temuan bahwa susahnya mendapatkan informasi seputar islami , tetapi dengan adanya akun @duniaislam2 mampu mengatasi kesulitan mendapat informasi karena adanya kemudahan dalam mengakses informasi itu sendiri serta berdasarkan ketertarikan informan untuk berdakwah karena sebelumnya tersentuh akan dakwah – dakwah yang diberikan orang sebelumnya kepada informan pengalaman informan yang sebelumnya kesusahan untuk mendapat informasi dakwah islami karena harus ke masjid atau majlis untuk mendengarkan ceramah dan juga pengalaman dari informan karena tertarik dengan nasihat – nasihat yang diberikan pendakwah lain yang mampu menjadi pedoman akan perilakunya kedepan sehingga informan berkeinginan untuk seperti itu.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada bagian ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada akun Tiktok @duniaislam2 kepada mas ihsan , mas adzani , dan mas maulana yang sedia menyempatkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian. Yang kedua ucapan terima kasih kepada orang tua yang telah sabar menunggu penyelesaian penelitian ini , tidak lupa terima kasih untuk suami yang selalu memberikan dukungan serta semangat untuk penyelesaian penelitian ini dan juga untuk sikecil diperut yang bersedia diajak begadang untuk penyelsaianpenelitian ini. Juga ucapan terima kasih terhadap pihak – pihak lainnya yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

#### VI. REFERENSI

- [1] E. D. S. Watie, “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media),” *The Messenger*, vol. III, pp. 69–75, 2011.
- [2] datareportal, “Digital 2021 Indonesia,” *datareportal.com*, 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> (accessed Nov. 13, 2021).
- [3] S. A. Hikmawati, “PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG,” vol. 2, pp. 1–11, 2021.
- [4] E. Sumadi, “DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi,” vol. 4, no. 1, pp. 173–190, 2016.
- [5] M. A. Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, Cetakan ke. Bandung: PT Remaja Rosdakrya Offset, 2013.
- [6] P. Abdul, *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Deepublish Publisher, 2018.
- [7] F. N. Rahma, “YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020),” vol. 19, pp. 41–54, 2020.
- [8] J. N. Bulele, “ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL :

- STUDI KASUS TIKTOK,” vol. 1, pp. 565–572, 2020.
- [9] A. Febriana, “Motif Orangtua Mengunggah Foto Anak di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orangtua di Jabodetabek),” *J. Abdi Ilmu*, vol. 12, no. 1, pp. 55–65, 2019.
- [10] T. P. Hasiholan, R. Pratami, and U. Wahid, “Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk pencegahan corona covid - 19 1),” vol. 5, no. 2, pp. 70–80, 2020.
- [11] D. A. Hamzah, *Metode Penelitian Fenomenologi (Kajian Filsafat dan Ilmu Pengetahuan)*, 1st ed. Batu: CV Literasi Nusantara Abadi, 2020.
- [12] Helaluddin, “Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif,” *Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*, no. March, pp. 1–15, 2018.
- [13] we are social, “Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021,” *Hootsuite (We are Social)*, 2021. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.
- [14] Kata Data.co.id, “Kata Data.co.id TIKTOK,” *Kata Data*, 2021. <https://katadata.co.id/search/cse/tiktok/-/-/-/-/>.
- [15] Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. bandung: alfabeta, cv, 2016.
- [16] D. G. Adian, *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan, 2010.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*