

**ANALISIS ISI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTAZ
SYAMSUDDIN NUR DALAM BERDAKWAH
DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh

**SALLY RABSI
NIM. 0101173161**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**ANALISIS ISI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTAZ
SYAMSUDDIN NUR DALAM BERDAKWAH
DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

SKRIPSI


Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh


**SALLY RABSI
NIM. 0101173161**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I


Dr. Hj. Faridah, M.Hum
NIP. 196604021994032003

Pembimbing II


Dr. Salamuddin, MA
NIP.197407192007011014

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sally Rabsi

NIM : 0101173161

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz

Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya serahkan ini benar-benar karya asli saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya, apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh institusi batal saya terima.

Medan, 26 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Sally Rabsi

NIM. 0101173161

Nomor : Istimewa Medan, 26 Agustus 2021
Lamp : 4 (Empat) Kepada Yth:
Hal : Skripsi Bapak Dekan dan Fakultas Dakwah
An. Sally Rabsi dan Komunikasi UIN-SU

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswi An. Sally Rabsi yang berjudul "Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*", kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, saudari tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I



Dr. Hj. Faridah, M.Hum
NIP. 196604021994032003

Pembimbing II



Dr. Salamuddin, MA
NIP. 197407192007011014

SURAT PENANDATANGANAN PENJILIDAN SKRIPSI

Setelah memperhatikan dengan seksama skripsi an. saudara

Nama : Sally Rabsi

NIM : 0101173161

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz

Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*


Anggota Penguji

1. Dr. Elfi Yanti Ritonga, MA
NIP. 198502252011012022
2. Dra.Hj. Nashrillah, MG, MA
NIP. 196407031990032001
3. Dr. Hj. Faridah, M.Hum
NIP. 196604021994032003
4. Dr. Salamuddin, MA
NIP. 197407192007011014

1. 

2. 

3. 


4. 

Dengan ini dinyatakan dapat ditandatangani Dosen Penguji dan dijilid.

Medan, 13 Januari 2022

An. Dekan

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dr. Irma Yusriani Simamora, MA

NIP.197512042009012002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Williem Iskandar Pasar V Telp. 061-6615683-6622925
Fax. 061-6615683 Medan Estate 20371

Skripsi yang berjudul: **Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial Tiktok** An. Sally Rabsi, telah di munaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah pada tanggal 02 September 2021, dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Panitia Ujian Munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan

Ketua

Dr. Irma Yasriani Simamora, MA
NIP. 19751204200901 2002

Sekretaris

Dr. Fatma Yulia, MA
NIP. 197607212005012003

Anggota Penguji

- | | |
|--|----|
| 1. Dr. Elfi Yanti Ritonga, MA
NIP. 198502252011012022 | 1. |
| 2. Dra.Hj. Nashrillah, MG, MA
NIP. 196407031990032001 | 2. |
| 3. Dr. Hj. Faridah, M.Hum
NIP. 196604021994032003 | 3. |
| 4. Dr. Salamuddin, MA
NIP. 197407192007011014 | 4. |

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN SU Medan

Prof. Dr. Lahmuddin Lubis, M.Ed
NIP. 196204111989021002

Sally Rabsi, Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok* dan unit teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan beliau dalam dakwahnya di media sosial *tiktok*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konten dakwah pada akun *tiktok* Ustaz Syamsuddin Nur (@syam_elmarusy) yakni dari bulan November 2020 sampai sekarang Agustus 2021. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni 52 video dakwah pada bulan Januari 2021 yang diperoleh langsung dari akun Ustaz @syam_elmarusy di media sosial *tiktok* dan menjadi data analisa utama dalam penelitian ini dengan data pendukung yakni literatur-literatur untuk melengkapi hasil penelitian ini seperti buku, jurnal, serta artikel *online*. Dalam sampel yang menjadi unit analisis penelitian ini ditemukan 22 konten dakwah dengan persentase 42% menggunakan teknik asosiasi, 5 konten dengan persentase 10% menggunakan teknik integrasi, 6 konten dengan persentase 12% menggunakan teknik ganjaran, 15 konten dengan persentase 15% menggunakan teknik tataan dan 4 konten dengan persentase 8% menggunakan teknik *red herring*. Untuk itu, teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok* adalah 5 teknik persuasif yaitu teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan dan *red herring* dan teknik yang dominan digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam konten dakwahnya di media sosial *tiktok* adalah teknik asosiasi.

Kata kunci: Teknik Komunikasi Persuasif, Ustaz Syamsuddin Nur, Media Sosial *Tiktok*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT akan rahmat dan karunia-Nya, *alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan hasil skripsi yang berjudul **Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah di Media Sosial Tiktok**. Penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

Firman Allah ta'ala takkan pernah salah yaitu segala kemudahan akan selalu diberikan pada hamba-Nya yang berusaha terutama bagi para penuntut ilmu. Segala kesulitan akan menjadi mudah jika hamba-Nya berusaha dan tiada kesulitan jika Allah mengkehendaki pasti akan menjadi mudah. *Alhamdulillah* segala proses dalam menyelesaikan skripsi ini dapat terlewati dengan tekad, keyakinan dan kerja keras. Pula dukungan yang penulis rasakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak akan dapat terbalas terutama kepada Ibunda dan abangda tercinta, Ibunda Wismalina dan Willy Ramsal Lubis, Amd yang telah mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang serta yang telah memberikan segalanya kepada penulis baik berupa moril dan materil dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Rektor UIN Sumatera Utara dan Para Wakil Rektor, Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri

Sumatera Utara, Prof. Dr. Hasan Asari selaku Wakil Rektor I, Dr. Hasnah Nasution selaku Wakil Rektor II, Dr. H. Nispul Khoiri selaku Wakil Rektor III, serta para staf biro Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

2. Kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Para Wakil Dekan, Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Rubino, MA selaku Wakil Dekan I, Syawaluddin Nasution, M.Ag selaku Wakil Dekan II dan Muaz Tanjung, MA selaku Wakil Dekan III serta para stafnya.
3. Kepada Ibu Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Sekretaris Jurusan, Dr. Irma Yusriani Simamora, MA dan Dr. Fatma Yulia, MA.
4. Kepada Ibu dan Bapak Pembimbing Skripsi, Dr. Hj. Faridah, M.Hum selaku Pembimbing Skripsi I dan Dr. Salamuddin, MA selaku Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Bapak Pembimbing Akademik, Muktaruddin, MA serta kepada seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir.
6. Terutama pula kepada Keluarga Besar Hj. Siti Sudarsiah yang turut membantu penulis sampai pada akhirnya penulis *alhamdulillah* dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Teristimewa kepada Sahabat Seperjuangan – Enam Semprul yakni Nurul Mursida Siregar, Zuhrina Sukma Putri, Kartika Duri, Nona Khairiah dan Reny Sofiza Purba yang membantu dalam suka dan duka serta berjuang bersama selama 4 tahun di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Kepada Rekan Seperjuangan terutama kelas KPI-D Stambuk 2017 dan seluruh pihak yang membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan masukan saran dan kritik yang membangun dalam rangka memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan segala amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Medan, 26 Agustus 2021

Penulis



Sally Rabsi

NIM. 0101173161

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Istilah	6
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORITIS	12
A. Teknik Komunikasi	12
1. Defenisi Teknik Komunikasi	12
2. Klasifikasi Teknik Komunikasi	13
B. Teknik Komunikasi Persuasif	16
C. Dakwah	18
1. Pengertian Dakwah	18
2. Fungsi dan Tujuan Dakwah	20
3. Dakwah Melalui Internet	22
D. Media Sosial dan <i>Tiktok</i>	24
1. Pengertian Media Sosial	24
2. Karakteristik Media Sosial	24
3. Perkembangan dan Eksistensi <i>Tiktok</i>	26

E. Analisis Isi	29
- Menggambarkan Karakteristik Pesan	32
F. Ustaz Syamsuddin Nur.....	32
- Profil Ustaz Syamsuddin Nur	32
G. Teori Komunikasi Persuasif	34
- Teori SOR	34
H. Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Sumber Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Instrumen Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisa Data	42
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	44
A. Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial <i>Tiktok</i>	44
B. Teknik yang Dominan Digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial <i>Tiktok</i>	79
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1. Blanko Koding Teknik Asosiasi	42
Tabel 3.2. Blanko Koding Teknik Integrasi.....	42
Tabel 4.1. Teknik Asosiasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah <i>Tiktok</i> @syam_elmarusy.....	44
Tabel 4.2. Teknik Integrasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah <i>Tiktok</i> @syam_elmarusy.....	60
Tabel 4.3. Teknik Ganjaran Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah <i>Tiktok</i> @syam_elmarusy.....	64
Tabel 4.4. Teknik Tataan Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah <i>Tiktok</i> @syam_elmarusy	69
Tabel 4.5. Teknik <i>Red Herring</i> Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah <i>Tiktok</i> @syam_elmarusy	75
Tabel 4.6. Tabel Frekuensi Teknik Komunikasi Persuasif	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa globalisasi saat ini, kepesatan teknologi informasi dan komunikasi semakin canggih. Hal ini ditandai dengan perkembangan *smartphone* yang melahirkan berbagai jenis sosial media yang cukup populer di Indonesia. Sosial media memberi kemudahan dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi.¹ Berbagai bidang pun kini semakin maju salah satunya dalam bidang dakwah yang kini memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran dakwah.

Kemunculan media sosial banyak memberikan manfaat dalam dakwah salah satunya kini dakwah tidak hanya dapat ditemui melalui tatap muka ataupun ketika di mimbar, masjid, pengajian/taklim saja melainkan dakwah dapat diakses dan disajikan di manapun kita berada.

Namun disamping itu, tantangan dakwah di era digital saat ini menjadi semakin kompleks. Salah satunya menyoal bagaimana kini pendakwah harus mampu mengemas pesan dakwah dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian *mad'u*. Para dai juga harus mampu memahami media yang digunakan dengan sebaik mungkin karena bila para dai tidak mampu menguasai teknologi informasi atau media yang digunakan, inilah yang menjadi bukti salah satu tantangan dakwah di era digital.

¹Lady Diana dan Meiva Eka, *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta*, Jurnal Widya Cipta, Vol. II, No.1, 2018, hlm.91.

Tidak menutup kemungkinan terjadinya kegagalan dalam proses dakwah dan hal itu dapat disebabkan dari dai itu sendiri². Untuk itu, pentingnya strategi dakwah yang matang untuk menghasilkan keberhasilan dakwah dan ini sangatlah penting untuk dipersiapkan dai dalam mengemban keberhasilan aktivitas dakwah.

Strategi komunikasi dalam dakwah menjadi kunci utama dalam keberhasilan dakwah. Dakwah harus dapat dikemas menggunakan pendekatan, teknik dan metode yang tepat. Semakin kompleks persoalan dakwah, maka dai harus mampu merancang strategi yang tepat dalam mengatasi persoalan-persoalan masyarakat yang menjadi mitra dakwah. Komunikasi dapat terjalin dengan baik bila komunikator dapat menggunakan komunikasinya dengan baik begitupula dengan dakwah, dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam, dibutuhkan teknik yang tepat agar pesan yang akan dikomunikasi ke *mad'u* dapat mempengaruhi, sehingga dakwah yang disampaikan dapat teraplikasikan dan diterapkan oleh *mad'u*. Adapun teknik yang tepat dalam dakwah adalah teknik komunikasi persuasif.

Teknik komunikasi persuasif menjadi suatu cara yang cukup efektif diterapkan dalam dakwah. Sebab dakwah bukanlah sebuah paksaan, dakwah tidak dapat dilakukan secara paksa. Dakwah yang dapat diterima adalah dakwah yang disampaikan dengan hikmah (bijak), damai dan menggunakan bahasa yang menyejukkan. Hal ini pula diterangkan dalam Alquran surah An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

²Sayyid M.Nuh, *Kegagalan Dalam Berdakwah (Kajian Teoritis Dalam Buku Penyebab Gagalnya Dakwah Karya Dr. Sayyid M.Nuh)*, Jurnal *An-Ni'la*, Vol.11, No.1, 2019, hlm.14.

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

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. [QS. An-Nahl (16): 125]³

Kini telah banyak pula para dai yang melakukan inovasi-inovasi dalam berdakwah di media sosial. Menyajikan pesan dakwah yang menarik dengan teknik yang tidak terkesan monoton sehingga dakwah kini semakin digandrungi terutama bagi remaja milenial yangmana ditandai dengan maraknya fenomena hijrah.

Adapun salah satu dai yang melakukan inovasi tersebut adalah Ustadz Syamsuddin Nur yang namanya cukup harum dan eksis di media sosial terutama di *tiktok*. Beliau memanfaatkan media sosial *tiktok* sebagai media dalam berdakwah.

Menariknya bahwa walau *platform tiktok*⁴ sempat meraup citra yang kurang baik dari masyarakat Indonesia yaitu diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi selama 2 tahun karena dinilai aplikasi digital berbasis

³Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah (Special For Women)*, (Bandung: Sygma Exagrafika, 2009), hlm. 281.

⁴Togi Prima dkk, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5, No.2, 2020, hlm.73.

video ini mengeluarkan *output* yang sifatnya membodohkan, memproduksi konten negatif terutama bagi kalangan anak-anak. Namun, kini *tiktok* menjadi tren yang populer di Indonesia, yangmana awalnya *tiktok* hanya berisikan konten joget bahkan banyak pula konten yang tidak bermanfaat, namun kini *tiktok* banyak melahirkan konten-konten positif dan salah satunya konten dakwah yang kini sangat mudah kita temui di media sosial *tiktok* dan Ustaz Syamsuddin Nur merupakan salah satu dari ribuan pendakwah yang memanfaatkan media sosial *tiktok* sebagai media untuk berdakwah.

Beliau merupakan seorang pendakwah yang bermula dari media konvensional yakni televisi di program dakwah “Islam Itu Indah”. Kini nama beliau cukup harum di media sosial salah satunya di *tiktok* karena dakwahnya yang mendapatkan respon positif dari para pengguna *tiktok*. Hal ini ditandai dari laman akun miliknya yang bernama @syam_elamrusy terlihat bahwa seluruh konten dakwah yang disyarkannya melalui aplikasi tersebut menduduki angka ribuan bahkan jutaan *viewers* dan *likers*.

Penggunaan bahasa yang mudah dipahami, gaya dakwah yang sesuai dengan tren anak milenial bahkan pesan dakwah yang disampaikan tidak bertele-tele serta simpel, diterapkan dalam konten dakwah miliknya. Beliau pula dinobatkan oleh warganet *tiktok* (pengguna *tiktok*) sebagai CEO *Jamaah Al-tiktoqiah* karena dakwahnya yang diterima dan disukai oleh para pengguna *tiktok* khususnya pemuda-pemudi muslim pengguna *tiktok*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti terkait dakwah yang disampaikan serta penerapan teknik komunikasi persuasif Ustaz Syamsuddin Nur yang digunakan dalam berdakwah di

media sosial *tiktok* sehingga beliau dapat menarik perhatian khalayak/ para pengguna aplikasi *tiktok* untuk senantiasa mengonsumsi konten dakwah miliknya. Dari hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melahirkan penelitian dengan judul **“Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana teknik komunikasi persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok*?
2. Apa teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan oleh Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok*
2. Untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan oleh Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok*.

D. Batasan Istilah

Untuk memperjelas istilah-istilah yang digunakan, maka penulis memberi batasan terhadap beberapa istilah yang terdapat dalam penelitian ini agar tidak terjadi pemaknaan ganda dalam penelitian, antara lain yaitu

1. Analisis Isi (*content analysis*)

Teknik analisis isi (*content analysis*) merupakan teknik yang mengedepankan penyajian data secara terstruktur, serta memberikan gambaran terinci tentang objek penelitian berupa pesan komunikasi. Tujuan utama penelitian dengan teknik analisis isi adalah mendeskripsikan karakteristik pesan yang ada dalam ranah publik dengan perantara teks.⁵ Dengan demikian, analisis isi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan isi konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur serta teknik komunikasi persuasif yang digunakan beliau dalam berdakwah di media sosial *tiktok*.

2. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi adalah sebuah cara atau ‘seni’ penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang menimbulkan dampak/efek atau umpan balik (yang diharapkan). Adapun teknik komunikasi yang dikaji dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif adalah⁶ teknik yang berusaha mempengaruhi perilaku seseorang dengan ajakan, rayuan atau bujukan namun tanpa paksaan. Teknik komunikasi persuasif memiliki teknik-

⁵Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 272.

⁶Agus Hermawan, *Pengantar Psikologis Dakwah*, (Kudus: Sinar Jaya, 2019), hlm.65.

teknik lagi didalamnya, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan teknik *red-herring*.

3. Ustaz Syamsuddin Nur

Syamsuddin Nur Makka S.Sos.I.,S.Q atau akrab dipanggil Ustaz Syam adalah seorang penceramah dan penulis naskah dakwah. Beliau lahir pada 15 September 1992, di Maros, Sulawesi Selatan dan kini berusia 28 tahun. Beliau mengisi acara dakwah di televisi yaitu program “Islam Itu Indah” Trans TV.⁷

Selain aktif berdakwah di televisi, beliau juga mengunggah konten religi di aplikasi sosial media salah satunya di *tiktok*. Kontennya hampir selalu dilihat oleh ratusan pengguna *tiktok*. Hal ini dapat dilihat melalui akun *tiktok* miliknya (@syam_elmarusy) yang diikuti oleh 3.5 juta pengguna *tiktok* serta konten dakwah tersebut menduduki angka ribuan bahkan jutaan penonton dan penyuka dari video milik Ustaz Syam. Tak heran bila Ustaz Syam dikenal sebagai pendakwah yang milenial.

4. Dakwah

Menurut Syeikh Ali Mahfudz dakwah ialah mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat makruf

⁷*Biografi Ustadz Syam: dari Karier hingga Perrnikahannya*, diakses dari <http://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/entertainment2021/04/20/191026/biodata-ustadz-syam-dari-karier-hingga-pernikahannya>, pada Minggu, 22 Agustus 2021, pukul 08.08 WIB.

dan mencegah dari perbuatan yang munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.⁸

Dakwah yang dimaksud pada penelitian ini adalah syiar dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Syamsuddin Nur baik dalam bentuk tulisan maupun lisan melalui platform *tiktok* miliknya.

5. Media Sosial *Tiktok*

Dalam bukunya *Social Media for Government* yakni Gohar F. Khan mengemukakan secara sederhana bahwa *social media* merupakan platform berbasis internet yang gampang digunakan sehingga membebaskan para pengguna untuk membuat serta berbagi konten (opini, atensi pula informasi) dalam konteks yang bermacam-macam kepada audiens.⁹

Tiktok ialah *social media* yang menjadi kultur yang cukup *trending* di Indonesia pada waktu 2020 yang merupakan aplikasi video musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan *lipsync* lagu oleh penggunanya. Namun seiring dengan perkembangan, saat ini *tiktok* dipenuhi dengan beragam konten seperti konten musik, dakwah, memasak dan banyak lagi.¹⁰

⁸Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, ((Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 11.

⁹Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), hlm. 4.

¹⁰Togi Prima dkk, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19*, hlm.73.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan wawasan dan keilmuan terutama dalam bidang ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.

2. Secara Praktis

- Bagi Penulis

Bagi peneliti sendiri diharapkan agar dapat menambah ilmu serta wawasan yang lebih luas lagi sehingga dapat dijadikan masukan dalam melihat perbedaan ilmu teori dengan praktik lapangan.

- Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan komunikasi dan dakwah serta sebagai sumber informasi bagi peneliti selanjutnya, dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan kepada civitas akademik khusus dalam program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- Bagi Pembaca

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian baik berhubungan dengan topik penelitian ini maupun tidak berhubungan.

F. Sistematika Pembahasan

Adanya sistematika pembahasan, agar penelitian ini jelas dan sistematis serta sesuai dengan yang diinginkan. Adapun sistematika pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut

Bab I Pendahuluan, pada bab ini terdiri atas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Istilah, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Landasan Teoritis, pada bab ini dibahas teori-teori yang berkaitan yaitu, Teknik komunikasi yang menguraikan tentang pengertian dan klasifikasi teknik komunikasi serta teknik-teknik komunikasi persuasif; Dakwah yang menguraikan tentang pengertian, fungsi dan tujuan dakwah, serta dakwah di internet; Media Sosial dan *Tiktok* yang menguraikan tentang pengertian dan karakteristik media sosial serta perkembangan dan eksistensi *tiktok*; Analisis Isi; Profil Ustaz Syamsuddin Nur; Teori S-O-R dan Penelitian Terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian, pada bab ini akan dipaparkan tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Pengumpulan Data dan Teknik Analisa Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan menguraikan tentang analisis teknik komunikasi Ustaz Syamsuddin Nur dan teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok*.

Bab V Penutup, bab ini memaparkan Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Teknik Komunikasi

1. Defenisi Teknik Komunikasi

Sebelum membahas lebih jauh terkait teknik komunikasi, kita harus mengetahui terlebih dahulu defenisi ‘Teknik Komunikasi’ itu sendiri. Teknik komunikasi berasal dari bentuk dua kata yaitu ‘teknik’ dan ‘komunikasi’. Secara istilah, kata teknik berasal dari bahasa Yunani yaitu “*technikos*” yang berarti keterampilan.¹¹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia secara bahasa teknik merupakan cara (kepandaian) dalam membuat atau melakukan sesuatu yang berhubungan dengan seni.¹²

Komunikasi asal katanya berasal dari bahasa Latin yaitu “*communis*” dan “*communico*” dengan arti, *communis* yakni membuat kebersamaan/ membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih sedangkan *communico* berarti membagi.¹³ Adapun secara bahasa, komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui (media) yang menimbulkan dampak atau efek.¹⁴

¹¹Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 55.

¹²KBBI, “*Teknik*”, diakses dari <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/teknik.html>, pada Minggu, 18 April 2021, pukul 15:33.

¹³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 20.

¹⁴Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, hlm. 28.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa teknik komunikasi merupakan sebuah seni penyampaian informasi ataupun pesan dari komunikator kepada komunikan yang menimbulkan efek atau umpan balik (yang diharapkan).

Untuk itu pentingnya teknik dalam berkomunikasi agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan secara efektif karena sejatinya tidaklah mudah untuk membangun komunikasi efektif. Sehingga, komunikator harus pula menguasai kemampuan-kemampuan dalam berkomunikasi terutama dalam hal teknik/kepandaianya dalam menyampaikan pesan kepada komunikan agar menimbulkan timbal balik yang diharapkan antar keduanya (komunikator-komunikan).

2. Klasifikasi Teknik Komunikasi

Dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” Onong Uchjana Effendy mengklasifikasikan teknik komunikasi menjadi empat teknik yaitu

- a. Teknik Komunikasi Informatif
- b. Teknik Komunikasi Persuasif
- c. Teknik Komunikasi Koersif, dan
- d. Hubungan Manusiawi¹⁵

Komunikasi dapat terjalin dengan baik dan benar bila komunikator (pengirim pesan) dapat menggunakan teknik komunikasi yang tepat. Adapun penjelasan dari teknik-teknik diatas yaitu

¹⁵*Ibid.*, hlm. 55.

a. Teknik Komunikasi Informatif

Onong Uchjana Effendy mengartikan komunikasi informatif ialah proses penyampaian pesan, ilham, gagasan dan opini kepada seorang atau hanya memberitahukan suatu informasi tanpa menghendaki terjadinya sebuah perubahan perilaku atau opini dari seorang (komunikan).

Phil Astrid Susanto mengartikan teknik ini ialah teknik komunikasi yang memberikan keterangan-keterangan yang setelah itu komunikan akan mengambil kesimpulan atau keputusannya sendiri. Teknik ini memiliki efek kognitif, karena komunikan hanya mengetahui saja. Teknik komunikasi ini bersifat satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat universal, serta memunculkan keserempakan. Dengan cara menumpahkan penyajian pesan pada objek ataupun kejadian yang lagi menarik atensi khalayak ataupun publik.¹⁶

b. Teknik Komunikasi Persuasif

Persuasif berasal dari bahasa Inggris "*persuasion*". Dimaksud selaku membujuk, merayu, meyakinkan serta sebagainya. Persuasif pula dapat dipahami sebagai tidak adanya paksaan dalam mempengaruhi jiwa seseorang sehingga bisa membangkitkan pemahaman seseorang untuk menerima/menerima suatu tindakan.

¹⁶Rangga K. Putra, dkk, *Studi Teknik Komunikasi Informatif Dalam Kegiatan Orientasi Penyuluhan Agama Terhadap Calon Pengantin Oleh Badan DKP3A Di Samarinda*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.6, No.3, 2018, hlm. 441-442.

Teknik komunikasi persuasif adalah teknik yang berusaha mempengaruhi perilaku seseorang dengan ajakan, rayuan atau bujukan namun tanpa paksaan. Adapun teknik koersif dan persuasif memiliki persamaan yaitu bertujuan mengubah perilaku, kepercayaan dan sikap. Bedanya ialah terletak pada cara penyampaiannya.¹⁷

c. Teknik Komunikasi Koersif

Merupakan teknik komunikasi yang mana terdapat ketidaksamaan dengan teknik komunikasi persuasif terutama dari segi penyampaiannya. Teknik komunikasi koersif dilakukan dengan metode memforsir komunikan untuk melakukan sesuatu sehingga mencuat rasa ketakutan ataupun rasa patuh/tunduk. Untuk itu, komunikan umumnya dituntut agar menerima adanya perubahan yang mampu menggiring pada efek positif pula efek negatif. Umumnya, akibat dari teknik ini adalah perubahan sikap, pendapat atau perilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang memunculkan rasa tidak senang, benci atau pula dendam.¹⁸

d. Hubungan Manusia (*Human Relations*)

Teknik hubungan manusia merupakan kemas informasi yang disampaikan dengan mendasarkan aspek psikologis secara tatap muka untuk

¹⁷Agus Hermawan, *Pengantar Psikologis Dakwah*, hlm. 65.

¹⁸Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.21.

merubah sikap dan perilaku dan kehidupan sehingga menimbulkan rasa kepuasan kepada berbagai pihak.¹⁹

Bila ditinjau dari ilmu komunikasi, maka *human relations* termasuk ke dalam wilayah aksiologi yang tujuan serta manfaatnya dilakukan dari proses komunikasi itu sendiri. Salah satu tujuan komunikasi yaitu membangun dan memupuk hubungan dengan orang lain (*human relations*). Jika dihubungkan dengan bentuk komunikasi, maka bentuk komunikasi yang paling efektif dalam membangun hubungan manusia (*human relations*) adalah komunikasi antar pribadi.²⁰

B. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai upaya *persuader* agar *persuadee* bersedia menerima suatu paham atau keyakinan.²¹ Teknik ini menimbulkan efek/dampak yang lebih besar kadarnya dibandingkan dengan komunikasi informatif yakni efek kognitif, afektif dan pula behavioral. Untuk itu, agar komunikasi yang dilakukan mencapai tujuan serta tepat sasaran, perlu dilakukannya sebuah “perencanaan”. Perencanaan tersebut dilakukan berdasarkan elemen-elemen komunikasi yakni komunikator, pesan, komunikan dan media. Seperti, bagi komunikator sendiri mampu mengelola pesan tersebut sesuai dengan diri komunikan. Apabila komunikan yang akan dijadikan sasaran sudah jelas, media yang akan digunakan juga harus ditetapkan (media mana yang akan

¹⁹M. Nasor, *Teknik Komunikasi dalam Perubahan Sosial*, Jurnal Pengembangan Masyarakat, Vol.6, No.1, 2013, hlm. 79.

²⁰Dasrun Hidayat, *Media Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 35.

²¹Ezi Hendri, M.Si, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 267.

dipilih/digunakan), maka kini giliran untuk menata pesan. Adapun dalam teknik komunikasi persuasif terdapat beberapa teknik dalam penyajian pesan komunikasi yakni

a. Teknik asosiasi

Teknik asosiasi ialah penyajian pesan dengan menuangkannya kepada suatu kejadian maupun objek yang menjadi pusat perhatian masyarakat/audiens.

b. Teknik integrasi

Merupakan kemampuan komunikator untuk berbaur dengan komunikan secara komunikatif. Contohnya penggunaan kata kita atau kami yang menggambarkan bahwa komunikator dapat menjadi bagian/sama dengan komunikan. Dalam teknik ini, yang diperjuangkan komunikator tidak hanya dirinya saja namun pula sasaran komunikasinya yakni komunikan.

c. Teknik ganjaran (*pay of technique*)

Merupakan kemampuan komunikator dalam mempengaruhi komunikan dengan metode memberikan hal-hal yang memberikan keuntungan atau harapan.

d. Teknik tataan (*icing technique*)

Merupakan usaha pengemasan pesan dengan semenarik mungkin, sehingga pesan yang disampaikan enak untuk dikonsumsi serta termotivasikan untuk melakukan yang disarankan oleh komunikator.²²

²²Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, hlm. 21-24.

e. Teknik *red-herring*

Merupakan seni seseorang komunikator untuk mencapai kemenangan dalam diskusi dengan menghindari opini/pemahaman yang lemah, sehingga komunikator dapat mengelakkan ke aspek yang dikuasainya guna menjadikan bahan ampuh untuk meminimalisir pemahaman komunikan yang lemah.²³

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu “*Da’wah*” داعوا dari kata *da’a* (دعا) *yad’u* (يدعو) *da’watan* (دعوة) yang berarti panggilan, ajakan atau seruan.²⁴

Dalam Alquran sendiri banyak ditemukan kata dakwah yakni salah satunya pada:

- Alquran surah Ali Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُم مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. [QS. Ali Imran (3): 104]²⁵

²³*Ibid.*,

²⁴Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, hlm. 3.

²⁵Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah (Special For Women)*, hlm. 23.

- Alquran surah An-Nahl ayat 125:

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

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. [QS. An-Nahl (16): 125]²⁶

Adapun secara terminologi (istilah) para ahli mendefinisikan dakwah yakni:

- Menurut Syeikh Ali Mahfuzh, dakwah yaitu

حث الناس على الحير والهد والأمر بالمعرو والنهي عن المنكر ليفوزوا بسعادة العاجل والأجل

Artinya: Mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat makruf dan mencegah dari perbuatan yang munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

- Menurut A. Hasjmy, dakwah islamiyah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.²⁷

²⁶Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah (Special For Women)*, hlm. 281.

²⁷Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, hlm. 11.

- Prof. Toha Yahya Oemar, MA mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat.²⁸

Sebenarnya masih banyak lagi defenisi dakwah baik menurut para ahli bahkan dalam Alquran sendiri pun banyak defenisi terkait dakwah. Namun beberapa defenisi dakwah di atas sudah dapat memberikan gambaran pengertian dakwah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara agar masyarakat (orang lain) mengamalkan ajaran agama Islam (kebajikan) dan mencegah perbuatan yang munkar.

Adapun dalam dakwah itu sendiri, terdapat unsur-unsur/komponen yang selalu ada dalam kegiatan dakwah yakni adanya dai (subjek dakwah), *mad'u* (objek dakwah), metode, materi dan efek dari dakwah tersebut.

2. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Fungsi dari dakwah itu sendiri ialah²⁹

- a. Dakwah berperan dalam penyampaian ajaran agama Islam kepada manusia selaku individu dan masyarakat hingga meratalah rahmat Islam sebagai "*RahmatanLil Al-aamiin*"

²⁸Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm. 18.

²⁹*Ibid.*, hlm. 42-50.

- b. Dakwah berperan melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi ke generasi umat muslimin selanjutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi berikutnya tak akan terputus.
- c. Dakwah pula berperan korektif yakni meluruskan akhlak yang bengkok, menghindari kemungkaran dan melepaskan manusia dari kebathilan.

Adapun tujuan dari aktivitas dakwah adalah

- a. Menyeru kepada umat non Islam agar memeluk agama Islam (meng-Islamkan orang non-muslim)
- b. Meng-Islamkan orang Islam yakni meningkatkan mutu iman, Islam serta ihsan umat muslimin sehingga mereka menjadi orang-orang yang mengamalkan Islam secara totalitas (*kaffah*)
- c. Menyebarkan kebaikan dan menghindari timbulnya dan tersebarnya kemaksiatan yang hendak menghancurkan sendi-sendi kehidupan manusia agar menjadi masyarakat yang tentram dengan penuh keridhaan Allah Swt.
- d. Membentuk manusia yang menjadikan Islam selaku pegangan serta pemikiran atau pondasi hidup dalam segala segi kehidupan.³⁰

³⁰*Ibid.*,

3. Dakwah Melalui Internet

Pertumbuhan teknologi komunikasi telah melalui perubahan yang lumayan signifikan sejak awal generasi. Di kala ini, hampir tidak terdapat lagi batas untuk manusia untuk bisa berbicara kapan saja serta di mana saja. Perkembangan informasi tidak lagi menunggu lama karena dalam hitungan detik ada ribuan informasi baru di internet.³¹

Di masa teknologi informasi kala ini, peranan *new media* serta sosial media dalam dakwah sangat berarti. Dakwah tidak hanya di masjid, namun pula kini di mana pun kita berada dakwah dapat dilakukan di internet. Internet telah sangat akrab dengan masyarakat, salah satunya masyarakat perkotaan, sebab informasi telah jadi kebutuhan pokok yang bisa diakses lewat hp. Masyarakat yang padat jadwal dengan kegiatan kesehariannya, mereka tidak banyak waktu menyaksikan tv serta membaca koran. Bahkan kebutuhan masyarakat untuk mengakses informasi dapat diperoleh di internet tanpa terikat waktu dan ruang. Perihal ini merupakan peluang emas untuk memanfaatkannya menjadi media dakwah. Tidak hanya berdakwah melalui dunia nyata pula dibutuhkan dakwah melalui dunia maya selaku pendukung dakwah di dunia nyata. Sebab mengingat berdakwah melalui dunia nyata sangat terikat dari ruang serta waktu. Lewat dunia maya, sarana berikut sangat layak dijadikan selaku media dakwah seperti *web*, *email*, forum dialog serta wikipedia. Tidak hanya itu, sosial media semacam *facebook*, *instagram*, *tiktok* pula sangat berarti untuk dimanfaatkan.

³¹Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, hlm. 159-161.

Berdakwah melalui media sosial terdapat banyak manfaat. Tidak menutup kemungkinan, sebagian orang menganggap media sosial pula banyak mudharatnya. Tetapi selaku umat Islam, wajib menggunakannya untuk kepentingan dakwah sebab sosial media ialah jaringan sosial yang diminati serta disantap oleh segala dunia. Memakainya selaku media dakwah pastinya pula ialah bagian dari proses kulturasi dakwah yakni dakwah yang memikirkan kemampuan serta kecenderungan kultural masyarakat. Sebab memanglah dakwah wajib sanggup merambah ke ranah kultur selaku kecenderungan masyarakat untuk itu memilih sosial media selaku media dakwah ialah sesuatu keharusan untuk dai dan menolak anggapan universal jika para dai ialah kelompok yang anti terhadap kemajuan teknologi.

Tiap- tiap media nyatanya memiliki sisi kelebihan serta kekurangan. Sebagai sarana yang mendorong manusia untuk berkomunikasi bisa pula diselipkan pesan- pesan dakwah di dalamnya. Umat muslim pun haruslah bijak dalam menerima informasi di dunia maya ini, ibarat madu dan racun yang tidak jauh berbeda di kala ini. Untuk peningkatan, pengembangan sekalian untuk efisiensi dakwah, seluruh media tersebut absolut wajib dimanfaatkan. Sebab sosialisasi ajaran Islam serta upaya rekayasa sosial cocok dengan cita- cita Islam bisa diwujudkan dengan memaksimalkan pemakaian sarana ini. Terlebih di kala ini arus globalisasi demikian intens menerpa kehidupan umat.³²

³²*Ibid.*,

D. Media Sosial dan Tiktok

1. Pengertian Media Sosial

Berbicara tentang media sosial, maka menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *social media* diartikan sebagai laman atau aplikasi yang membebaskan pengguna untuk membuat dan berbagi isi ataupun ikut serta dalam jaringan sosial. Dalam bukunya *Social Media for Government* yakni Gohar F. Khan mengemukakan secara sederhana bahwa *social media* merupakan platform berbasis internet yang gampang digunakan sehingga membebaskan para pengguna untuk membuat serta berbagi konten (opini, atensi pula informasi) dalam konteks yang bermacam-macam kepada audiens. Oleh karena itu, *social media* memiliki dampak berantai sehingga proses transmisi yang terjalin tidak menyudahi pada satu audiens pokok saja (*multiplier effect*).³³

2. Karakteristik Media Sosial

Ciri utama yang wajib untuk platform media sosial punya yaitu

- a. Yakni platform yang berlandas pengguna. Di kala pra masa digital dikuasai oleh *social media*, konten yang tersebar di suatu *website* berbasis searah. Segala *update* atau transformasi bergantung pada pihak yang dikenal dengan *master-website*. Namun di kala ini, konten yang tersebar di

³³Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, hlm. 4.

social media seluruhnya terletak dalam kendali para pengguna platform tersebut.

- b. Bertabiat sangat interaktif. Masing-masing platform *social media* yang terkenal di kala ini, jaringan antar pengguna menjadi cukup berarti. Intensitas jaringan yang terjalin pada suatu konten hendak dikaji dalam aspek indikator evaluasi keberhasilan suatu konten.
- c. Pengguna ialah *content creator*. Selaku platform yang berlandas pengguna, konten yang tercantum pada suatu platform *social media* pula seluruhnya terletak kepada kontrol tiap-tiap pengguna(*user*). Namun jenis konten (tulisan, photo, video) dapat disetel di masing-masing platform memanglah berbeda-beda.
- d. Pengguna leluasa men-*setting* pengaturan akunnya. Opsi pengaturan akun ataupun halaman tiap pengguna yang disediakan oleh tiap-tiap platform membagikan kebebasan pada pengguna untuk mengelola sendiri tampilan muka hingga fitur-fitur yang akan disampaikan.³⁴
- e. Tergantung pada ikatan antar pengguna hingga komunitas yang terbentuk. Semakin banyak hubungan yang terjalin antar pengguna sebuah platform media sosial, semakin besar pula kemungkinan interaksi yang akan terjadi dan semakin banyak pula komunitas-komunitas yang terbentuk atas kesamaan minat yang dibagikan oleh masing-masing pengguna.
- f. Membagikan kesempatan koneksi yang hampir tidak terbatas. *Social media* sanggup membagikan koneksi antar pengguna dengan siapapun,

³⁴*Ibid.*, hlm. 5-7.

dimana bahkan kapan pun. Pengguna dapat tersambung dengan siapapun seperti kerabat lama, bahkan seorang yang berasal dari negeri manapun yang mungkin belum sempat kita dengar atau kunjungi tadinya.³⁵

3. Perkembangan dan Eksistensi *Tiktok*

Tiktok ialah aplikasi *media social* yang jadi kultur yang cukup populer di Negeri ini sejak 2020. Istilah *tiktok* berasal dari bahasa Tiongkok yakni “*Douyin*” yang artinya adalah aplikasi video-musik yang mana banyak digunakan oleh masyarakat sebagai hiburan dengan iringan lagu oleh pengguna(*user*). Aplikasi yang berasal dari negara China ini dicetuskan oleh Byte Dance tepatnya di 2016. Tahun 2017, *tiktok* masuk ke negeri ini namun pada masa itu *tiktok* dinilai aplikasi yang kurang bermutu dan diboikot oleh Indonesia pada (Juli)2018 yakni diblokir oleh KOMINFO (Kementrian Komunikasi dan Informatika).

Tiktok diblokir oleh KOMINFO dikarenakan terdapat ribuan masyarakat yang membuat petisi yang membahas efek negatif dari *tiktok* serta pula terdapatnya laporan dari KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) karena terdapat konten negatif yang ada pada *tiktok*.

Tepat pada 2020, *tiktok* menjadi aplikasi yang cukup *trending* di Indonesia serta pula nyaris secara universal(dunia). Perihal ini tampak dari informasi yang didapat. *Tiktok* menjadi aplikasi *non-gaming* kedua yang banyak diunduh pada 2019 yakni sebanyak 1,5 milyar kali diunduh di App Store serta Google Play.

³⁵*Ibid.*,

Tidak hanya jumlah unduhan yang bertambah, pemasukan *tiktok* pula mengalami peningkatan mencapai US\$176,9 juta (sekitar Rp. 2,4 triliun) serta ini mempresentasikan 71% dari total pendapatannya semenjak awal kali diluncurkan yakni sebesar US\$247,6 juta (setara Rp. 3,4 triliun) dan ini membuat *tiktok* jadi aplikasi non-*gaming* nomor 7 dengan pemasukan paling tinggi.³⁶

Pertumbuhan *tiktok* pada 2017 memasuki Indonesia, kemudian tahun 2018 di blokir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika serta pada 2020 saat ini jadi sesuatu yang menjadi cukup populer terutama di Indonesia. Kultur seperti ini mempunyai ciri yakni budaya populer menghasilkan trend, mempunyai wujud yang seragam, dapat menyesuaikan diri sampai sanggup dinikmati oleh masyarakat secara meluas, daya tahannya menjajaki waktu selera publik, potensi keuntungan yang bisa diperoleh oleh pihak-pihak tertentu, dan efek budaya populer yang dapat menghasilkan kesenangan dan pula gangguan.

Adapun aplikasi *tiktok* kini menjadi budaya populer karena beberapa alasan yakni

1. Video pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum. Video dan lagu yang berdurasi pendek yang dibuat oleh *creator* (sebutan untuk pembuat konten di *tiktok*) memiliki kedekatan realitas masyarakat, dan dibalut dengan hiburan, sains dan *fashion* sebagai konten utama sehingga mudah menarik perhatian audiens.

³⁶Togi Prima dkk, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19*, hlm. 73-76.

2. *Content creator* bebas membuat konten dengan waktu 15 detik-1 menit. *Creator* mengelola kontennya sendiri baik dari segi penyajian, penggunaan lagu yang telah disediakan oleh *tiktok* dan menggabungkan dengan konten yang akan ia sajikan. Apabila *creator* tidak mengetahui judul lagu yang akan ia gunakan dan ia ingin menggunakan lagu yang serupa digunakan oleh *creator* lain maka ia dapat mencarinya di fitur *search* sehingga ia dapat menyajikan konten dengan lagu serupa dan pula tidak membutuhkan waktu lama dalam pengelolaan dan penyajian konten tersebut.
3. *Tiktok* sangatlah *friendly* dengan maksud bahwasannya dari segi pengambilan video *tiktok* menyajikan fitur-fitur yang menarik baik dari segi estetika dan efek untuk wajah, fitur transisi, *slowmotion* dan kesediaan musik-musik yang disukai oleh *creator* tersedia di aplikasi *social media tiktok* ini.³⁷
4. Tingkat produksi yang canggih. *Tiktok* dapat mudah berkembang menjadi populer karena menerapkan fungsi mendorong konten yang diproduksi secara akurat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna, hal ini dapat terwujud karena teknologi yang digunakan cukup mumpuni sehingga video yang disuguhkan pada halaman utama *related* dengan pengguna.
5. Tidak ada batasan bagi *content creator* yangmana *creator* diberikan kemudahan dan akses yang bebas dalam mengekspresikan dirinya di

³⁷*Ibid.*,

aplikasi tersebut. Aplikasi ini juga memberikan kemudahan dari segi ketika pengguna memasuki beranda pertama maka aplikasi akan menampilkan konten-konten yang biasa dikonsumsi oleh pengguna serta pengguna juga dapat memindahkan konten tersebut dengan bebas. Ketika pengguna menyukai konten tersebut maka pengguna dapat melakukan *tap* 2x pada layar tersebut untuk menyukai konten tersebut.

6. Konten utama yang membahas trend saat ini. Pengguna *tiktok* yang kebanyakan kaum millennial sangatlah mengikuti trend yang sedang berlaku saat ini.
7. Pemasaran yang menarik. *Tiktok* memasarkan aplikasi mereka dengan menarik, dengan mengurangi biaya ekspresi dan meningkatkan konten yang menyenangkan serta dapat berkontribusi pada penyebaran video dengan cepat.³⁸

E. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Teknik analisis isi (*content analysis*) merupakan teknik yang mengedepankan penyajian data secara terstruktur, serta memberikan gambaran terinci tentang objek penelitian berupa pesan komunikasi. Tujuan utama penelitian dengan teknik analisis isi adalah mendeskripsikan karakteristik pesan yang ada dalam ranah publik dengan perantaraan teks. Yang menjadi bahan dasar penelitian konten analisis ini adalah pesan (*message*). Pesan itu sendiri, jika mengacu pada pendapat Leeuwen dan Jewit terdiri dari komponen: *words*, *action* dan *pictures* sehingga penelitian dengan teknik analisis isi sebenarnya memiliki wilayah yang

³⁸*Ibid.*,

luas untuk menggali masalah-masalah yang ada dalam objek penelitian komunikasi.³⁹

Dalam analisis ini, seorang peneliti dapat menghitung frekuensi munculnya suatu konsep tertentu, penyusunan kalimat menurut pola yang sama, kelemahan-kelemahan pola berpikir yang sama, cara menyajikan bahan ilustrasi dan lain-lain.

Analisis ini digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan bisa dalam bentuk lambang. Analisis ini dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi : surat kabar, buku, puisi, lagu, musik, teater dan sebagainya.

Penelitian yang menggunakan analisis isi umumnya melalui tahap-tahap:

- a. Perumusan masalah;
- b. Penarikan sampel;

Karena pada umumnya tidak mungkin untuk menganalisis keseluruhan populasi dari dokumentasi yang tersedia mengenai topik tertentu, maka sampling biasanya dilakukan pada *content analysis*. Tentu saja pemilihan sampel suatu dokumen-dokumen harus dilakukan secara eksplisit dan tepat.

- c. Pembuatan alat ukur (koding);⁴⁰

³⁹Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, hlm. 272.

⁴⁰*Ibid.*, hlm.286-288.

Coding adalah suatu proses data mentah yang secara sistematis ditransformasikan dan dikelompokkan ke dalam unit-unit yang memungkinkan membuat deskripsi karakteristik yang relevan. Peraturan-peraturan *coding* memberikan hubungan yang operasional antara data peneliti-peneliti, teori-teori serta hipotesis. *Coding* merupakan bagian dari dasar pembuatan rancangan penelitian. Pada titik ini, diambil keputusan mengenai pembuatan kategori-kategori, unit-unit isi, dan sistem perhitungan. Angka dan tipe-tipe kategori yang mungkin dipakai pada *content analysis* hampir tidak ada batasnya. Hal ini bisa termasuk orang-orang, kelompok-kelompok, sasaran-sasaran, metode-metode, dan lainnya. Setelah *coding* adalah penyeleksian unit-unit isi, misalnya artikel, kata, simbol, tema, paragraf, kalimat atau item khusus. Karena studi hanya didasarkan pada beberapa media, kesimpulannya tidak dapat digeneralisasikan. Sebagai tambahan dalam memilih kategori dan unit isi, para peneliti harus memutuskan sistem perhitungan apa yang akan digunakan untuk menghitung data, dalam hal ini, ada beberapa alternatif yang bisa dipakai.

- d. Penskalaan *item-item* berdasarkan frekuensi atau kriteria lainnya;

Frekuensi adalah dasar umum untuk melakukan perhitungan. Dalam hal ini, penekanan diberikan pada banyaknya waktu simbol tertentu, kata atau pengertian lain yang muncul dalam komunikasi.

- e. Pengumpulan data; dan

- f. Analisis data.⁴¹

⁴¹ *Ibid.*,

- **Menggambarkan Karakteristik Pesan dalam Analisis Isi**

Analisis isi banyak dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi dipakai untuk menjawab pertanyaan *what* (apa yang disampaikan) berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, tren dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pernyataan "*how*" berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan (seperti teknik komunikasi persuasif).⁴²

F. Ustaz Syamsuddin Nur

- **Profil Ustaz Syamsuddin Nur**

Syamsuddin Nur Makka S.Sos.I., S.Q atau akrab dipanggil Ustaz Syam merupakan penceramah dan penulis naskah dakwah. Beliau lahir pada 15 September 1992, di Maros, Sulawesi Selatan dan kini berusia 28 tahun.

Ustaz Syam memulai karirnya sebagai penulis naskah dakwah untuk ceramah Ustaz Maulana. Beliau memiliki gaya dakwah yang menyenangkan dan cepat diterima oleh berbagai kalangan, dari yang muda hingga tua. Kini beliau semakin dikenal masyarakat karena mengisi acara dakwah di televisi yaitu program "Islam Itu Indah" setelah ditunjuk menggantikan Ustaz Maulana

⁴²Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantr Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.33.

sementara waktu ketika beliau melaksanakan umroh. Ia menjadi *partner* Ustazah Oki Setiana Dewi dalam program tersebut.⁴³

Sejak kecil, Ustaz Syam menuntut ilmu di pesantren karena ini menjadi pendakwah. Beliau menuntut ilmu di pondok pesantren selama enam tahun, mempelajari kitab kuning, kasrah, dan Alquran. Ustaz Syam menyelesaikan pendidikan magister di Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an (PTIQ). Sebelum namanya dikenal banyak masyarakat, beliau adalah seorang Imam di Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri, Depok.⁴⁴

Selain aktif berdakwah di televisi, beliau juga sering mengunggah konten religi di aplikasi sosial media salah satunya *tiktok*. Beliau memanfaatkan aplikasi *tiktok* sebagai media dalam menyiarkan dakwah, dan sampai saat ini beliau sangat eksis di platform tersebut. Kontennya hampir selalu dilihat oleh ratusan pengguna *tiktok*. Banyak para pengguna *tiktok* yang senang dengan dakwah yang disampaikannya. Hal ini dapat dilihat melalui di akun *tiktok* miliknya (@syam_elmarusy) yang diikuti oleh 3.5 juta pengguna *tiktok* serta video dakwah tersebut menduduki angka ribuan sampai jutaan penonton dan penyuka dari video milik Ustaz Syam. Tak heran bila Ustaz Syam dikenal sebagai pendakwah yang milenial.

⁴³ *Biografi Ustadz Syam: dari Karier hingga Perrnikahannya*, diakses dari <http://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/entertainment2021/04/20/191026/biodata-ustadz-syam-dari-karier-hingga-pernikahannya>, pada Minggu, 22 Agustus 2021, pukul 08.08 WIB.

⁴⁴*Ibid.*,

G. Teori Komunikasi Persuasif

- Teori S-O-R

Teori S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus- Organisme - Respons ini mulanya berawal dari psikologi. Kemudian menjadi teori komunikasi karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

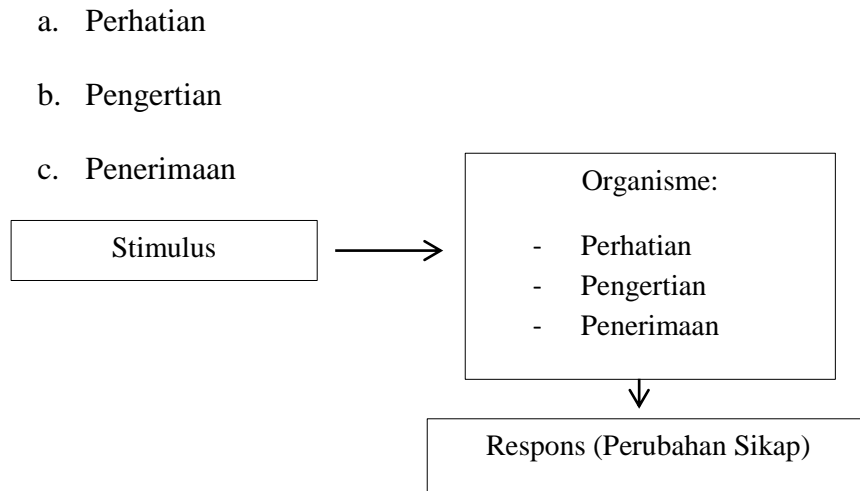
Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikan (Organisme, O)
- c. Efek (Respons, R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan ”*what*” dan “*why*”. Jelasnya, *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.⁴⁵

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Menurut Hovland, Jans dan Kelley menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel yang penting, yaitu

⁴⁵Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, hlm. 255-256.



Bagan tersebut menggambarkan suatu sikap dapat berubah bila terjadinya proses pada individu tersebut. Dimana melalui pesan yang disampaikan dapat menstimulus kepada komunikan sehingga memberikan efek yang dapat diterima atau pula dapat ditolak oleh si komunikan. Proses penyampaian informasi tersebut dapat berlangsung bilamana ada fokus pada komunikan. Setelah itu melalui proses tersebut maka subjek komunikasi akan mengerti dan setelah itu maka pesan yang menstimulus komunikan tadi diolah dan diterima dan terjadilah yang namanya perubahan pendapat/sikap.⁴⁶

⁴⁶*Ibid.*,

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan dengan tujuan sebagai contoh dan perbandingan dengan penelitian penulis serta untuk memperkaya teori yang dilakukan dalam penelitian ini. Dari penelitian terdahulu yang ditemukan, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama dengan penelitian penulis. Untuk itu, berikut beberapa penelitian yang menjadi referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian penulis yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian, Institusi	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Abdul Halim Lubis (2017), Analisis Isi Pesan Akidah Dalam Program Berita Islami Masa Kini di Trans TV Tahun 2016, UIN Sumatera Utara ⁴⁷	Tujuan temuan hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan akidah yang terdapat pada program Berita Islami Masa Kini di Trans TV dengan menggunakan teknik analisis isi. Hasil penelitian ditemukan bahwa beberapa hal tentang pesan akidah semuanya mengacu pada larangan.	Subjek penelitian yang dianalisis oleh saudara Abdul Halim Lubis adalah Pesan Akidah sedangkan subjek penelitian analisis penulis adalah Teknik Komunikasi Persuasif.

⁴⁷Abdul Halim Lubis, *Analisis Isi Pesan Akidah Dalam Program Berita Islami Masa Kini di Trans TV Tahun 2016*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/3317/> , pada Sabtu, 27 Maret 2021, Pukul 12.17 WIB.

2	<p>Fatimah (2018), Teknik Komunikasi Dalam Buku <i>Speak To Change</i> Karya Jamil Azzaini, UIN Sumatera Utara⁴⁸</p>	<p>Penelitian ini menganalisis teknik-teknik komunikasi persuasif yang terdapat pada novel <i>Speak To Change</i> karya Jamil Azzaini. Dalam novel tersebut, ditemukan 156 paragraf yang mengandung teknik komunikasi persuasif.</p> <p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisa data yaitu analisis isi.</p>	<p>Media penelitian yang dikaji berbeda. Media penelitian yang dikaji oleh saudara Fatimah adalah Buku/ Novel. Sedangkan, media penelitian yang dikaji penulis adalah Media Sosial/<i>Tiktok</i>.</p>
3	<p>Lailatul Qotriah (2019), Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau, UIN Walisongo Semarang⁴⁹</p>	<p>Novel Islami Anak Rantau menggunakan 5 teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, <i>fear arousing</i>, <i>pay of idea</i>, <i>icing device</i>, dan kognitif disonansi. Jenis penelitian yang digunakan adalah</p>	<p>Media penelitian yang dikaji berbeda. Media penelitian yang dikaji saudara Lailatul yaitu buku/novel sedangkan media penelitian yang dikaji penulis adalah</p>

⁴⁸Fatimah, *Teknik Komunikasi Dalam Buku Speak To Change Karya Jamil Azzaini*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/5301/>, pada Rabu, 21 April 2021, Pukul 18.00 WIB.

⁴⁹Lailatul Qotriah, *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau*, diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10036/>, pada Sabtu, 27 Maret 2021, pukul 22.45 WIB

		penelitian kualitatif dengan metode analisis isi.	media sosial/ <i>tiktok</i> .
4	Ambar Ayu Safitri (2017), Teknik Komunikasi Dai PT. Sarana Bakar Dikdaya Wong Solo Dalam Meningkatkan Ibadah dan Etos Kerja Karyawan di Medan, UINSU Medan ⁵⁰	Melalui hasil penelitian ini bahwa dai menggunakan teknik informatif dan persuasif. Dai juga menggunakan teknik hubungan manusia sebagai tambahan.	Dari segi pengumpulan data berbeda. Saudari Ambar melakukan pengumpulan data dengan wawancara/turun ke lapangan untuk mendapatkan data. Sedangkan penulis tidak turun ke lapangan/ analisis isi dan menganalisisnya dengan bantuan blangko koding.

⁵⁰Ambar Ayu Safitri, *Teknik Komunikasi Dai PT. Sarana Bakar Dikdaya Wong Solo Dalam Meningkatkan Ibadah dan Etos Kerja Karyawan di Medan*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/3342/>, pada Sabtu, 27 Maret 2021, Pukul 21.37 WIB

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian analisis isi/*content analysis* yaitu analisis isi/*content analysis* yakni menganalisis konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur dalam akun *tiktok* @syam_elamrusy dan penulis menggunakan pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang merujuk pada metodologi yang menapaki persoalan manusia pula fenomena sosial. Salah seorang ahli yakni Bodgan&Taylor mengatakan bahwa pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang melahirkan hasil berupa data deskriptif.⁵¹

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Sugiyono menyebut populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konten dakwah pada akun *tiktok* Ustaz Syamsuddin Nur (@syam_elmarusy) yakni dari bulan November 2020 sampai sekarang Agustus 2021.

⁵¹Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, hlm. 249.

Dalam penelitian kualitatif umumnya peneliti tidak harus meneliti seluruh objek yang dijadikan pengamatan. Hal ini disebabkan keterbatasan yang dimiliki peneliti seperti biaya, waktu atau bahkan tenaga. Kenyataannya peneliti dapat mempelajari, memprediksi dan menjelaskan sifat-sifat suatu objek atau fenomena hanya dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari objek atau fenomena tersebut. Untuk itu, seorang periset/peneliti dapat mengambil sebagian saja dari populasi yang dinamakan sampel. Adapun jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni sampling nonprobabilitas – sampling purposif (*purposive sampling*). Teknik *purposive sampling* merupakan teknik terkait hal-hal/orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan tertentu.⁵²

Beranjak dari pernyataan tersebut, maka pengambilan sampel pada penelitian ini adalah 52 video dakwah yang mengandung teknik komunikasi persuasif yang diupload di akun Ustaz Syamsuddin Nur pada bulan Januari 2021.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu:

- A. Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau secara langsung dari sumbernya.⁵³ Data yang diperoleh langsung dari video/konten yang diposting oleh akun Ustaz @syam_elmarusy di media sosial *tiktok* (sampel yang telah terpilih) dan merupakan data primer yang nantinya dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti.

⁵²Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2006), hlm. 153-158.

⁵³*Ibid.*, hlm. 41-42.

- b. Data Sekunder adalah data tambahan atau data yang diperoleh dari sumber kedua untuk mendukung penelitian.⁵⁴ Adapun data sekunder pada penelitian ini yaitu pustaka-pustaka yang mendukung untuk melengkapi penulisan penelitian ini (buku, jurnal, dan artikel *online*).

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yaitu dengan menghimpun konten dakwah melalui akun *tiktok* @syam_elamrusy. Kemudian, video atau konten tersebut dikumpul dan diklasifikasikan sesuai dengan teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam setiap konten tersebut. Setelah itu, dilakukan proses analisis sehingga menjadi data-data yang telah di analisa secara terperinci/ dideskripsikan secara rinci sesuai rumusan yang telah ditentukan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *coding sheet* yang dibuat berdasarkan klasifikasi yang telah ditentukan dan sesuai unit analisis yakni unik teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red herring*. Adapun bentuk blangko koding (*coding sheet*) dalam penelitian ini seperti di bawah ini:

⁵⁴*Ibid.*,

Teknik Asosiasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok*
@syam_elmarusy

No	Jadwal Tayang Konten	Isi Konten

Tabel 3.1. Blanko Koding Teknik Asosiasi

Teknik Integrasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok*
@syam_elmarusy

No	Jadwal Tayang Konten	Isi Konten

Tabel 3.2. Blanko Koding Teknik Integrasi

F. Teknik Analisa Data

Menurut Neuman, analisis data merupakan proses pencarian pola-pola dalam data yaitu perilaku yang muncul, objek-objek, atau badan pengetahuan. Analisis data mencakup menguji, menyortir, mengategorikan, mengevaluasi, membandingkan, mensistesisikan dan merenungkan data yang telah didapat/dikumpulkan.⁵⁵ teknik analisa data di penelitian ini yaitu menggunakan teknik *content analysis* atau analisis isi. Analisis isi mengedepankan penyajian data secara terstruktur, serta memberikan gambaran terinci tentang objek penelitian berupa pesan komunikasi. Tujuan dari analisis ini adalah mendeskripsikan karakteristik pesan yang ada dalam ranah publik dengan

⁵⁵Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 229-230.

perantaraan teks.⁵⁶ Setelah itu, untuk mendapatkan hasil akhir peneliti melakukan penafsiran data secara analitis dan kritis.

⁵⁶Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, hlm. 272.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin dalam Berdakwah di akun *tiktok* @syam_elmarusy

Pada penelitian ini, penulis menggunakan 5 teknik komunikasi persuasif yang menjadi unit analisis yakni sebagai berikut.

- Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi merupakan penyajian pesan dengan menumpahkannya kepada suatu peristiwa/objek yang menarik perhatian ataupun sedang menjadi pusat perhatian khalayak. Teknik ini pula bertujuan sebagai upaya/usaha (tidak langsung) untuk mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan.

Dalam akun *tiktok* Ustaz Syamsuddin Nur ditemukan 22 konten dakwah pada bulan Januari 2021 yang menggunakan teknik asosiasi yang ditumpahkan pada suatu objek/peristiwa atau bahkan upaya tidak langsung Ustaz Syamsuddin dalam mempersuasif audiens untuk dapat mengikuti seperti apa yang ia sampaikan dalam kontennya. Adapun konten yang menggunakan teknik asosiasi yakni sebagai berikut.

Tabel 4.1. Teknik Asosiasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok* @syam_elmarusy

No	Jadwal Tayang	Isi Konten
----	---------------	------------

1.	02 Januari 2021	<p>Oke man <i>welcome to tiktok</i>. (Saladinnur: <i>Ahlan wa sahlán, marhaban</i>). Saladinnur, jadi apa konten mu? (Saladinnur: ya apa aja dah agama, bahas tajwid dan lain-lain) Tahsin atau tajwid? (Saladinnur: ya tahsin) kasih perbedaan antara ت dan ط, ذ dan ظ, س, ش, ز atau ذ, ث, semuanya itu, coba ت dan ط (Saladinnur: ت dan ط itu berbeda dalam cara pengucapannya. Kalau ta itu berdesis kek ular, at atz.) Istaka Kabak <i>akh</i>. (Saladinnur: itu ت ت ك ya, desisnya berarti ya “ta” ada udara yang keluar. (Saladinnur: Kalau ط tidak ada udara yang keluar, berkumpul disini (menunjukkan pipi) dan tebal/takhim tho tho tho)) Kalau ذ? (Saladinnur: kalau ذ digigit sama dengan ظ perbedaannya yang satu tipis) Nanti nanti di akun mu aja dah.</p>
2	02 Januari 2021	<p>Hai Denada yang mana telah mempercayakan pertanyaannya kepada Syam untuk Syam coba bantu menjawabnya. Jadi Denada mempertanyakan bahwa bagaimana disaat-saat terakhir orang tua kita, masa kita gak boleh menjenguknya ataupun ikut menguburkannya. Apakah itu dilarang? Nabi SAW pernah duduk bersama para sahabat lalu Nabi SAW berdiri ketika ada jenazah yang lewat, para sahabat mengatakan “Ya Rasullah, itu yang lewat jenazah orang Yahudi ngapain harus berdiri?” Nah, Rasulullah SAW menjawab “Bukankah dia anak cucu Adam?” Berarti</p>

		<p>menghormati jenazah yang lewat atau ikut dalam menguburkan atau penghormatan terakhir <i>it's okey</i> apalagi belum meninggal misalnya lagi dia sakit, sekarat kita boleh datang. Siapa tau diujung hidupnya tuh dia mengatakan/mengucapkan "<i>La illaha illallah Muhammad Rasulallah</i>" yang selama ini tertahan di hatinya dia meyakini Allah tapi belum pernah diikrarkan/diucapkan justru diucapkan di akhir hayatnya. Nah, yang dilarang adalah mendoakan ketika sudah meninggal, berharap surga untuknya karena itu adalah sesuatu yang diharamkan di dalam surah At-Taubah.</p>
3	03 Januari 2021	<p>Hallo, Selamat pagi, <i>Assalamu'alaikum, Shabahun nur</i>. Jadi semalam aku ikut pengajian. Ada satu hadis yang dibawakan oleh pak kiai yang membekas dihati yang bagus banget buat menjadi obat <i>insecure</i> untuk kita semua. Jadi bunyi hadisnya seperti ini dan masyhur sering kali dibawakan "<i>Laa yu'minu ahadukum hatta yuhibba li-akhihi maa yuhibbu linafsihi</i>" hadis riwayat Bukhari. Tidak beriman seseorang atau tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai orang lain/saudaranya seperti dia mencintai diri sendiri. Apanya yang menjadi obat <i>insecure</i>? Berarti kalau kita mencintai saudara kita sendiri seperti kita mencintai diri sendiri apapun nikmat yang dimiliki oleh orang lain itu akan</p>

		<p>menggembirakan diri kita misalnya kita punya teman yang beli <i>Iphone</i> 12 tapi kita ikutan senang karena kita mencintai diri kita, mencintai dia seperti kita mencintai diri kita sendiri. Dia yang senang, kita ikutan senang. Kalau saudara kita naik haji berulang-ulang atau naik umroh berulang-ulang kita ikutan senang karena seperti merasakan bahwa kita yang merasakan nikmat itu. Karena dia adalah aku, kamu adalah aku, aku adalah kamu.</p>
3	03 Januari 2021	<p>Buat cewek yang takut ghibah, karena sadar bahwa kita semua punya aib yang Allah tutupi (Sumpah Ku Mencintaimu, Sungguh Ku Gila Karenamu). (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)</p>
4	05 Januari 2021	<p>[<i>Comment section: Ustad</i> serius nanya kalo liat orang <i>uwuu</i> beginikan jadi pengen, masuknya iri atau bukan <i>ustad</i>?] Iri??? Bilang bos. Jadi gini <i>guys</i>, ada iri yang boleh. Tau gak? Iri itu boleh. Iri yang boleh namanya <i>ghibtah</i>. <i>Ghibtah</i> itu kalau iri, iri liat orang kaya tapi orang kaya itu suka bagi-bagi, gitu boleh. Iri liat orang yang berilmu terus ilmunya itu diamalkan, itu boleh. Tapi iri yang gak boleh itu adalah iri ketika lo berharap orang itu hilang nikmatnya. Misal nih iri yang boleh, ada orang pakai <i>iphone</i> nih ya, terus lo bilang “oh gue juga pengen deh punya <i>iphone</i> tu. Gimana ya caranya?” nah itu boleh tu. Tapi yang dilarang ketika</p>

		berharap “mudah-mudahan <i>iphone</i> nya rusak, itu gak boleh tu”
5	05 Januari 2021	[video duet <i>with @capunk_</i>] <i>Bismillahirrahmanirrahim</i> . Mencoba membantu, jadi di dalam Alquran di sebutkan “ <i>fatayammamu saida tayyibah</i> ” bertayamum dengan menurut mufasir termasuk Ibnu Abbas RA bahwasannya itu harus daripada dengan tanah, gitu. Maka mazhab Syafiyah harus menggunakan tanah kalau enggak <i>turob</i> itu gak sah. Jok mobil, dinding pesawat, dinding mobil, kaca mobil itu gak sah kalau gak ada tanahnya atau debunya di dalamnya. Tapi, menurut mazhab Imam Ibnu Hanifah boleh saja menggunakan apapun yang ada di muka bumi ini termasuk baju karena terjadi di zaman Ibnu Ummar RA. Tapi yang paling utama adalah menggunakan air. Caranya bagaimana? Bawa botol <i>spray</i> seperti ini, di <i>spray</i> , niat berwudhu di basuh wajahnya, begitupula ke anggota tubuh lainnya. Inikan gak sulit gitu. <i>InsyaaAllah</i> mudah-mudahan, karena berwudhu itulah yang paling utama kalau gak ada air barulah bertayamum.
6	05 Januari 2021	[<i>Stitch: Gw yg baru tau kalau rakaat ke 3 dan ke 4 tidak di anjurkan baca surah pendek</i>] Gak usah resah begitu, karena gak dianjurkan bukan berarti membatalkan salat. Salatnya tetap sah, santai.

7	08 Januari 2021	<p>[Caption: <i>Happy Jumat Mubarak. Share ke oppa2 kalian</i>]</p> <p>Sebelum jumatan, harus tau ini <i>ngab</i>. Rukun <i>khutbah</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alhamdulillah 2. <i>Shalawat</i> 3. Pesan <i>Taqwa</i> 4. Ayat 5. Doa untuk kaum muslimin. <p>Inget <i>ngab</i>, kalo salah satu dari yang 5 ini gak ada berarti gak sah. Ulangi dengan salat <i>dhuhur</i>.</p>
8	08 Januari 2021	<p>[Stitch: Cari suami tuh yang <i>sholeh</i>, percuma kaya ganteng kalo <i>gabisa</i> nuntun kita ke surga// kalau nuntun ke surga mah gampang, tinggal gandeng aja tangannya, gandeng ajak dia kesana, surga. Benar gak? Benar] Gue ada banyak kata-kata gue, gue ada kata-kata banyak gue, gue ada kata-kata banyak gue , banyak kata-kata ada gue. Namanya juga rumah tangga, ada tangannya. Semakin tinggi, semakin tinggi. Semakin tinggi, semakin tinggi. Semakin tinggi, semakin tinggi. Jadi gak semudah itu menggandeng tangannya ke surga, karena semakin tinggi, ada ujiannya lagi. Beda-beda lagi ujiannya. Ujiannya harus dilalui, hanya dengan iman dan takwa. Ayo kita ke surga sama-sama.</p>
9	09 Januari 2021	<p>Semoga Allah memberikan yang terbaik.</p> <p><i>Bismillahirrahmannirrahim,</i> <i>Assalamu'alaikum</i></p>

		<p><i>warahmatullahi wabarakatuh</i>. Mungkin di <i>FYP</i> teman-teman sekarang, lewat berita tentang Sriwijaya Air yang hilang kontak atau musibah yang sedang terjadi. Apa yang harus kita lakukan? Yang pertama, kita turut berduka cita dan buat teman-teman tunjukkan rasa empati kita terhadap korban dan keluarga korban dengan tidak berkomentar yang konyol, tidak berkomentar yang lucu-lucu, ditahan dulu komentar lucu-lucunya karena itu bisa menyakiti perasaan orang yang terkena musibah. Yang kedua membaca doa baginda Rasulullah SAW ketika melihat musibah “<i>Alhamdulillahilladzi ‘aafani mimma bihi, wa faddhalanii ‘ala katsiirim mimman khalaqa tafdhilaa</i>” Ketika melihat musibah apapun itu, senantiasalah baca doa ini dan selalulah kita menjadikan suatu musibah itu <i>mahasabah</i> atau peringatan untuk kita dari Allah.</p>
10	09 Januari 2021	<p><i>Assalamu’alaikum guys</i>. Ya Allah, ini Kapten Afwan, Hj. Afwan dikenalnya. Kapten yang membawa Sriwijaya Air dan ini salah satu cerita tentang Kapten Afwan dari salah seorang pramugari Sriwijaya Air. Kaptennya adalah orang yang sangat saleh, gemar sedekah ke <i>cleaner</i> pesawat, suka dakwah, rajin ibadah, <i>subhanallah</i>. Kalau liat pramugari suka nunduk. Gak bisa lama-lama, orang soleh <i>subhanallah</i>. Mungkin kita yang membaca dan mendengar beritanya</p>

		<p>sedih, berduka cita, apalagi keluarga yang ditinggalkan. Tapi beliau, Kapten Afwan sedang menikmati amal ibadahnya karena beliau adalah orang saleh. Semoga Husnulkhathimah. <i>Allahuma Firlahu Warhamhu Wa'afihii wa'afu'anhu</i>. Dan untuk seluruh penumpang, untuk seluruh korban <i>Allahuma Firlahu Warhamhu</i>.</p>
12	11 Januari 2021	<p>[<i>Caption</i>: hadiahkan salat <i>ghaib</i> untuk para korban (cara dan doa langsung ke akun guru kami @muhammad.syahab)]</p> <p><i>Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh</i>. Masih dalam keadaan berduka karena kemarin ada peristiwa Sriwijaya Air yang mengalami kecelakaan dan salah satu yang boleh kita lakukan atau baik untuk kita lakukan adalah salat <i>ghaib</i>. Namun banyak di antara teman-teman yang belum tahu cara daripada tata cara salat <i>ghaib</i>. Kita langsung tanyakan ke guru kita Habib Muhammad, silahkan Habib. Baik, keputusannya apabila memang sudah dikatakan meninggal (di vonis) maka kita mendoakan dari rumah kita masing-masing dengan salah satunya sholat <i>ghaib</i>. Misalnya <i>usholli 'ala hadjal mayyiti algha-ibi</i> aku sholat <i>ghaib</i> karena Allah SWT fardhu kifayah, 4 takbiratul. Jadi caranya, <i>Allahuakbar</i> artinya langsung niat <i>allahuakbar</i> (aku niat salat <i>ghaib</i> yang mereka meninggalnya di Sriwijaya karena Allah Swt) 4 takbir, itu niat di dalam hati, kemudian dari</p>

		<p>takbir seperti biasa pertama baca Al-fatihah, kemudian takbir dan shalawat, takbir <i>allahuma firlahu</i> (Tata Cara Salat <i>Ghaib</i>: 1. Al Fatihah, 2. Shalawat, 3. Doa untuk jenazah, 4. Doa untuk Jenazah (dijelaskan di akun @muhammad.syahab) di sampaikan secara tertulis dalam konten tersebut).</p>
13	11 Januari 2021	<p>[<i>Caption</i>: Berusaha hidup baik dan mati baik] Kematian orang-orang baik di SJ182 mengajarkanku: “Jadilah orang baik, karena setelah kepergianmu akan ada orang-orang yang mengenangmu” (Disampaikan secara tertulis di dalam konten tersebut)</p>
14	12 Januari 2021	<p>Gue rasa ini penting. Aturan belajar agama di <i>tiktok</i>. Jadi kalau misalnya lo liat satu pembahasan di <i>tiktok</i>, di FYP. Lo jangan terpaku di pembahasan itu aja, terus lo komen, terus ini gimana, ini gimana, ini gimana? Karena bisa jadi itu berlanjut ke <i>part</i> dua. Setelah lo misalnya liat video gue satu, lu liat video gue selanjutnya gitu. Karena lo gak paham kalau cuma dengan satu video. Solusi selanjutnya ketika ada pembahasan tentang fikih, karena fikih itu selalu luas. Maka lo langsung cari di <i>youtube</i> penjelasan lengkapnya. Saran gue cari di <i>youtube</i> cari yang Syafii. Kenapa Syafii? Karena Syafii tidak menimbulkan perbedaan pendapat, karena itu yang dipakai mayoritas di Indonesia. Walaupun ada mazhab</p>

		<p>yang lain Imam Malik, Imam Ahmad, Imam Abu Hanifah tapi yang kita pakai di Indonesia adalah Imam Syafii.</p> <p>Kenapa kita harus bermazhab? Karena kita gak ada ilmu untuk sampai kepada Baginda Nabi SAW. Ngerti bahasa Arab aja <i>kagak</i>, masa kita langsung mengerti hadis. Jadi memang kita harus mengambil satu guru/satu mazhab.</p>
15	12 Januari 2021	<p>[<i>Comment section:</i> Inti dari video ini adalah: imam itu harus pengertian] Gue setuju banget sama komen ini. Imam itu harus pengertian dan harus berilmu. Karena banyak imam menang keturunan doing gitu jadi karena bapaknya dulu jadi imam di situ, dia jadi juga ikutan imam di situ. Bapaknya pintar, anaknya enggak terlalu pintar. Gak ada ilmunya. Tau gak kenapa imam tuh sebelum salat disuruh hadap ke belakang terus disuruh meluruskan dan rapatkan barisan “<i>sawu shufuufakum fainna taswiyatash shoffi min tamaamish shola</i>”, itu juga sekalian memperhatikan keadaan <i>jamaahnya</i>. Kalau <i>jamaah</i> lo ada kakek-kakek yang gak kuat berdiri, ada anak kecil, ada orang yang bawa anak kecilnya. Lo jangan ambil bacaan yang panjang-panjang. Apalagi kalau misalnya masjidnya masjid transit gitu, masjid di <i>rest area</i> atau masjid di <i>airport</i> (di bandara) terus lu khutbah dan bacaan imam panjang, itu orang ketinggalan pesawat cuy. Makannya jadi imam itu enggak sembarangan. Ya Allah Ya</p>

			<i>Rabbi</i> , dan ayo teman-teman kita belajar bagaimana bisa menjadi imam gitu. Kita geser orang-orang tua itu.
16	14 2021	Januari	<i>Bismillahirrahmanirrahim, Innalillahi wa inna ilaihi rojiun.</i> Telah berpulang ke rahmatullah guru kita semua, Syaikh Ali Saleh Mohammad Ali Jaber (Dai ilallah) <i>Allahuma firlahu warhamhu wa'afih wa afuanhu</i> , kita semua bersaksi bahwa beliau orang baik dan semoga Allah mempertemukan kita semua kembali di <i>jannatul firdaus</i> . Selamat jalan Syaikh.
17	17 2021	Januari	[<i>Caption: Shalawat</i> in aja dulu] <i>Assalamu'alaikum teman-teman</i> . Selamat pagi <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> . Nah kalian pasti pernah dengar, melihat sesuatu kalian disuruh buat <i>shalawat</i> in dulu ya kan. Apa sih makna nya <i>shalawat</i> in aja dulu? Jadi ternyata berdoa itu harus pakai <i>shalawat</i> . Doa dimulai dengan memuji Allah “ <i>alhamdulillah rabbil'alamin</i> ” kemudian <i>shalawat</i> “ <i>allahumma shalli alaa sayyidina muhammad wa alihi washahbihi wassalim</i> ” mau pakai <i>sayyidina</i> , mau gak pakai <i>sayyidina</i> bebas terserah. Tergantung apa yang diajarkan oleh guru kalian. Dua-duanya ada dalilnya. Seakan-akan <i>shalawat</i> itu adalah <i>penghantar</i> doa kita karena Nabi Muhammad adalah, SAW adalah kekasihnya Allah. Yang kedua maknanya dari <i>shalawat</i> in aja dulu, kalian harus menanamkan dalam hati ketika melihat sesuatu kalian <i>shalawat</i> in dan kalian

			<p>mengatakan bahwa yang aku inginkan ini hal duniawi ini, tidak lebih mahal dibandingkan <i>shalawat</i> yang aku punya. Karena sekali aku <i>bershalawat</i> maka Allah akan <i>shalawat</i> untukku 10 kali. Jadi, <i>shalawatin</i> aja dulu.</p>
18	17 2021	Januari	<p>Dengan ucapan <i>bismillahirrahmanirrahim</i>, maka saya resmi membuka <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> dan ini salah satu pembinanya (Ria Ricis: Ajarin <i>woah</i> dulu dong) Eh gak boleh gitu <i>ngewoah</i> syari gak ada (Ria Ricis: Oh ya maaf ustazah, maaf) (Oki Setiana Dewi: Oh ini <i>tiktok</i>, bagaimana cara mengoperasikan <i>tiktok</i>?) gampang banget. <i>Bismillahirrahmanirrahim</i>, materi pertama dalam <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> adalah niat karena segalanya dimulai dengan niat. Betapa banyak amalan duniawi yang bernilai ukhrawi karena bagusny niat dan berapa banyak amalan ukhrawi hanya bernilai duniawi karena salah niat. Jadi perbaiki niat kita, <i>bismillahirrahmanirrahim</i>, saya bermain <i>tiktok</i> karena mencari ilmu jangan mencari <i>woah</i>.</p>
19	19 2021	Januari	<p>[Memberi/Menjawab Salam Non-Mahram] <i>Assalamu'alaikum, anyeong haseo jamaah Al-Tiqtoqiah.</i> Banyak sekali yang <i>mention</i> tentang memberi salam dan menjawab salam dari <i>ajnabi</i>. Yang pertama, apa itu <i>ajnabi</i>? <i>Ajnabi</i> adalah orang asing atau orang yang tidak mahram dengan kita. Siapa saja mereka? Termasuk yang paling dekat</p>

		<p>yang tidak mahram dengan kita adalah sepupu kita atau dalam bahasa kita sehari-hari “saudara”. Anaknya tante, anaknya om, itu tidak mahram. Jadi boleh dinikahi. Nah, sekarang menjawab dan memberi salamnya. Hukum asal memberi salam adalah sunah dan hukum asal menjawab salam adalah wajib, itu tetap. Kalau orang asing gimana? Nah, ada yang makruh. Siapa itu yang makruh? Yang makruh adalah sekedar salam untuk menggoda, <i>assalamu’alaikum</i>. Tapi kalau dia ada niat, saya mau bertanya atau apa, boleh memberi salam. Dan aku pun wajib misalnya ada teman-teman atau <i>Al-tiqtoqiah</i> yang DM ke aku. Aku wajib untuk menjawabnya. Cuma teman-teman harus ngerti kadang kala menjawabnya gak pakai teks tapi aku menjawabnya pakai suara atau dalam hati.</p>
20	20 Januari 2021	<p>[Caption: CEO React – Nikah Halu Dengan Jin] <i>Assalamu’alaikum jaamah Al-tiqtoqiah</i>. Lagi ramai banget yang <i>mention-mention</i> CEO untuk <i>reaction</i> satu video tentang orang yang nikah dengan jin. Ya Allah padahal manusia jomblo masih banyak sekali <i>ngapain</i> nikah sama jin. Karena Allah katakan “<i>Wa min aayatihi an khalaqa lakum min anfusikum azwajaan</i>” dari jenismu sendiri, pasanganmu , sesama jenis, jenis manusia gitu. Memang dalam Alquran dikisahkan Nabi Sulaiman termasuk yang</p>

			<p>berinteraksi dengan jin tapi gak sampai nikah. Kalau kalian pernah bertanya “Ustaz hukumnya halu itu gimana? CEO hukumnya halu itu gimana?” Itu dia halu yang diharamkan halunya nikahnya sama genderuwo. Jadi halu itu gak apa-apa tapi jangan sampai segitunya, gitu. Sampai mengaku punya anaklah, karena ada bahayanya teman-teman, jin itu umurnya panjang mungkin untuk sekarang dia ngasih manfaat untuk kita tapi untuk anak-anak kita mencelakakan.</p>
21	22 2021	Januari	<p>[<i>Stitch with @Budhy Terapi Alternatif</i>] <i>Anyeong haseyo jamaah Al-tiqtoqiah</i>. Yang pertama Syam mau mengucapkan semoga Allah luaskan rezekinya bapak supir karena kita tau sekarang transportasi angkot jarang digunakan tapi bapak ini masih semangat untuk mencari rezeki lewat jalur menjadi supir angkot, mudah-mudahan Allah luaskan rezekinya. Buat teman-teman yang masih rebahan ayolah semangat masa kalah sama bapak tadi. Yang kedua yang kalah penting kita harus mengedepankan husnuzan, kita juga gak boleh berburuk sangka terhadap si penumpang. Siapa tau lima ribu rupiah itu adalah satu-satunya harta yang dia punya dan dia harus menghidupi anak istrinya atau dia mungkin punya ibu yang sedang sakit dengan lima ribu rupiahnya yaitu dia akan membeli obat untuk ibunya. Jadi Syam pengen teman-teman <i>jamaah Al-</i></p>

		<p><i>tiqtoqiah</i> untuk selalu mengedepankan husnuzan. Atau mungkin siapa tau itu hanya <i>prank</i>, tapi kelewatan sih. Tapi tetaplah masya Allah si bapak sangat bersabar. Buat teman-teman yang mau bersabar ada doa dalam Alquran, surah Al-Baqarah:205</p>
22	29 Januari 2021	<p>[Caption: <i>Insyallah jamaah Al-tiqtoqiah pinter semua</i>] [Sticth with @Uni Wahyuni: <i>Astagfirullah</i> lambangnya kepala, punya tanduk dua dan mata dua] Hai <i>assalamu'alaikum, anyeong haseyo</i>, selamat pagi, <i>shobahul khoir, jamaah Al-tiqtoqiah yang terlope-lope. You only see what wanna you see</i>, kamu hanya melihat apa yang ingin kau lihat. Dari kalimat ini kita bisa mengambil kesimpulan bahwa sebenarnya mata hanyalah lensa namun yang menentukan gambar itu adalah gambar A, gambar B, gambar C, gambar D adalah otak kita yang menjadikan persepsi. Makannya dalam ilmu psikologi ada orang yang tes gambar. Tes gambarnya itu, ini gambar pohon. Ada yang melihat dengan gambar wajah manusia. Ada yang melihat ini gambar mata. Namanya selektif <i>perception</i> sama dengan mbak-nya yang memperlihatkan <i>sejadah</i>. Aku melihatnya hanya <i>sejadah</i>, gambar bunga-bunga, motif bunga-bunga kok bisa jadi ada tanduk, ada matanya gitu. Namanya <i>cocokologi</i>. Bolehkah dalam Islam menggunakannya? Boleh</p>

		<p>saja karena kita membelinya bukan niat untuk itu. Kecuali ada orang yang membeli, saya pengen beli <i>sejadah</i> ini soalnya ada gambar tanduknya. Nah itu yang baru salah. Seperti yang kemarin viral, ada masjid <i>illuminati</i>, kan itu <i>cocokologi ga nyambung</i>.</p>
--	--	--

Pada blangko di atas terlihat jelas penggunaan teknik asosiasi yang mana

Ustaz Syamsuddin Nur dalam tiap dakwahnya berusaha menumpahkan pada suatu objek yang menjadi perhatian khalayak seperti pada tanggal **9 Januari** membahas tentang kapten Sriwijaya Air, **14 Januari** yang membahas Syaikh Ali Jaber yang merupakan ulama besar di Indonesia. Beliau juga menumpahkan pada peristiwa/kejadian yang sedang ramai diperbincangkan oleh khalayak dalam dakwahnya seperti pada **22 Januari** terkait supir angkot yang dibayar oleh penumpangnya dengan harga yang tidak sesuai dengan tarif dan hal ini sempat ramai bahkan diberitakan di pertelevisian, **29 Januari** sebuah konten yang ramai diperbincangkan oleh warganet *tiktok* tentang desain sajadah yang menyerupai kepala banteng. Beliau menggunakan teknik asosiasi dalam dakwahnya untuk menyerukan dan mempersuasi audiens agar mampu memahami apa yang ia sampaikan dan dapat memberikan efek yang diharapkan kepada audiens.

- Teknik Integrasi

Merupakan kemampuan komunikator untuk menyatu dengan komunikan. Contohnya penggunaan kata kita atau kami yang menggambarkan bahwa komunikator dapat menjadi bagian/ sama dengan komunikan. Dalam teknik ini,

yang diperjuangkan komunikator bukan hanya dirinya saja melainkan pula sasaran komunikasinya yakni komunikan.

Dalam konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur terdapat 5 konten yang menggunakan teknik integrasi yakni dakwah yang mempersuaf penonton/*mad'u* dengan menggunakan kata “kita”, “aku”, “teman-teman” yang mana beliau dan penonton sama, tidak ada perbedaan dalam apa yang disampaikan (dakwah yang diserukannya layak diterapkan oleh penonton pula beliau). 5 konten yang menggunakan teknik integrasi adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2. Teknik Integrasi Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok* @syam_elmarusy

No.	Jadwal Tayang	Isi Konten
1	01 Januari 2021	Tuhan, maafkan kami jika ada nikmat yang luput untuk kami <i>syukuri</i> di tahun 2020. Dan maafkan kami jika terlalu banyak mengeluh di tahun 2020. (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut).
2	14 Januari 2021	[<i>Caption</i> : Harus lebih peka lagi sama <i>nasehat</i> Alquran] sebuah riwayat: “Kutinggalkan 2 <i>nasehat</i> , yang berbicara dan diam, yang berbicara adalah Alquran dan yang diam adalah kematian.” Sepertinya kita kurang <i>deket</i> dengan <i>nasehat</i> yang berbicara ini, sehingga Tuhan memberi kita lebih banyak <i>nasehat</i> diam. (Disampaikan secara tertulis

		dalam konten tersebut)
3	14 Januari 2021	<p>[<i>Caption: Nasehat kematian</i>] <i>Well, Bismillahirrahmanirrahim.</i> Terkait postingan aku sebelumnya, aku <i>post</i> satu tulisan di <i>twitter</i> kemudian aku <i>post</i> lagi di <i>tiktok</i> dan di <i>instagram</i> tentang dua <i>nasehat</i>. Di antara teman-teman mungkin masih ada yang kurang paham dengan tulisannya, jadi ada satu riwayat mengatakan bahwa Rasulullah SAW bersabda “kutinggalkan dua <i>nasehat</i> kepada kalian. Satu <i>nasehat</i> yang berbicara, satu <i>nasehat</i> yang diam.” <i>Nasehat</i> yang berbicara yang dimaksud adalah Alquran. Karena Alquran sejatinya adalah sesuatu yang berbicara kepada kita jikalau kita mampu memahaminya yaitu Allah SWT, <i>kalamullah</i>. Sedangkan <i>nasehat</i> yang diam adalah kematian itu sendiri. <i>Kafaa bil mauti wa idzo</i>, cukuplah kematian itu sebagai pelajaran atau <i>nasehat</i>. Dan kesimpulan yang bisa Syam ambil mungkin kita kurang peka dengan <i>nasehat</i> yang ada di dalam Alquran, kita jarang membacanya, kita terlalu jauh sehingga Allah berikan <i>nasehat</i> kita berupa banyak sekali kematian.</p>
4	19 Januari 2021	<p>Hai, <i>Assalamu'alaikum, Anyeong haseyo</i>. Aku ambil waktu kalian sebentar boleh gak? <i>Wa bil</i> khusus untuk <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> aku yang tercinta. Aku mau kalian membaca doa ini dan mengamalkan doa ini setiap pagi dan sore hari.</p>

		<p>Namanya <i>sayyidul istighfar</i>. Siapa yang membacanya di pagi hari, kalau dia meninggal siangya maka dia masuk surga. Siapa yang bacanya sore hari, kalau dia meninggal malamnya maka dia pun masuk surga. <i>“Allahummaa anta rabbi laa ilaaha illaa anta khalaqtanii wa anna ‘abduka wa anaa ‘alaa ‘ahdika wa wa’dika. Mastatha’tu a’uudzu bika min syarri maa shana’tu abuu u laka bini’ matika ‘alayya wa abuu-u bidzanbii faghfir lii fa innahu la yagfirudz dzunuuba illa anta</i></p>
5	23 Januari 2021	<p>[<i>Comment section: Ustad gmn caranya biar cepat meninggal?</i>] Gimana caranya supaya cepat meninggal? Ini pertanyaan teraneh yang pernah aku dapat selama aku main <i>tiktok</i>. Jadi gini gak boleh kita bercita-cita cepat meninggal , gak boleh, dilarang. Bahkan ada doa yang diajarkan seperti ini <i>“Allahumma ja’alil hayata ziyadatana li fi kulli khoririn waj’alil mautah rahatan li min kulli syarrin”</i> Ya Allah jadikan hidupku ini penambah kebaikanmu dan jadikan matiku pemutus keburukanku. Jadi kalau misal aku harus hidup lebih lama jadikan itu untuk menambah kebaikanku tapi kalau kau harus meninggal dunia jadikan itu untuk memutus segala keburukanmu. Nah bacain aja doa itu gitu, dan baca juga <i>“Allahummaktim lanaa bihusnil khotimah”</i> Ya Allah jadikan aku husnul khatimah. So, semangatlah</p>

		hidupnya, setiap manusia itu punya ujian hidup tapi kita gak boleh bercita-cita untuk meninggal dunia karena bisa jadi Allah memberikan kebaikan kita kalau kita masih hidup.
--	--	---

Dalam blangko koding di atas terlihat jelas penggunaan teknik komunikasi pada 5 konten tersebut yakni isi dakwah tersebut menggunakan istilah kata “kita”, “kami”, “aku” yang mana tampak Ustaz Syamsuddin Nur dekat dan merasakan hal yang sama dengan apa yang dirasakan oleh audiens/khalayak. Seperti pada konten **01 Januari** yang menggambarkan permohonan maaf kepada Tuhan atas kelalaian yang mungkin dilakukan selama tahun 2020 oleh Ustaz Syamsuddin Nur dan juga audiens(khalayak). Pada konten **14 Januari** menggambarkan bahwa sepertinya beliau dan pula audiens (khalayak) kurang dekat dengan Alquran sehingga Allah memberikan peringatan-peringatan tentang kematian. Pada konten **19 Januari** bahwa Ustaz Syamsuddin mempersuasif khalayak agar senantiasa sama-sama membaca *sayyidul istighfar* agar senantiasa kita mendapatkan fadilahnya salah satunya ketika membaca di waktu pagi/sore dan meninggal maka surga tempat si pembaca amalan doa tersebut. Pula pada konten **23 Januari** pada kalimat “Jadi gini gak boleh kita bercita-cita cepat meninggal” menyatakan bahwa Ustaz Syamsuddin dan audiens (khalayak) tidak boleh bercita-cita untuk meninggal pula pada kalimat “Setiap manusia itu punya ujian hidup tapi kita gak boleh bercita-cita meninggal dunia karena bisa jadi Allah memberikan kebaikan kita kalau kita masih hidup” yang menyatakan bahwa Ustaz Syamsuddin Nur dan audiens bisa jadi diberikan kebaikan oleh Allah atas kesempatan hidupnya.

- Teknik Ganjaran

Merupakan kemampuan komunikator dalam mempengaruhi komunikan dengan metode berikan hal-hal yang menguntungkan (menjanjikan harapan). Cara ini banyak pula diaplikasikan dalam proses belajar-mengajar untuk memberikan edukasi dari apa yang disampaikan.

Dalam konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur terdapat 6 konten yang menggunakan teknik ganjaran. Dalam konten dakwahnya beliau berupaya untuk mempersuasif penonton dengan memberikan gambaran terhadap apa yang dilakukan akan menuai hasil yang serupa (seperti melakukan kebaikan maka akan menuai kebaikan pula). 6 konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur yang menggunakan teknik ganjaran adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3. Teknik Ganjaran Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok* @syam_elmarusy

No.	Jadwal Tayang	Isi Konten
1	04 Januari 2021	Ngapain sih pesantren, belajar agama, gak bisa jadi orang kaya. Heh, anda salah! Meski pun tidak kaya materi, tapi kami diajarkan untuk kaya hati. Karena di luar sana, banyak berlimpah materi tapi tetap merasa kurang alias miskin hati. (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)
2	06 Januari 2021	Ketika Allah mengambil sesuatu darimu tanpa kau sangka. Yakinlah Dia akan menggantikanmu sesuatu yang tidak kau

			sangka pula.
3	07 2021	Januari	<p>Menggunjing orang itu sarang dosa, mengganggu orang itu sarang dosa, mencaci orang itu sarang dosa, mencintaimu itu <i>sarangheo</i>. Jerawat gue mak. janganlah berteman dengan orang-orang yang suka menggunjing orang lain. <i>Why?</i> Kenapa? <i>Limadza?</i> Karena kalau kau lagi gak bareng dia, dia akan menggunjingkanmu kepada orang lain lagi, jadi hindari ajalah berteman dengan orang-orang yang suka menceritakan keburukan orang lain dan <i>stop</i> untuk kita menceritakan keburukan orang lain karena kita semua punya keburukan yang masih ditutupi sama Allah. Kalian tau gak sih? Seandainya kekurangan itu, keburukan itu, dosa itu ada aromanya maka gak ada yang mau dekat-dekat sama kita. Karena kita ini didekati orang bukan karena kita baik, tapi karena Allah masih tutupi aib kita. Ayo saling menjaga aib.</p>
4	24 2021	Januari	<p>[<i>Comment section: tad ane mao nanya, ape bener ni kalo kita nahan napas 30 menit nanti rumah kita bakalan rame?]</i></p> <p>Ada pertanyaan nih pak, kalau kita nahan nafas 30 menit nanti bakal ramai di rumah kita? (Bapak supir menjawab: Oh ya pasti. Saya setuju taz. Bahkan orang kampung, kalau saya di kampung taz bakalan orang kampung itu gotong royong untuk bantuin keluarga saya) Haha, tapi gak selamanya kalau anda jahat sama tetangga anda meninggal pun siapa</p>

		<p>yang mau ngurusi anda. Makannya kita harus perbaiki <i>hablum minanas</i>, memperbaiki hubungan kita sesama manusia. Apalagi memperbaiki hubungan kita kepada tetangga, <i>bal yukrim jarrah</i> “memuliakan tetangga” kenapa? Karena yang bantuin kita saat susah, saat kita meninggal dunia kita tahan napas 30 menit tadi itu adalah tetangga kita bukan orang jauh. Mungkin kita harus baik sama saudara kita tapi saudara kita jauh, kita harus memuliakan tetangga</p>
5	24 Januari 2021	<p>[<i>Comment section: Ustad kalo orang arab bicara di kamar mandi dosa nggak?</i>] Pertanyaan lagi pak, boleh <i>ga</i> orang ngaji dalam WC? Baca quran dalam WC? (Bapak supir menjawab: orang ngaji dalam WC, kalau saya <i>ndak</i> boleh) <i>Ndak</i> boleh, terus bagaimana boleh gak orang Arab ngomong dalam WC? (Bapak supir menjawab: Ya boleh. Karena dia kan <i>ndak</i> ngaji) Mantap. Jadi gak semua bahasa Arab itu adalah Alquran. Misal nih ada orang Arab masuk ke WC terus ada orang di luar dalam keadaan darurat dia nyari <i>fi alka anta</i> tulisan bahasa Arab “Dimana lo?” dan dia harus jawab <i>ana fi alhamam</i>, saya lagi di WC. Bukan dia bicara <i>ana fi alhama</i>, saya di WC (“disampaikan dengan nada mengaji”) itu berarti ngaji. Itu enggak. Jadi gak semua bahasa Arab itu Alquran, gitu. Jadi, orang Arab kalau lagi darurat boleh ngomong dalam WC. Kita pun sebenarnya</p>

		ngobrol bahasa Indonesia pun itu sebenarnya makruh kalau kita ngobrol dalam WC. Jadi nyanyi pun jangan dalam WC.
6	30 Januari 2021	[Caption: Tips ikhlas] <i>Jamaah Al-tiqtoqiah</i> ku yang <i>terlope-lope</i> . Ada satu pelajaran penting ketika kita ingin ikhlas untuk memberi. Ketika kalian mengeluarkan uang dan berbuat baik kepada orang lain atau mengeluarkan sesuatu untuk orang lain yakin-lah kalian tidak sedang berbuat baik kepada orang lain tapi kalian berbuat baik untuk diri kalian sendiri. Allah katakan “ <i>hal jaza ul-ihsani illal-ihsan</i> ” bukanlah kebaikan itu pasti akan terbalas dengan kebaikan. Kita berbuat baik kepada orang lain dan Allah yang akan berbuat baik kepada kita. Maka itu salah satu kunci ikhlas. (“Ketika kita memberi kepada orang lain, sungguh kita sedang berbuat baik kepada diri kita sendiri” (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)).

Dari blangko koding tersebut terlihat jelas bahwa 6 konten di atas menggunakan teknik ganjaran yakni pada konten **4 Januari** menjelaskan secara tidak langsung bahwa walau seseorang tidak kaya akan materi namun sejatinya seseorang yang menuntut ilmu di jalan Allah diberikan kekayaan hati. Pada konten **6 Januari** menjelaskan bahwa jika Allah mengambil sesuatu darimu maka sejatinya Allah akan memberikan gantinya sesuatu yang tidak akan mungkin kita sangka-sangka (sesuatu yang lebih). Pada konten **7 Januari** menjelaskan bahwa bila seseorang berteman dengan seseorang yang senang menceritakan keburukan

orang lain maka sejatinya kita pun akan senantiasa diceritakan olehnya terkait keburukan yang kita miliki. Untuk itu, senantiasa untuk tidak mendekati seseorang seperti itu pula tidak melakukan hal sedemikian rupa karena sejatinya bila keburukan itu berwujud maka sungguh tak akan ada satu pun yang senantiasa ingin mendekati kita. Hal ini merupakan perumpamaan dan ganjaran bilamana kita melakukan hal tersebut. Pada konten **24 Januari** pula tampak jelas teknik ganjaran yang digunakan bahwa pentingnya berbuat baik antar sesama manusia seperti memuliakan tetangga karena bila kita berbuat baik semasa hidup kepada tetangga, niscaya semisal kita meninggal dunia kelak maka kebaikan tersebut akan menghampiri kita yakni tetangga-tetangga yang semasa hidup kita muliakan akan turut membantu kita baik di kala meninggal/ di kala susah. Kemudian pada konten **30 Januari** yakni berbicara tentang “Ikhlas” bahwa ketika kita ikhlas dalam melakukan sesuatu niscaya ganjaran akan keikhlasan tersebut adalah kebaikan itu kembali kepada kita sendiri. Isi konten tersebut berisikan bilamana kalian melakukan sesuatu hal maka kalian akan mendapatkan hasil yang sedemikian rupa yang dijelaskan pada blangko koding di atas.

- **Teknik Tataan**

Merupakan upaya mengemas pesan semenarik mungkin, sehingga pesan yang diberikan/dikemukakan tertarik untuk didengar serta termotivasikan untuk melaksanakan sebagaimana dianjurkan oleh pesan tersebut. Dalam konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur terdapat 25 konten yang menggunakan teknik tatanan yakni sebagai berikut.

Tabel 4.4. Teknik Tataan Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok*
@syam_elmarusy

No	Jadwal Tayang	Isi Konten
1	13 Januari 2021	[<i>Caption: Lapor lapor</i>] lapor Komandan. Saya dari <i>Battalion</i> Kentang menyatakan menang melawan <i>gudlukung</i> dan berseragam dengan <i>gud attitude</i> dan <i>gud akhlaq</i> . Laporan selesai, terima kasih.
2	14 Januari 2021	Kini, teman setia hanyalah Alquran. “Bacalah Alquran, sesungguhnya ia akan datang pada hari kiamat menjadi syafaat bagi orang-orang yang bersahabat dengannya.” (HR. Muslim, No. 1337) (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)
3	17 Januari 2021	Untuk <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> ku cabang mana pun. Saat ada masalah, dan kalian meminta tolong kepada Tuhan, mungkin Tuhan tidak menghilangkan masalah kalian, tapi Tuhan menguatkan kalian untuk mengatasinya.
4	17 Januari 2021	Jadi begini <i>jamaah Al-tiqtotiah</i> . Apapun pekerjaan kalian, jadikan itu jalan menuju surga. Alias jalan menuju ridhanya Allah SWT. Karena Allah berfirman “ <i>Ya ayyuhallazina amanuttaqullaha wabtagu ilaihil-wasila</i> ”, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan menuju yang namanya ketakwaan kepada Allah. Nah salah satunya adalah dengan

			jalan pekerjaan. Jadi apapun pekerjaan kalian, jadikan jalan menuju lebih dekat lagi dengan ridhanya Allah. Oke, sukses.
5	19 2021	Januari	[<i>Caption: Semangat Jamaah</i>] <i>Jamaah Al-tiqtoqiah</i> bertanya: bagaimana caranya biar bisa cepat hafal Alquran? CEO menjawab: jangan mencari cepatnya hanya untuk mendapat gelar hafiz. Sahabat Nabi saja, mereka tidak menghafalkan banyak ayat Alquran, karena mereka tidak akan pindah ke ayat selanjutnya, sebelum mengamalkan ayat sebelumnya.
6	20 2021	Januari	[<i>Caption: penilaian</i>] Untuk <i>jamaah Al-tiqtoqiahku</i> . Seluruh manusia ingin menjatuhkanmu, tak kan terjadi jika Allah mengangkatmu. Jangan terpengaruh dengan penilaian manusia. Fokuslah pada penilaian Allah.
7	22 2021	Januari	[<i>Jumat Mubarak</i>] Salat jumat bikin ganteng? <i>No</i> , jumatan adalah bukti ketaatan, <i>kalo</i> cuma cari ganteng, <i>filter tiktok</i> juga bisa.
8	24 2021	Januari	Kenapa Allah mengajarkan kita mengucapkan “ <i>Innalillahi wa inna ilaihi rojiun</i> ” setiap tertimpa musibah? “Semua dari Allah, akan kembali kepada-Nya. Agar kita tidak terlalu sakit, karena semua memang bukan milik kita. Jika nyawa ini pun akan sirna, apalagi ujian hidup kita. Takkan abadi, pasti berlalu.” <i>Jazakumullah khair my 2M jamaah.</i>
9	25 2021	Januari	[<i>Caption: sabar terbatas?</i>] Ada yang berkata: “sabar itu ada

	2021		batasnya.” Padahal sesungguhnya sabar itu tidak terbatas, yang terbatas itu keimanan kita Allah atas pahala kesabaran. Semakin tinggi keimanan, semakin besar kesabaran.” (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)
10	26	Januari	Habib Abdullah Al-Asby pernah berkata: <i>الحا سد لا يحصد</i> , orang yang dengki, tidak akan menuai apapun.
11	26	Januari	[<i>Caption:</i> Halu zina] Ini yang banyak ditanyakan oleh teman-teman. Apakah halu itu adalah termasuk zina? (Ali menjawab: kalau menurut saya, halusinasi itu sebenarnya apa ya, masih meragukan, abu-abu. Karena dia gak melakukan ya kan, cuma memikirkan kalau saya) (Ustaz maulana menjawab: tapi lihat akibat setelah halusinasi itu, apa akibatnya halusinasinya langsung membuat mengarahkan kepada keburukan maka hasilnya akan sama. Jadi, lihat hasilnya dari halusinasi). Habib, halu itu adalah memikirkan sesuatu karena ada yang dikatakan bahwa mata itu berzina, pikiran juga berzina, hati juga berzina. (Habib menjawab: Nah kalau memikirkan sesuatu yang haram itu bisa mematikan hati, menggelapkan hati karena memikirkan sesuatu yang sudah tidak baik dan dilarang oleh Allah SWT, masya Allah) Tapi belum termasuk zina? (Habib menjawab: tidak termasuk zina tapi bisa mematikan hati dan bisa melakukan perzinaan. Dia pengen melakukan).

12	27 Januari 2021	<p>Ada pertanyaan bagus banget kemarin Abi tapi hilang pertanyaannya. Tentang jihad Abi. (Abi menjawab: masya Allah) Apakah orang yang menahan buang angin ketika salat termasuk jihad? (Abi menjawab: Ha kalau itu tidak termasuk karena di sunahkan untuk dikeluarkan daripada salatnya mikiri angin terus. Gimana?gimana? lepaskan, karena harus menjaga kesehatan itu lebih utama dan setelah itu keluarkan dan wudhu lagi. Selesai. Itu lebih baiknya.)</p> <p>oke, kalau ada perasaan-perasaan pengen buang angin, buang gas pas saat lagi salat kita nyerah aja gitu ya (Abi menjawab: nyerah aja. Daripada nanti mikirin batal gak, batal gak ya. Makannya Rasul bilang kalau tidak terdengar suaranya, tidak tercium baunya, yakinkan anda tidak batal, gitu jelas kan, begitu). Oh <i>subhanallah</i> , berarti gugur di medan jihad. Itu bukan jihad Bi. Ini <i>jama'ah Al-tiqtoqiah</i>. (Abi berkata: yang jihad itu tidur atau tahajud ya? Itu baru masuk jalan jihad. Salat atau tidak ya? Itu masuk dari jihad).</p>
13	27 Januari 2021	<p>[Caption: Air wudhu?] <i>Assalamu'alaikum, anyeong haseyo,</i> selamat pagi <i>jamaah Al-tiqtoqiah</i> yang tercinta <i>terlope-lope</i>. Masih banyak yang bertanya. CEO <i>skincare</i>-nya apa? Air wudhu ya? Masya Allah. Kalau air wudhu mah udah menjadi senjata. <i>Skincare</i> luar dalam ya kan. Hati, wajah</p>

			diperbaiki dengan air wudhu. Tapi tentunya kita juga perawatan untuk kebersihan apalagi untuk berdakwah nih. Jangan memperkenalkan Islam yang lusuh, yang kucel, yang kumuh, enggak. Tapi Islam itu bersih, indah. Islam itu menarik ya kan. Jadi merawat boleh yang dilarang adalah merubah ciptaan Allah. Nih lagi dih Skin3clinic <i>subhanallah</i> perawatan, oke. Eh <i>endorse</i> banget. Selamat pagi.
14	27 2021	Januari	[<i>Caption: Segala bentuk kebaikan adalah sedekah</i>] Hati terletak pada hati yang lain, Allah menggenggam semua hati. Mata merawat mata yang lain, Allah-lah yang merawat segalanya. Perkataan yang baik adalah sedekah. Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah. Setiap kebaikan bernilai sedekah. Ya Allah Maha Menyembuhkan, sembuhkanlah tanpa ada sisa. Ya Allah Maha Menyembuhkan, sembuhkan kami tanpa ada sisa. Ya Allah Maha Menyembuhkan, sembuhkan kami tanpa ada sisa. Ya Allah Maha Menyembuhkan, sembuhkan kami tanpa ada sisa.
15	31 2021	Januari	Ganteng doang, cantik doang. Tapi... <i>Ga</i> ada “tapi” nya <i>syg</i> , karena <i>ga</i> ada yang Tuhan ciptakan sia-sia. Kecuali manusia sendiri yang menyia-nyiakannya. (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)

Pada blangko di atas terlihat jelas bahwa penggunaan dan penyusunan kata dan pesan tersebut tampak menarik sehingga enak didengar/dibaca oleh audiens.

Dengan mengutip pada hadits/ayat yang mampu mempersuasif audiens/khalayak secara tidak langsung. Seperti pada konten yang berbunyi “Kini, teman setia hanyalah Alquran. “Bacalah Alquran, sesungguhnya ia akan datang pada hari kiamat menjadi syafaat bagi orang-orang yang bersahabat dengannya.” (HR. Muslim, No. 1337) (Disampaikan secara tertulis dalam konten tersebut)” pengemasan pesan dengan menggunakan ayat dakwah yang mana mempersuasif khalayak agar senantiasa membaca Alquran karena kelak Alquran sendiri akan menjadi sahabat/memberi bantuan di hari akhir kelak.

- **Teknik *Red Herring***

Merupakan seni seseorang komunikator untuk mencapai kemenangan dalam diskusi dengan menghindari opini/pemahaman yang lemah, sehingga komunikator dapat mengelakkan ke aspek yang dikuasainya guna menjadikan bahan ampuh untuk meminimalisir pemahaman komunikan yang lemah. Dengan kata lain *persuader* menggunakan siasat logika untuk mengelakkan perbincangan dari permasalahan utama atau dengan tujuan untuk melemahkan argumentasi yang lemah.

Dalam konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur terdapat 4 konten yang menggunakan teknik *red herring*. Dalam konten tersebut tidak layaknya memperdebatkan sesuatu namun maksud debat dalam konten ini adalah bahwa Ustaz Syamsuddin Nur berupaya meminimalisir argumentasi yang lemah dengan menjelaskan kepada kebenaran sesuai syariat. Perihal ini bisa dilihat dari konten dakwahnya yang dibuat melalui *stitch* konten lain untuk menjawab kelemahan

argumentasi dalam konten tersebut. 4 Konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur yang menggunakan teknik *red herring* sebagai berikut.

Tabel 4.5. Teknik *Red Herring* Ustaz Syamsuddin dalam Konten Dakwah *Tiktok* @syam_elmarusy

No	Jadwal Tayang	Isi Konten
1	09 Januari 2021	<p>[<i>Comment section:</i> di fyp yang komen katanya ramalan Mbak You jadi kenyataan. berusaha gak percaya tapi kejadian.] Logikanya kalau ramalan itu selalu salah dan pasti salah, agama gak usah melarangnya karena secara akal sehat pun kita gak akan minta informasi dari sana karena udah pasti salah gitu. Tapi agama tahu bahwa ramalan itu akan ada kadang kala benar gitu, jadi makannya udah dilarang dari awal kan jangan mendekati/mendatangi karena bisa tertolak amalannya sampai 40 hari. Dan itu bisa jadi bagian daripada kesirikan. Nah sekarang pertanyaannya, sikap kita kalau memang ada kebenaran di antara ramalan tersebut, ya sikap kita kembalikan kepada Allah SWT bahwa Allah itu Maha Adil. Semua makhluk Allah yang ada di muka bumi ini, semua manusia yang bisa memberikan informasi kepada manusia lainnya itu kadang salah kadang benar. Kiai aja, ustaz aja kadang salah kadang benar. Jadi, dukun juga kadang salah kadang benar. Yaudah, itu udah <i>sunatullah</i>.</p>

		Namanya kebenaran ya kadang disampaikan benar dan kadang salah. Tapi tetap jangan percaya ramalan.
2	12 Januari 2021	<p>[Caption: Khusus Imam Syafi'i] Pertanyaan, lo kalau lagi salat <i>berjamaah</i> baca Al-fatihahnya setelah imam amin, setelah kita amin atau bersamaan dengan imam (Abang A menjawab: bersamaan pas imam ngomong, gue ikut dalam hati Al-fatihahnya), Setelah imam atau bersamaan? (Abang B menjawab: gue sih bersamaan ya walaupun memang ada yang ngomong setelah amin baru baca, cuma gue bersamaan). (Abang C menjawab: bersamaan) bersamaan imam? (Abang D menjawab: bersamaan) Kok bersamaan? Bersamaan? (Abang E menjawab: setelah imam) Setelah imam, oke. Nah karena kita di Indonesia pakai mazhab Syafii, mazhab Syafii itu diwajibkan bagi makmum untuk membaca surah Al-fatihah. Lalu kapan makmum membaca surah Al-fatihah? Menurut Imam As-Syirbini bahwasannya makmum membaca surah Al-fatihah yaitu setelah amin. Jadi setelah bacaan Al-fatihah imam barulah makmumnya membaca surah Al-fatihah. Makannya penting bagi imam mengetahui bahwa memberikan jeda. Jadi setelah amin jangan langsung baca surah yang lain. Tapi memberikan kesempatan makmum membaca surah Al-fatihah. Jadi imam itu harus pengertian sebenarnya, oke makmum.</p>

3	12 Januari 2021	<p>[<i>Comment section:</i> mungkin ini penyebab banyak yang jarang <i>shalat</i> atau gimana ya? Soalnya malah jadi bingung, saya yakin bukan cuma saya doang yang bingung] Salat itu hukumnya wajib, berarti belajar tentang salat juga menjadi wajib. Bukan menjadi alasan gak salat karena dia bingung hukum salat. Enggak, justru dia harus cari tau gitu ilmunya. Nah kembali lagi Imam As-syafii itu wajib membaca surah Al-fatihah di setiap rakaat baik salat sendiri ataupun salat <i>berjamaah</i>. Imam Abu Hanifah tidak wajib membaca surah Al-fatihah. Imam Ahmad dan Imam Malik itu membaca Al-fatihah hanya ketika imamnya siir seperti salat zuhur gak kedengaran Al-fatihahnya, <i>Ashar</i> gak kedengaran Al-fatihahnya berarti kita baca sendiri. Kemudian magrib rakaat ketiga, Isya rakaat ke tiga dan ke empat karena gak kedengaran Al-fatihah imam maka kita baca sendiri, Imam Ahmad dan Imam Malik. Tapi Imam Syafii tetap membaca surah Al-fatihah. Kapan? Setelah amin gitu. Lah kalau imamnya membaca surah lain, kita baca surah Al-fatihah juga? Iya karena kita punya kewajiban sendiri, imam juga punya kewajiban sendiri. Kok bisa beda-beda? Itulah khazanah Islam, luas untuk mempermudah bukan untuk membingungkan. Silahkan pilih.</p>
4	20 Januari	<p>[<i>Stitch with 2hana1adnan1994</i>] <i>Stop mention</i> aku di konten-</p>

	2021	<p>konten dia, males banget dan <i>stop</i> komenin konten dia, <i>ngapain</i> orang Indonesia pada ngumpul disana gitu. Karena itu gak ada apa-apanya cuma seorang wanita dengan pose yang sama di semua videonya dan juga <i>update</i> status “Gue lagi lihat pemandangan yang indah mataku terpukau” dengan bahasa puitisnya. Karena kalau <i>mention</i> CEO, CEO yang awalnya gak mau lihat akhirnya ternodai matanya CEO dengan yang <i>oversize</i> itu. Apalagi kalau kalian sampai <i>ngeshare</i> masuki ke grup emak-emak, emak-emak itu langsung bilang “hati-hati tanda akhir zaman” <i>what?</i> Udahlah kalau kalian memang <i>jamaah Al-tiqtoqiah stop mention-mention</i> yang <i>kek</i> gitu-gitu, gak ada gunanya. Nah itulah pentingnya belajar bahasa Arab supaya kita gak terprovokasi . jadi jangan karena matanya tajam terus kalian mikir ada apa-apa, segala macam, biasa aja itu biasa aja.</p>
--	------	--

Pada blangko koding di atas terlihat jelas bahwa konten tersebut menggunakan teknik *red herring* yakni mengelakkan argumentasi lemah dengan membuktikannya pada fakta/teori yang kuat yang mampu meminimalisir pendapat lemah tersebut. Fitur *stitch/ comment section* pada konten ini juga menjelaskan terjadinya interaksi secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan dimana komunikan menyampaikan pendapat yang lemah yang diluruskan secara langsung oleh Ustaz Syamsuddin Nur melalui akun *tiktoknya* untuk menjelaskan konten yang dimaksud dalam konten/pendapat komunikan (lawan bicara) seperti

pada konten **9 Januari** pada fitur *comment section* salah satu seorang pengguna *tiktok* mempertanyakan terkait ramalan Mbak You (seorang peramal terkenal) yang ramalannya terkadang benar, dan senantiasa dijelaskan oleh Ustaz Syamsuddin Nur bahwa sesuatu yang disampaikan oleh manusia kadang benar namun tidak menutup kemungkinan pula salah begitu pula dengan ramalan yang sejatinya tidak jelas yang meramalkan kebenaran tidak menutup kemungkinan terkadang benar namun senantiasa salah/tidak sesuai kebenaran. Walau tidak serta merta berdebat namun teknik *red herring* dalam konten-konten tersebut menjelaskan bahwa Ustaz Syamsuddin Nur menggunakan teknik ini untuk mengelakkan/meminimalisir pendapat/opini yang salah yang mampu mempersuasif audiens. Ustaz Syamsuddin Nur mempersuasif audiens/penonton *tiktok* dengan menjelaskannya pada kebenaran.

B. Teknik yang Dominan Digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di Media Sosial *Tiktok*

Dalam berdakwah di media sosial *tiktok*, Ustaz Syamsuddin Nur menggunakan 5 unit teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan dan *red herring*. Adapun frekuensi dari tiap-tiap unit teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok* yakni di akun *tiktok* @syam_elmarusy adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6. Tabel Frekuensi Teknik Komunikasi Persuasif

Frekuensi	Teknik Komunikasi Persuasif				
	Asosiasi	Integrasi	Ganjaran	Tataan	<i>Red Herring</i>
Jumlah	22	5	6	15	4
Konten					
%	42%	10%	12%	28%	8%

Berdasarkan tabel frekuensi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Ustaz Syamsuddin Nur dalam berdakwah di media sosial *tiktok* yakni pada bulan Januari 2021 dominan menggunakan teknik asosiasi. Teknik ini merupakan teknik penyajian pesan yang menumpahkan pada suatu objek/peristiwa yang sedang menarik perhatian masyarakat/audiens. Adapun dalam konten dakwah Ustaz Syamsuddin Nur di Januari 2021 beliau menumpahkan pada peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi/menjadi perbincangan khalayak seperti peristiwa Sriwijaya *Air*, kepulangan salah satu ulama kerahmatullah yakni Syaikh Ali Saleh Mohammad Ali Jaber dan beberapa peristiwa lainnya yang dominan dibahas oleh para penonton *tiktok* dan dipertanyakan di kolom komentar Ustaz Syamsuddin Nur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui hasil penelitian yang penulis analisis dari konten dakwah Ustaz Syamusddin Nur di akun *tiktok* @syam_elamursy ditemukan bahwa Ustaz syamsuddin Nur dalam dakwahnya menggunakan 5 teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi yang mana beliau menyajikan pesan dengan menumpahkannya pada peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat seperti peristiwa Sriwijaya *Air* yang terjadi pada Januari 2021, kisah seorang tukang supir angkutan umum yang sempat viral di jagat media sosial karena penumpangnya yang tidak membayar sesuai tarif serta beberapa konten yang ada di *tiktok* yang ramai diperbincangkan oleh warganet *tiktok* dan dibahas oleh Ustaz Syamsuddin Nur di akun *tiktok*-nya. Teknik integrasi dalam konten dakwahnya tampak pada penggunaan kata “kita”, “kami” dan “teman-teman” pada beberapa konten dakwah miliknya yang serta-merta menjelaskan bahwa yang dirasakan Ustaz Syamsuddin Nur dan audiens sama/tidak ada perbedaan. Teknik ganjaran pula beliau gunakan dalam dakwahnya dimana beliau berusaha memberikan iming-iming atau ganjaran dari apa yang kita lakukan seperti ketika kita melakukan sebuah kebaikan sejatinya kebaikan itu sendiri akan kembali kepada kita. Teknik tataan yang terdapat pada konten dakwahnya yang menumpahkannya pada ayat Alquran dan hadis yang dikemas dengan semenarik mungkin serta penggunaan teknik *red herring* yang digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam dakwahnya untuk meminimalisir pendapat yang simpang siur ditengah

audiens/khalayak agar audiens tidak serta merta melakukan/ber-prespektif seperti pendapat/argumentasi yang salah tersebut.

Adapun dalam sampel yang menjadi unit analisis penelitian ini ditemukan 22 konten dakwah dengan persentase 42% menggunakan teknik asosiasi, 5 konten dengan persentase 10% menggunakan teknik integrasi, 6 konten dengan persentase 12% menggunakan teknik ganjaran, 15 konten dengan persentase 15% menggunakan teknik tataan dan 4 konten dengan persentase 8% menggunakan teknik *red herring*. Dan teknik yang dominan digunakan Ustaz Syamsuddin Nur dalam Berdakwah di media sosial *tiktok* adalah teknik asosiasi.

B. Saran

Melalui hasil penelitian ini, penulis dapat membagikan anjuran-anjuran (saran) yang nantinya dapat berguna untuk seluruh pihak baik untuk penulis, pembaca, dan semua pihak yang berminat untuk mendalami teknik komunikasi persuasif. Saran-sarannya yaitu:

- Penelitian yang dilakukan berfokus pada teori yang ada. Untuk itu diharapkan bagi penulis untuk dapat mengembangkan lebih luas lagi agar dapat mendalami kajian terkait teknik komunikasi persuasif.
- Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam dan mampu mendeskripsikan dari berbagai teori lainnya dan mengkaitkan dengan teknik komunikasi serta lingkup ilmu komunikasi yang lain.
- Kepada Ustaz Syamsuddin selaku *content creator* dakwah agar terus melakukan inovasi-inovasi dalam berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*. Depok: Rajawali Pers.
- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Departemen Agama RI. 2009. *Alquran dan Terjemah (Special For Women)*. Bandung: Sygma Exagrafika.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eka, Meiva dan Diana, Lady. 2018. *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan promosi Pada MIN 18 Jakarta*, Jurnal Widya Cipta, Vol. II, No.1.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Mohammad. 2013. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Hermawan, Agus. 2019. *Pengantar Psikologis Dakwah*. Kudus: Sinar Jaya.
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nuh, Sayyid M. 2019. *Kegagalan Dalam Berdakwah (Kajian Teoritis Dalam Buku Penyebab Gagalnya Dakwah Karya Dr. Sayyid M.Nuh)*, *Jurnal An-Nicla*, Vol.11, No.1.
- Nasor, M. 2013. *Teknik Komunikasi dalam Perubahan Sosial*. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol.6, No.1.
- Prima, Tiga, dkk, 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.5, No.2.
- Putra, Rangga K, dkk.2018. *Studi Teknik Komunikasi Informatif dalam Kegiatan Orientasi Penyuluhan Agama Terhadap Calon Pengantin oleh Badan DKP3A Di Samarinda*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.6, No.3.
- Widiastuti, Rosarita Niken. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementrian Komunikasi dan Informatika.

WEBSITE:

Biografi Ustadz Syam: dari Karier hingga Perrnikahannya, diakses dari <http://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/entertainment2021/04/20/191026/biodata-ustadz-syam-dari-karier-hingga-pernikahannya>, pada Minggu, 22 Agustus 2021, pukul 08.08 WIB.

Fatimah, *Teknik Komunikasi Dalam Buku Speak To Change Karya Jamil Azzaini*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/5301/>, pada Rabu, 21 April 2021, Pukul 18.00 WIB

KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), “*Teknik*”, diakses dari <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/teknik.html> pada Minggu, 18 April 2021, pukul 15:33.

Lubis, Abdul Halim. *Analisis Isi Pesan Akidah Dalam Program Berita Islami Masa Kini di Trans TV Tahun 2016*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/3317/> , pada Sabtu, 27 Maret 2021, Pukul 12.17 WIB.

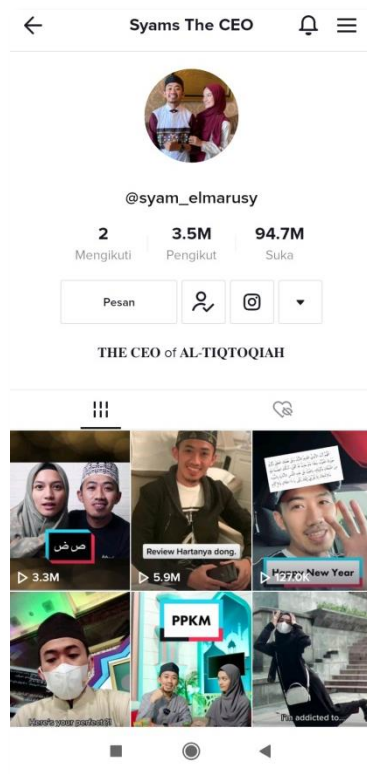
Qotriah, Lailatul. *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau*, diakses <http://eprints.walisongo.ac.id/eprint/10036/> , pada Rabu, 21 April 2021, Pukul 18.31 WIB.

Safitri, Ambar Ayu. *Teknik Komunikasi Dai PT. Sarana Bakar Dikdaya Wong Solo Dalam Meningkatkan Ibadah dan Etos Kerja Karyawan di Medan*, diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/3342/> , pada Sabtu, 27 Maret 2021, Pukul 21.37 WIB.

LAMPIRAN



Photo Ustaz Syamsuddin Nur



Profil Media Sosial *Tiktok* Ustaz Syamsuddin Nur (@syam_elmarusy)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Sally Rabsi
Tempat, Tanggal Lahir : Sengkang, 11 Agustus 1999
NIM : 010173161
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan
Penyiaran Islam

B. Data Orang Tua

Ayah : Alm. Saiful Akhyar Lubis, SH
Ibu : Wismalina
Pekerjaan Ayah : -
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Gg. Utama No. 9/16, Desa Mekar Sari,
Kec. Delitua, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara

C. Riwayat Pendidikan

- SD Swasta Singosari, Delitua 2005-2011
- SMP Swasta Eria, Medan 2011-2014
- SMA Swasta Global Prima, Medan 2014-2017
- Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2017-2021

D. Riwayat Organisasi Kampus

- Anggota Biasa – Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara (2017)