

ANALISIS KONTEN PADA AKUN TIKTOK @STORY'ISLAM PERSPEKTIF DAKWAH

Rozi, Refika Mastanora

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
rozhirozi13@gmail.com refikamastanora@uinmybatusangkar.ac.id

DOI: 10.31958/kinema.v4i2.16546

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10-10-2025
Revised: 15-10-2025
Accepted: 30-10-2025

Keywords:

Content Analysis,
Atsar,
Maddah,
Social Media

ABSTRACT

This research aims to analyze the da'wah content on the TikTok @story'Islam account and analyze the effect on the audience. Using the content analysis method, this research examines the da'wah material presented and the effects on the da'wah material during the last three months. The research results show that the TikTok account @story'Islam presents three main categories in its preaching material, namely aqidah, sharia, and morals. These materials are packaged in attractive short video formats, use language that is easy to understand, and utilize social media trends to attract users' attention. Apart from that, this research also found that the effects of the da'wah content presented can be categorized into three aspects, namely cognitive, affective and behavioral effects. From a cognitive perspective, the audience experiences an increase in Islamic insight; affectively, some content evokes religious emotions, such as encouragement to repent; and behaviorally, there are changes in daily Islamic practices, such as increasing worship. Thus, this research confirms that social media platforms such as TikTok can be an effective means of spreading Islamic values, as long as the content is designed strategically and in accordance with the principles of da'wah.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas penting dalam kehidupan seorang Muslim yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam, memberikan motivasi, serta membimbing individu agar memiliki pemahaman dan penghayatan yang lebih baik terhadap agama Islam. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah atau pidato secara langsung di hadapan khalayak ramai, tetapi juga berkembang mengikuti arus zaman. Dalam era kemajuan teknologi dan informasi, dakwah mengalami transformasi besar, di mana media sosial menjadi salah satu sarana efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam (Mokodompit, 2022).

Perkembangan teknologi informasi memaksa dakwah untuk beradaptasi agar tetap relevan dan mampu menjangkau berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Salah satu platform media sosial yang semakin populer di kalangan masyarakat adalah TikTok. TikTok memiliki karakteristik konten yang singkat, interaktif, dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Fitur-fitur seperti duet, live streaming, serta algoritma yang mendorong viralitas membuat TikTok menjadi pilihan strategis bagi para dai untuk berdakwah (Atnan, 2022).

Menurut laporan Statista pada Juli 2024, jumlah pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai 157,6 juta pengguna, menjadikannya negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, melampaui Amerika Serikat (Galuh Putra, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa potensi dakwah melalui TikTok sangat besar, mengingat mayoritas penggunanya adalah generasi muda yang aktif dan responsif terhadap konten digital. Dakwah yang disampaikan melalui TikTok memiliki keunggulan dalam hal jangkauan, fleksibilitas waktu, dan kemudahan interaksi dengan audiens.

Salah satu akun TikTok yang aktif berdakwah adalah akun *@story'Islam*, yang memiliki 325,7 ribu pengikut dan total 70,1 juta likes dengan 366 video selama tiga bulan terakhir, dari Oktober hingga Desember 2024. Konten dakwah yang disajikan oleh akun ini cenderung sederhana namun bermakna, mengangkat tema-tema akidah, syariah, dan akhlak yang dikemas secara menarik dan relevan dengan fenomena sosial yang sedang terjadi (Serli, 2021).

Salah satu contoh konten akun *@story'Islam* yang diunggah pada 20 Oktober 2024 mendapat respon positif dengan 1,2 juta views dan 196,5 ribu likes. Konten tersebut membahas keimanan kepada qadha dan qadar, memperlihatkan bagaimana konsep dakwah sederhana namun efektif mampu menyentuh hati para penontonnya. Dengan metode dakwah *bil-hikmah* (perkataan bijak), *bil mauizah hasanah* (nasihat baik), dan *bil-mujadalah* (berdebat dengan cara yang baik) sesuai Surah An-Nahl ayat 125, akun ini berhasil menarik perhatian generasi muda (Husna, 2021).

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis konten dakwah serta efek komunikasi massa yang ditimbulkan dari akun TikTok *@story'Islam*. Penelitian ini akan menggunakan kerangka teori Muhammad Munir terkait tiga pokok masalah dalam dakwah (akidah, syariah, dan akhlak) serta teori Nurudin mengenai tiga efek komunikasi massa (kognitif, afektif, dan behavioral) (Arifin, 2000; Nurudin, 2015).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana materi dakwah yang disampaikan akun *@story'Islam* dikemas dan bagaimana efek komunikasi massa yang muncul di kalangan audiens TikTok, khususnya generasi muda. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami strategi dakwah digital serta pengaruhnya terhadap perilaku dan pola pikir masyarakat modern.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis Konten (*Content Analysis*)

Pengertian Analisis Konten (*Content Analysis*) merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan, teks, atau konten media seperti tulisan, gambar, video, atau audio. Tujuannya adalah memahami makna, struktur, dan pesan yang terkandung dalam konten tersebut. Tujuan Analisis Konten (*Content Analysis*) menggambarkan karakteristik pesan (*describing the characteristic of message*), menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*inferences about the causes of communication*).

Ciri-ciri Analisis Konten (*Content Analysis*), naskah diolah dengan peraturan dan langkah-langkah yang sudah dirancang, naskah diolah secara sistematis, proses analisis pesan memberi kontribusi teoretis, dan proses pengkajian didasarkan pada deskripsi yang dimanifestasikan.

Penggunaan Analisis Konten (*Content Analysis*) menggambarkan Isi Komunikasi (*Describing Communication Content*), menguji Hipotesis tentang Karakteristik Pesan (*Testing Hypothesis of Messages Characteristics*), membandingkan Isi Media dengan Dunia Nyata (*Comparing Media Content to the "Real World"*), memperkirakan gambaran kelompok tertentu di masyarakat (*Assessing the Image of Particular Groups in Society*), dan mendukung Studi Efek Media Massa.

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media platform digital di era perkembangan jaman 4.0 dengan yang digangrungi masyarakat khususnya di Indonesia dan cakupan luas seluruh Negara. Media sosial saat ini digunakan oleh dari semua usia, gender dan lapisan masyarakat. Dengan media sosial memungkinkan seseorang untuk berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi atau konten. Berinteraksi/ berkomunikasi dan bersosialisasi melalui media sosial dilakukan secara online (*daring*) tanpa dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu. (Sofyan, 2023)

Fungsi Media Sosial, menurut Kietzman, dkk (2011) dalam (Subuh, 2019) menyatakan fungsi media sosial sebagai sebuah platform atau aplikasi yang bersifat sosial memiliki setidaknya tujuh fungsi yakni sebagai media identitas, media percakapan, media berbagi, media eksistensi, media hubungan sosial, media berkelompok, dan media reputasi. Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia.

Media sosial menjadi platform di mana setiap individu memiliki peluang berinteraksi dan bersosialisasi, berbagai informasi, dan menjalin kerja sama. Klasifikasi jenis media sosial ini bertujuan untuk memahami variasi platform media sosial, tidak hanya terbatas pada perkembangan platform di internet atau aplikasi pada perangkat telepon seluler. Sejumlah jenis dari media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok .

Tiktok adalah satu paltform video musik singkat yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada tahun 2016 dan dimiliki oleh perusahaan ByteDance. Platform tersebut adalah tempat untuk mengekspresikan kreativitas melalui video yang menciptakan pengalaman yang asli, menginspirasi, dan menyenangkan. Tiktok memungkinkan penggunaanya untuk membuat video pendek disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. (Azizah, 2021)

Sebuah pembahasan yang menarik yaitu menganalisis akun yang menjadi objek dalam kajian penelitian ini. Salah satu akun TikTok yang kontennya bernilaiakan dakwah Islam adalah Akun TikTok dengan *username @story'islam*. Akun tersebut memiliki 325,7 ribu pengikut, 70,1 juta jumlah suka atau like. Akun yang memiliki 325,7 ribu pengikut banyak diminati dan banyak ditonton masyarakat Indonesia, khususnya usia remaja yang bisa dilihat pada komentar-komentar di setiap postingan videonya, tentu hal ini disebabkan oleh konten video dakwahnya yang ia produksi dengan menggunakan bahasan yang populer dan mudah dipahami oleh para kaum muda, juga pembahasan yang ringan dengan tema yang religius dengan para anak muda.

Tak terkecuali pada akun TikTok *@story'islam*, pada akun ini dapat dilihat menggunakan konsep dakwah berupa kalimat sederhana dan diberi musik pendukung dalam konten videonya. Peneliti tertarik pada akun ini sebagai objek penelitian disebabkan oleh konten yang dibuatnya, dan tentu dapat mengajak kepada para penontonnya untuk berbuat kebaikan. Konsep dakwah yang dibalut dengan untaian kalimat sederhana dengan menerapkan tiga konsep masalah pokok dalam dakwah yaitu masalah akidah, masalah syariah, dan masalah akhlaq.

Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah). Di dalam penelitian ini peneliti membahas tentang *maddah* (materi dakwah), dan juga *atsar* (efek dakwah) yang terdapat di dalam akun TikTok *@story'islam* (Munir, 2015)

Maddah atau materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah yang menjadi isi dakwah seorang *da'i* yang disampaikan kepada *mad'u*. Pesan dakwah menjadi unsur penting dalam pelaksanaan dakwah dan sangat menentukan keberhasilan. Pesan dakwah dapat membawa *mad'u* kepada sasaran yang dituju apabila pesan-pesan yang disuguhkan telah dikelola dengan tepat. Oleh karena itu, persiapan seorang *da'i* harus mencakup manajemen pesan-

pesan yang akan disampaikan, apabila bidangnya sudah relevan serta tingkat kedalamannya sudah tepat dengan situasi mad'u (Kamaluddin, 2016)

Materi dakwah atau pesan dakwah mempunyai kriteria selain dari Al-Qur'an dan Hadit's, namun mengandung ajakan untuk kemaslahatan, keadilan dan kebaikan. Materi dakwah memiliki ciri-ciri berikut: (Basit, 2013)

- a. Membawa pesan perdamaian, penting untuk menyampaikan materi dakwah dengan cara yang damai dan bahkan materi dakwah tersebut menjadi unsur utamanya,
- b. Mengandung makna kebenaran, kebenaran yang dimaksud di sini ialah kebenaran yang ditemukan dalam Al-Qur'an dan Hadist dan berasal dari Allah SWT,
- c. Memberikan kemudahan, memberikan kemudahan kepada *mad'u* adalah tujuan syariat Islam, menyampaikan pesan dakwah harus bersifat mudah,
- d. Toleransi dan perbedaan, materi dakwah harus berfokus pada penghargaan mengenai perbedaan yang ada. Artinya, agama tidak boleh mengandung unsur pemaksaan yang nantinya akan menimbulkan konflik antar individu.

Struktur *Maddah* (Materi) Dakwah, Muhammad Munir, Dkk (2015) di dalam buku Manajemen Dakwah, bahwa pada hakikatnya setiap pesan dakwah atau materi dakwah tergantung pada niat yang akan dituju. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu, konsep akidah (keimanan), konsep syari'ah (hukum Islam), dan konsep akhlak (behavioral).

Atsar (Efek) Dakwah, setiap aktivitas komunikasi pasti akan menimbulkan efek terkait penyampaian pesan kepada penerima pesan (komunikan). Dengan artian, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i maka akan timbul efek (*atsar*) pada penerima dakwah. *Atsar* (efek) sering disebut dengan feed back (umpulan balik), dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Namun pada analisis efek terkait *maddah* (materi dakwah) pada akun @story'Islam, peneliti akan fokuskan atau yang mendominasi pada efek komunikasi massa terkait kategori permasalahan aqidah, syariah, dan akhlak.

Nurudin (2015), dalam buku Pengantar Komunikasi Massa, bahwa efek komunikasi massa merupakan hasil atau dampak yang timbul dari proses komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara komunikator dan komunikan. Efek ini dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku audiens. Terdapat tiga efek yang ditimbulkan pada proses komunikasi massa, yaitu pertama efek kognitif, munculnya akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Kedua, efek afektif yaitu efek yang sifatnya lebih tinggi dari pada kognitif, melibatkan perasaan komunikan terhadap sesuatu peristiwa yang disampaikan melalui media massa. Ketiga, efek behavioral/perilaku yang merupakan dampak yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, atau tindakan atau kegiatan. (Nurudin, 2015)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini didapatkan dari data yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan hasil yang akan diharapkan dalam sebuah penelitian. Berdasarkan metode penelitian yang digunakan, penelitian ini dimasukkan ke dalam kategori metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang memahami dan mendeskripsikan sebuah fenomena yang terjadi agar menjadi sebuah penelitian, seperti perilaku, motivasi, observasi yang dilakukan dalam bentuk bahasa dalam konteks alamiah dengan menggunakan berbagai metode ilmiah. (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan deskriptif karena penelitian ini tidak menghasilkan dan tidak mengadakan perhitungan angka-angka dalam proses penelitiannya. Metode penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang dialami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi (Moleong, 2010).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang fleksibel, desainnya disesuaikan dengan data, berkarakteristik tidak terstruktur/non-numerik, mengutamakan peran penting subyek, mengeksplorasi kasus-kasus dalam jumlah terbatas namun secara mendetil, dan menganalisisnya secara verbal, tidak secara statistik. Berdasarkan definisi tersebut, penelitian kualitatif merupakan sebuah bentuk penelitian sosial yang desain penelitiannya dipengaruhi oleh data yang didapat (Prihapsari, 2021).

Penelitian kualitatif pendekatan deskriptif memusatkan suatu kegiatan pada ontologis. Data yang dikumpulkan dalam pendekatan ini terutama adalah kata-kata, kalimat, atau gambar yang memiliki makna mampu mengacu untuk timbulnya pemahaman yang lebih nyata dari pada sekedar angka atau frekuensi. Dengan mengkaji secara lebih dalam mengenai pesan dakwah yang disampaikan dan diambil dari media serta menarik kesimpulan, mengenai isi, topik, dan sebagainya. Jadi dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis terkait materi dakwah pada akun TikTok @story'islam serta efek terkait materi dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok tersebut. Apa yang peneliti temukan selama penelitian terkait sub fokus penelitian, maka akan peneliti cantumkan secara jelas dan secara terperinci sesuai bahan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi Dakwah (*Maddah*)

Berdasarkan data temuan yang telah diperoleh, analisis terhadap materi dakwah (*maddah*) dalam konten akun TikTok @story'islam menunjukkan bahwa setiap pesan yang disampaikan memiliki fokus yang jelas dalam membangun pemahaman keislaman bagi audiensnya. Materi dakwah yang diangkat mencakup tiga aspek utama, yaitu aqidah, akhlak, dan syariah, yang masing-masing memiliki karakteristik dan pendekatan berbeda dalam penyampaiannya. Dengan jumlah konten yang bervariasi dalam setiap kategori, terlihat adanya pola penyajian yang berorientasi pada kebutuhan dakwah digital masa kini. Untuk memahami lebih lanjut bagaimana materi dakwah ini dikemas dan disampaikan, berikut adalah pembahasan berdasarkan temuan penelitian yang telah diperoleh.

a) Konsep Aqidah

Dakwah aqidah adalah upaya penyampaian pesan keagamaan yang bertujuan memperkuat keyakinan dan iman seseorang terhadap Allah SWT, Malaikat, Kitab suci, Nabi dan Rasul, Hari Akhir, dan Takdir. Dakwah ini berfokus pada penanaman nilai-nilai dasar Islam dan pengembangan kesadaran spiritual. Sebagaimana pada konten kategori aqidah pada akun TikTok @story'islam yaitu Postingan pada Tanggal 20/Okttober/2024 Postingan yang ditonton sebanyak 1,2 juta ini diunggah pada 20 Oktober 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang iman kepada Qodha dan Qodar.

Berdasarkan konsep permasalahan Aqidah, dalam video tersebut menjelaskan tentang iman kepada qodha dan qadar. Membahas terkait iman kepada qodho dan qodar. Iman kepada qadha dan qadar adalah rukun iman keenam dalam Islam. Secara sederhana, qadha bisa diartikan sebagai ketetapan atau keputusan Allah yang sudah ditentukan sejak zaman azali, sementara qadar adalah realisasi dari ketetapan tersebut dalam kehidupan kita sehari-hari. Dengan kata lain, qadha adalah "rencana" Allah, dan qadar adalah "pelaksanaannya" dalam realitas.

Meyakini qadha dan qadar berarti kita percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi di alam semesta ini sudah ditetapkan oleh Allah. Namun, ini bukan berarti kita pasrah tanpa usaha. Sebagai manusia, kita tetap diwajibkan untuk berikhtiar dan berusaha sebaik mungkin dalam menjalani hidup. Hasil akhirnya, apakah sesuai harapan atau tidak, kita serahkan sepenuhnya kepada Allah dengan sikap tawakal. Dalam Al-Qur'an, terdapat beberapa ayat yang menjelaskan tentang qadha dan qadar. Salah satunya adalah Surah Al-Qamar ayat 49: "Sesungguhnya Kami menciptakan segala sesuatu menurut ukuran." Ayat ini menegaskan bahwa segala sesuatu di dunia ini terjadi sesuai dengan ketetapan dan ukuran yang telah ditentukan oleh Allah.

Terkait dalam memahami konsep qadha dan qadar, kita diharapkan dapat menerima segala ketetapan Allah dengan lapang dada. Ketika menghadapi kesuksesan, kita bersyukur, dan saat menghadapi cobaan atau kegagalan, kita bersabar. Sikap ini akan membantu kita menjalani hidup dengan lebih tenang dan ikhlas, karena menyadari bahwa segala sesuatu terjadi atas kehendak-Nya.

Postingan pada Tanggal 02/Desember/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 125,2rb ini diunggah pada 02 Desember 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang keimanan terhadap ketetapan dari Allah SWT. Berdasarkan konsep permasalahan Aqidah, dalam video tersebut menjelaskan tentang Allah dalam menguji umatnya, Allah tidak akan menguji hambanya diluar batas kemampuan. Allah menguji hamba-hamba-Nya sebagai bentuk kasih sayang dan cara untuk meningkatkan derajat keimanan mereka. Setiap ujian yang diberikan bukanlah tanpa tujuan, melainkan sebagai sarana untuk menguatkan hati, membersihkan dosa, dan mengajarkan makna kesabaran serta ketakwaan. Dalam Al-Qur'an, Allah telah menegaskan bahwa Dia tidak akan membebani seseorang di luar batas kemampuannya (QS. Al-Baqarah: 286). Ini menjadi pengingat bahwa setiap cobaan yang datang pasti bisa dilewati, meskipun terasa berat di awal.

Sering kali, ketika manusia menghadapi ujian, mereka merasa putus asa dan berpikir bahwa ujian tersebut terlalu sulit untuk dihadapi. Padahal, di balik setiap kesulitan, pasti ada hikmah yang Allah persiapkan. Ujian bukanlah bentuk kezaliman Allah terhadap hamba-Nya, melainkan cara untuk mengukur sejauh mana keteguhan iman seseorang. Mereka yang mampu bersabar dan tetap berprasangka baik kepada Allah akan mendapatkan pahala yang lebih besar dan kehidupan yang lebih baik, baik di dunia maupun di akhirat.

Hal ini juga sering disampaikan dalam konten dakwah di media sosial, akun TikTok @story'islam. Dalam videonya, akun tersebut menampilkan kisah-kisah inspiratif yang menggambarkan bagaimana seseorang diuji oleh Allah, namun dengan kesabaran dan keyakinan, mereka berhasil melewati masa-masa sulit tersebut. Kisah-kisah ini mengajarkan bahwa setiap cobaan bukanlah akhir dari segalanya, melainkan awal dari sesuatu yang lebih baik.

Jadi, ketika menghadapi ujian, jangan mudah menyerah atau mengeluh. Sebaliknya, jadikanlah itu sebagai kesempatan untuk semakin dekat dengan Allah dan memperbaiki diri. Ingatlah bahwa Allah tidak akan membiarkan hambanya jatuh tanpa ada jalan keluar. Selama kita bersabar, berdoa, dan berusaha, Allah pasti akan memberikan jalan terbaik dan mengantikan kesulitan dengan kebahagiaan yang lebih besar.

Postingan pada Tanggal 23/Desember/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 113,7rb ini diunggah pada 23 Desember 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang percaya akan rencana Allah SWT. Berdasarkan konsep permasalahan Aqidah, dalam video tersebut menjelaskan tentang kepercayaan seseorang terhadap rencana Allah. Percaya pada rencana Allah itu penting banget buat kita sebagai umat beriman. Kadang, apa yang kita harapkan nggak selalu sesuai dengan kenyataan. Misalnya, kita udah usaha keras buat mencapai sesuatu, tapi hasilnya nggak seperti yang diinginkan. Di momen-momen kayak gini, kita diajak buat tetap yakin bahwa Allah punya rencana yang lebih baik buat kita. Seperti yang dialami Nabi Ayub, meskipun diuji dengan berbagai cobaan, beliau tetap percaya bahwa Allah punya rencana dalam hidupnya.

Sikap tawakal atau berserah diri setelah berusaha maksimal adalah bentuk kepercayaan kita terhadap rencana Allah. Rasulullah SAW pernah bersabda, "Jika engkau meminta, mintalah kepada Allah. Jika engkau memohon pertolongan, mohonlah kepada Allah." Ini menunjukkan bahwa setelah kita berusaha, kita harus menyerahkan hasilnya kepada Allah dan percaya bahwa apa pun yang terjadi adalah yang terbaik menurut-Nya. Di era digital sekarang, berdakwah melalui media sosial yang mengingatkan kita tentang pentingnya percaya pada rencana Allah. Salah satunya adalah akun *@story'Islam* ini yang sering membagikan video-video inspiratif. Misalnya, dalam salah satu videonya, ditampilkan suasana di dalam masjid dengan fokus pada elemen interior seperti karpet hijau dengan garis putih, lengkungan besar yang dihias dengan ornamen, dan mimbar kayu untuk khutbah. Meskipun video tersebut hanya menampilkan elemen-elemen masjid tanpa narasi, suasana yang ditampilkan bisa mengingatkan kita untuk mendekatkan diri kepada Allah dan merenungkan rencana-Nya dalam hidup kita.

Dengan sering mengonsumsi konten-konten seperti itu, kita bisa semakin menguatkan kepercayaan kita bahwa apa pun yang terjadi dalam hidup ini adalah bagian dari rencana terbaik Allah. Meskipun kadang sulit dipahami, dengan iman dan tawakal, kita akan lebih tenang menghadapi berbagai situasi dalam hidup.

Postingan pada Tanggal 07/November/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 104,6rb ini diunggah pada 07 November 2024. Pada video tersebut akun TikTok *@story'Islam* ini menyampaikan tentang iman kepada Takdir Allah SWT. Berdasarkan konsep permasalahan Aqidah, dalam video tersebut menjelaskan tentang bagaimana seorang hamba berusaha untuk selalu berprasangka baik akan takdir yang diberikan oleh-Nya. Sebagai seorang hamba, penting bagi kita untuk selalu berprasangka baik terhadap takdir yang Allah tetapkan. Ini berarti kita harus yakin bahwa setiap peristiwa yang terjadi, baik itu menyenangkan atau tidak, adalah bagian dari rencana Allah yang penuh hikmah. Dengan memiliki prasangka baik, kita akan lebih mudah menerima dan memahami bahwa segala sesuatu yang terjadi memiliki tujuan dan manfaat tertentu, meskipun mungkin tidak langsung terlihat.

Salah satu cara untuk menjaga prasangka baik adalah dengan memperkuat keyakinan bahwa Allah selalu menginginkan kebaikan bagi hamba-Nya. Seperti yang dijelaskan dalam artikel di Republika, setiap ketentuan Allah mengandung nilai-nilai kelembutan yang menunjukkan sifat-Nya yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dengan memahami hal ini, kita dapat lebih mudah menerima takdir dengan lapang dada dan tetap optimis.

Selain itu, berprasangka baik juga membantu kita untuk tetap tenang dan sabar dalam menghadapi ujian hidup. Dengan meyakini bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah bagian dari rencana Allah yang sempurna, kita akan lebih mudah untuk tidak terbawa emosi negatif dan tetap fokus pada usaha serta doa. Yang menyatakan bahwa berbaik sangka kepada Allah adalah kunci ketenangan hati dan penguatan keimanan dalam menjalani kehidupan.

Akun TikTok seperti *@story'Islam* sering membagikan konten yang mengingatkan kita untuk selalu berprasangka baik terhadap takdir Allah. Melalui video-video inspiratif, mereka menyampaikan pesan bahwa setiap kejadian dalam hidup memiliki hikmah dan merupakan bagian dari rencana Allah yang terbaik untuk kita. Dengan mengikuti konten semacam ini, kita dapat terus menguatkan iman dan menjaga sikap positif dalam menghadapi berbagai situasi kehidupan.

b) Konsep Syariah

Syari'ah mencakup semua hukum dan peraturan yang ada dalam Islam, baik dalam hubungan dengan manusia dan Tuhan maupun antar manusia. Masalah syari'ah merujuk pada berbagai isu dan permasalahan yang terkait dengan penerapan hukum dan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana konten kategori syariah pada akun TikTok *@story'Islam* yaitu.

Postingan pada Tanggal 25/Desember/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 7,8jt ini diunggah pada 25 Desember 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang hukum sholat dalam agama Islam.

Berdasarkan konsep permasalahan Syariah, dalam video tersebut menjelaskan tentang sholat sebagai tiang agama. Konsep kita mengerjakan sholat, karena kita seorang hamba. Sholat dalam agama Islam sering disebut sebagai tiang agama, yang artinya merupakan salah satu pilar utama dalam kehidupan seorang Muslim. Sebagai tiang, sholat menjadi penopang utama bagi kelangsungan keimanan dan ketaatan kita kepada Allah. Dalam setiap gerakan dan bacaan yang kita lakukan saat sholat, terkandung makna penghambaan dan kedekatan dengan Sang Pencipta. Kita sebagai hamba, memiliki kewajiban untuk selalu mengingat dan menyembah Allah, dan sholat adalah bentuk konkret dari penghambaan tersebut.

Konsep kita mengerjakan sholat bukan hanya karena kewajiban yang ada, tetapi lebih kepada kesadaran bahwa kita adalah hamba. Dalam video TikTok @story'islam yang mengangkat tema penghambaan ini, terlihat dengan jelas bagaimana setiap gerakan dalam sholat adalah bentuk penyerahan diri kita sepenuhnya kepada Allah. Setiap kali kita takbir, kita menyadari bahwa kita sedang memasuki ruang khusus untuk berkomunikasi dengan Tuhan, melepaskan segala duniawi, dan fokus hanya pada-Nya.

Sholat bukan hanya sekadar kewajiban yang harus dilaksanakan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperbaiki diri. Dalam video tersebut, kita diajak untuk merenungkan bahwa sholat itu juga sebagai waktu untuk introspeksi. Setiap kali kita berdiri di hadapan Allah, kita diingatkan untuk mensyukuri nikmat-Nya dan memohon ampunan atas dosa-dosa yang kita perbuat. Sholat menjadi cara untuk terus memperbaiki hubungan kita dengan Tuhan, menjaga hati tetap bersih, dan meningkatkan kualitas diri sebagai seorang Muslim. Kaitannya dengan video TikTok @story'islam adalah pentingnya memahami sholat sebagai tindakan penghambaan yang tidak hanya sekadar rutinitas. Dalam video tersebut, ada pesan yang mengajak kita untuk tidak hanya fokus pada gerakan fisik, tetapi juga untuk menyadari makna mendalam di balik setiap bacaan. Sholat sebagai tiang agama mengingatkan kita bahwa iman kita akan lebih kuat jika kita menjadikan sholat sebagai bagian dari kehidupan yang penuh kesadaran dan kedekatan dengan Allah.

Postingan pada Tanggal 20/Desember/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 3,9jt ini diunggah pada 20 Desember 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang pernikahan beda agama. Berdasarkan konsep permasalahan Syariah, dalam video tersebut menjelaskan tentang pernikahan beda agama. Pernikahan beda agama di Indonesia merupakan isu yang cukup kompleks, baik dari segi hukum, sosial, maupun agama. Dalam konteks hukum, pernikahan antaragama tidak diakui secara resmi oleh negara jika salah satu pihak tidak mematuhi ketentuan agama yang berlaku. Menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan, pernikahan hanya dapat dilakukan oleh pria dan wanita yang sah menurut agama dan kepercayaannya masing-masing. Oleh karena itu, pernikahan antara seseorang yang beragama Islam dengan non-Muslim, misalnya, sering kali tidak mendapat pengakuan hukum jika tidak ada konversi agama dari salah satu pihak.

Di sisi lain, terdapat sejumlah pandangan agama yang berbeda terkait dengan masalah ini. Dalam ajaran Islam, misalnya, seorang Muslim hanya diperbolehkan menikah dengan pasangan yang seagama, kecuali untuk pernikahan dengan ahli kitab (Yahudi dan Kristen), itupun dengan beberapa syarat tertentu. Hal ini bisa mempengaruhi keputusan seseorang dalam menjalin hubungan lintas agama, karena selain alasan hukum negara, mereka juga harus mempertimbangkan pandangan agama mereka.

Terkait dengan video yang diunggah oleh akun TikTok @story'islam, yang membahas pernikahan beda agama, kita bisa melihat bagaimana topik ini juga sangat bergantung pada interpretasi agama dan hukum yang berlaku. Dalam video tersebut, mungkin ada penjelasan tentang bagaimana perbedaan agama bisa mempengaruhi kehidupan berumah tangga, baik dari sisi spiritual maupun praktis. Bagi pasangan yang memilih jalan ini, penting untuk

memahami dengan matang konsekuensi yang mungkin timbul, termasuk tantangan dalam menjalani kehidupan bersama serta keputusan-keputusan besar yang harus diambil berkaitan dengan pengasuhan anak atau perayaan hari besar keagamaan. Melihat fenomena ini secara lebih luas, penting untuk mendorong diskusi yang lebih terbuka tentang pernikahan beda agama. Meski hukum negara dan ajaran agama masih menjadi batasan utama, kita juga harus memperhatikan perkembangan zaman dan bagaimana pandangan masyarakat terhadap pernikahan ini semakin berkembang. Dengan demikian, meskipun pernikahan beda agama masih menjadi isu kontroversial, pemahaman yang lebih inklusif dan dialog yang lebih konstruktif bisa membuka jalan bagi solusi yang lebih bijaksana.

Postingan pada Tanggal 06/November/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 1,7jt ini diunggah pada 06 November 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang riba di dalam Islam. Berdasarkan konsep permasalahan Syariah, dalam video tersebut menjelaskan tentang kesuksesan tanpa melakukan riba. Kesuksesan tanpa melakukan riba adalah konsep yang sangat penting dalam kehidupan umat Islam. Riba, atau bunga dalam transaksi keuangan, dianggap sebagai salah satu dosa besar dalam agama Islam karena bisa menyebabkan ketidakadilan dan ketimpangan sosial. Dalam Islam, keberkahan dalam hidup tidak hanya dilihat dari banyaknya harta, tetapi juga dari cara kita memperoleh dan mengelolanya. Dengan menghindari riba, kita menjaga agar sumber penghasilan kita tetap bersih dan tidak merugikan orang lain, yang pada akhirnya mendatangkan keberkahan dan kesuksesan yang hakiki.

Melihat contoh-contoh dari berbagai sumber, termasuk video di dalam akun @story'islam, kita bisa memahami bahwa kesuksesan yang sejati bukanlah tentang seberapa banyak harta yang kita miliki, tetapi tentang bagaimana kita mendapatkan dan menggunakaninya. Dalam video tersebut, seringkali ditekankan bahwa hidup yang sesuai dengan prinsip Islam akan membawa kebahagiaan yang lebih lama dan lebih stabil. Dengan menghindari riba, kita bisa lebih tenang dalam menjalani kehidupan, karena tidak terjebak dalam sistem yang berpotensi merugikan diri sendiri dan orang lain.

Kesuksesan yang didapat tanpa riba menunjukkan bahwa kita bisa tetap berkembang secara finansial tanpa harus melanggar prinsip agama. Banyak contoh nyata dari orang-orang yang sukses, baik dalam bisnis, pendidikan, atau karier, yang memilih untuk bertransaksi secara halal dan menghindari segala bentuk riba. Video TikTok @story'islam sering menampilkan kisah-kisah inspiratif dari mereka yang berhasil membangun usaha dan hidup dengan prinsip kejujuran dan integritas, tanpa bergantung pada praktik riba.

Akhirnya, kesuksesan tanpa riba juga mengajarkan kita untuk lebih fokus pada keberkahan daripada sekadar mengejar materi. Allah SWT berjanji memberikan rezeki yang lebih baik bagi mereka yang menghindari riba dan berusaha hidup dengan cara yang benar. Dalam video @story'islam, hal ini sering menjadi inti dari pesan yang disampaikan, bahwa ketenangan batin dan keberkahan hidup jauh lebih penting daripada segala harta yang diperoleh dengan cara yang tidak sesuai dengan ajaran agama.

c) Konsep Akhlak

Upaya penyampaian pesan moral dan etika berdasarkan nilai-nilai Islam untuk membentuk karakter dan perilaku individu yang baik. Tujuannya adalah mengembangkan kesadaran moral, meningkatkan akhlak mulia, dan menciptakan masyarakat yang harmonis dan berkeadilan. Sebagaimana konten kategori akhlak pada akun TikTok @story'islam yaitu.

Postingan pada Tanggal 06/Okttober/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 12,9jt ini diunggah pada 06 Oktober 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'islam ini menyampaikan tentang akhlak dalam berucap. Berdasarkan konsep permasalahan Akhlak, dalam video tersebut menjelaskan tentang mengusahakan untuk menghilangkan ucapan kotor seperti kata anjir, anjay, anjing, babi, dengan diganti astaghfirullah, alhamdulillah, masyaallah, dll. Pada era digital seperti sekarang, kita sering kali terpapar dengan berbagai konten di media sosial, termasuk di TikTok. Salah satu hal yang kerap muncul dalam video-video

tersebut adalah penggunaan kata-kata kasar atau ucapan yang tidak pantas, seperti "anjir", "anjay", "anjing", atau "babi". Meskipun terdengar biasa di kalangan banyak orang, sebenarnya kata-kata tersebut bisa berdampak buruk, baik pada diri kita sendiri maupun orang lain di sekitar kita. Oleh karena itu, penting untuk mulai mengganti ucapan-ucapan tersebut dengan kata-kata yang lebih baik dan bernilai, seperti "astaghfirullah", "alhamdulillah", atau "masyaallah".

Mengganti kata-kata kotor dengan kalimat yang penuh makna seperti "astaghfirullah" (meminta ampun kepada Allah) atau "alhamdulillah" (segala puji bagi Allah) bukan hanya akan membuat percakapan kita lebih positif, tapi juga memperbaiki kualitas karakter kita sebagai individu. Dalam ajaran Islam, kata-kata yang keluar dari mulut kita memiliki pengaruh yang besar, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Dengan mengganti ucapan kotor, kita turut menjaga hati dan pikiran agar tetap bersih dan jauh dari perbuatan yang sia-sia.

Selain itu, mengganti ucapan kotor dengan kata-kata yang lebih baik juga bisa menjadi langkah kita dalam mengembangkan diri dan berusaha lebih dekat dengan nilai-nilai yang diajarkan agama. Misalnya, ketika kita merasa marah atau frustasi, daripada mengucapkan kata-kata yang tidak baik, kita bisa mengingatkan diri untuk bersabar dan bersyukur. Kalimat seperti "masyaallah" (apa yang dikehendaki Allah) bisa menjadi pengingat untuk selalu menerima segala sesuatu dengan lapang dada dan penuh rasa syukur.

Dengan konsisten mengganti kata-kata kotor dengan kata-kata yang positif, kita tidak hanya menciptakan lingkungan yang lebih baik di dunia maya, tetapi juga berusaha memperbaiki kualitas diri kita. Seiring berjalannya waktu, kebiasaan ini akan membentuk kita menjadi pribadi yang lebih baik, lebih bijaksana, dan lebih sabar. Ini adalah upaya kecil yang bisa kita lakukan untuk memperbaiki cara kita berkomunikasi dan mendekatkan diri pada hal-hal yang lebih positif.

Postingan pada Tanggal 03/Okttober/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 1,8jt ini diunggah pada 03 Oktober 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'Islam ini menyampaikan tentang akhlak seorang gus. Berdasarkan konsep permasalahan Akhlak, dalam video tersebut menjelaskan tentang adab seorang gus, dinilai belum tentu memiliki adab. Dalam video yang diunggah oleh akun TikTok @story'islam, dibahas mengenai pentingnya adab dalam kehidupan seorang 'Gus'. Istilah 'Gus' merujuk pada sebutan untuk anak laki-laki dari Kiai atau ulama terkemuka dalam tradisi pesantren di Indonesia. Sebagai figur yang dihormati, seorang Gus diharapkan memiliki adab yang tinggi, mencerminkan akhlak mulia dan perilaku yang menjadi teladan bagi masyarakat.

Namun, dalam video tersebut, terdapat kritik terhadap perilaku seorang Gus yang dianggap tidak mencerminkan adab yang seharusnya. Kejadian ini memicu perdebatan mengenai apakah gelar 'Gus' masih relevan diberikan kepada individu yang perlakunya tidak sesuai dengan nilai-nilai adab yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki gelar atau status tertentu tidak otomatis menjamin seseorang memiliki adab yang baik.

Penting untuk diingat bahwa adab lebih utama daripada ilmu. Seperti yang disampaikan oleh Gus Miftah, meskipun seseorang memiliki ilmu yang luas, tanpa diimbangi dengan adab yang baik, ilmu tersebut tidak akan bermanfaat. Adab mencakup sikap sopan santun, menghormati orang lain, dan menjaga lisan dalam berinteraksi. Oleh karena itu, setiap individu, terutama yang memiliki status atau gelar tertentu, harus menjaga adab dalam setiap tindakannya.

Kasus ini menjadi pengingat bagi kita semua bahwa adab harus dijaga dan ditingkatkan, terlepas dari status atau gelar yang dimiliki. Sebagai mahasiswa, kita dituntut untuk tidak hanya menguasai ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki adab yang baik dalam berinteraksi dengan sesama. Dengan demikian, kita dapat menjadi teladan yang baik bagi lingkungan sekitar dan menjaga keharmonisan dalam masyarakat.

Postingan pada Tanggal 01/Desember/2024. Postingan yang ditonton sebanyak 1,4jt ini diunggah pada 01 Desember 2024. Pada video tersebut akun TikTok @story'Islam ini

menyampaikan tentang pacaran. Berdasarkan konsep permasalahan Akhlak, dalam video tersebut menjelaskan tentang pacaran. Pacaran dalam Islam sering kali menjadi topik yang membingungkan, terutama ketika banyak orang muda yang ingin merasakan hubungan dekat dengan lawan jenis. Namun, bagi seorang Muslim, pacaran bukan hanya soal rasa cinta atau kepuasan pribadi, tapi juga tentang bagaimana menjaga diri dari hal-hal yang bisa merusak hubungan dengan Allah dan orang tua. Dalam perspektif Islam, pacaran yang sehat dan sesuai syariat bukan berarti bebas tanpa batas, melainkan berusaha untuk menjaga kehormatan diri, menghindari zina, dan menyiapkan diri untuk membina rumah tangga yang sah di masa depan.

Hal ini penting, karena dalam banyak kesempatan, hubungan yang terjalin dalam pacaran bisa menjadi ladang dosa jika tidak dijaga dengan baik. Ciuman, sentuhan, atau bahkan terlalu sering berdua-duaan dengan pacar tanpa ada ikatan yang sah bisa memicu godaan yang mengarah pada perbuatan yang dilarang. Maka dari itu, seorang Muslim sebaiknya menjaga dirinya agar tetap berada di jalur yang benar, menjaga pandangan, dan menjaga niat dalam berpacaran.

Jika kita bisa menjaga diri dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip agama dalam berpacaran, maka hubungan kita tidak hanya menjadi sarana untuk menciptakan kebahagiaan pribadi, tetapi juga membuka jalan untuk keberkahan dan ridha Allah. Selain itu, setiap langkah yang kita ambil dengan niat yang benar, bisa menjadi amal jariyah yang menguntungkan kita di akhirat nanti. Bahkan, jika kita mampu menjaga hubungan kita dengan baik dan melibatkan orang tua dalam setiap langkahnya, insyaAllah, ini juga menjadi amalan yang bisa mendatangkan pahala untuk mereka.

Penting untuk selalu diingat bahwa tujuan utama pacaran dalam Islam adalah bukan sekadar untuk mengisi kekosongan hati atau mengikuti tren. Sebaliknya, ini adalah proses untuk mempersiapkan diri menuju pernikahan yang penuh berkah dan mendatangkan kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat. Oleh karena itu, dengan menjaga diri, menghormati batasan-batasan yang ada, serta melibatkan orang tua dalam prosesnya, kita tak hanya membuka jalan menuju kebahagiaan pribadi, tapi juga menuju surga untuk orang tua kita.

Efek Dakwah (atsar)

Berdasarkan temuan penelitian, efek komunikasi massa yang ditimbulkan oleh konten dakwah di akun @story'Islam dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral (akhlak). Setiap aspek ini berperan dalam membentuk pengalaman serta respon audiens terhadap materi yang disampaikan, baik dalam bentuk pemahaman baru, keterlibatan emosional, maupun perubahan perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Melalui analisis interaksi pengguna, dapat dilihat bahwa dakwah digital memiliki dampak yang nyata dalam membentuk kesadaran beragama serta mendorong perubahan positif di kalangan audiens TikTok.

Terkait aspek kognitif, konten yang membahas aqidah dan syariah terbukti memberikan dampak yang kuat dalam meningkatkan pemahaman audiens terhadap ajaran Islam. Banyak pengguna yang memberikan komentar berupa pertanyaan atau diskusi lebih lanjut tentang topik yang disampaikan, menandakan bahwa mereka tertarik untuk mendalami ilmu agama secara lebih serius.

Keberadaan konten yang bersifat edukatif ini menjadikan TikTok sebagai salah satu media dakwah yang efektif dalam menyebarkan ilmu agama dengan cara yang mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Sementara itu, aspek afektif terlihat lebih dominan pada konten yang membahas akhlak dan motivasi kehidupan islami. Efek ini muncul dalam bentuk reaksi emosional dari audiens, seperti rasa haru, kesadaran diri, serta dorongan untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Banyak penonton yang mengungkapkan bahwa mereka merasa tersentuh hingga menangis setelah menonton video yang menyajikan kisah-kisah

inspiratif tentang kehidupan, perjuangan dalam beribadah, serta pentingnya memperbaiki diri sesuai ajaran Islam.

Faktor-faktor seperti pemilihan narasi yang kuat, pengemasan visual yang menarik, serta penggunaan musik latar yang mendukung suasana emosional, semakin memperkuat efek afektif dari konten-konten ini. Reaksi ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun hubungan emosional yang lebih dalam dengan audiensnya.

Terakhir, efek yang paling nyata dalam kehidupan sehari-hari adalah aspek behavioral (akhlak), yang berkaitan dengan perubahan perilaku setelah menonton konten dakwah. Beberapa komentar dari audiens menunjukkan adanya transformasi dalam kebiasaan mereka, seperti menjadi lebih rajin shalat, menghindari maksiat, serta memperbaiki interaksi sosial sesuai dengan ajaran Islam. Video yang mengangkat tantangan ibadah, tips memperbaiki kualitas shalat, atau ajakan untuk berbuat baik, sering kali memotivasi audiens untuk segera mengaplikasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata. Meskipun dampak ini sulit diukur secara langsung, indikasi dari berbagai respons pengguna menunjukkan bahwa dakwah melalui TikTok mampu menjadi pemicu perubahan positif yang berkelanjutan dalam keseharian mereka.

Secara keseluruhan, data temuan ini menunjukkan bahwa akun TikTok *@story'Islam* berhasil menghadirkan dakwah yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga inspiratif dan transformatif. Efek yang ditimbulkan mencakup peningkatan pengetahuan (kognitif), keterlibatan emosional (afektif), hingga perubahan perilaku (behavioral), menjadikan dakwah digital sebagai salah satu sarana yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Dengan pendekatan yang interaktif, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, konten-konten ini memberikan kontribusi besar dalam membentuk kesadaran dan praktik keislaman di era digital. Data komentar dari akun *@story'Islam* juga membuktikan bahwa efek komunikasi massa dalam dakwah digital sangatlah nyata. Melalui penyampaian yang menarik dan relevan, konten yang diunggah mampu mengubah pola pikir (efek kognitif), membangun ikatan emosional dengan audiens (efek afektif), serta mendorong perubahan sikap dan perilaku ke arah yang lebih baik (efek behavioral). Dengan semakin meningkatnya interaksi dan respons dari pengikutnya, dapat disimpulkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas dan efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan temuan penelitian yang telah dianalisis oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan tentang materi dakwah (*maddah*) serta efek (*atsar*) terkait materi dakwah yang terdapat pada akun TikTok *@story'Islam* sebagai berikut: Materi dakwah (*maddah*) yang disampaikan oleh akun TikTok *@Story'Islam* dalam tiga bulan terakhir terbagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Dari ketiga kategori tersebut, akhlak menjadi yang paling banyak diproduksi, menunjukkan bahwa pesan moral dan etika lebih sering diangkat dibandingkan dengan materi lainnya. Syariah juga mendapat porsi yang cukup besar, sementara akidah menjadi kategori dengan jumlah konten paling sedikit. Namun, jika dilihat dari jumlah views yang diperoleh, konten bertema syariah justru paling banyak diminati, disusul oleh akhlak, sedangkan akidah memiliki keterlibatan audiens yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun suatu kategori memiliki jumlah konten yang banyak, tidak selalu berbanding lurus dengan minat audiens. Oleh karena itu, strategi produksi dakwah digital perlu mempertimbangkan pola keterlibatan penonton agar materi yang disampaikan dapat lebih efektif dan menarik perhatian khalayak.

Adapun efek yang ditimbulkan terhadap penonton dari materi dakwah yang disampaikan di akun *@story'Islam* selama tiga bulan terakhir dapat dianalisis berdasarkan efek komunikasi massa, yaitu efek kognitif, afektif, dan behavioral. Dari segi efek kognitif, konten dakwah ini berhasil menambah wawasan dan pemahaman penonton terhadap ajaran

Islam, baik dari segi aqidah, syariah, maupun akhlak. Dalam aspek efek afektif, beberapa video mampu membangkitkan emosi dan perasaan religius penonton, seperti rasa haru, kesadaran untuk bertaubat, atau motivasi untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah. Sementara itu, dalam efek behavioral, sebagian penonton menunjukkan adanya perubahan nyata dalam kebiasaan dan sikap sehari-hari audiens, seperti meningkatkan ibadah atau memperbaiki perilaku sosial. Hal ini menegaskan bahwa dakwah digital tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menggugah perasaan dan mendorong perubahan perilaku yang positif.

REFERENSI

- Agustina, Nani (2017). Mengukur Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Pada SMP Uswatun Hasanah. *Jurnal Paradigma*, 65.
- Ahmad, Jumal (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). <https://www.researchgate.net/publication/325965331>, 2.
- Alek. (2024). ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM KONTEN. Curup: IAIN Curup.
- Arifin, Muhammad (2000). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Astria, Dela (2021). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp dalam Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 08, 252-253.
- Atnan, Vidyana (2022). Pengaruh Konten Edukasi TikTok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6, 7131.
- Azizah, Lukita (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10, 39.
- Basit, Abdul (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Burhani, Roisul (2018). Analisis Isi Pesan Dakwah Program Samara Bersholawat di Radio Samara 96.2 FM Tulungagung. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 48-49.
- Dalimunthe, Syah Ahmad Qudus (2023). Terminologi dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 1416-1417.
- Daruahadi, Gagah (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5423.
- Feroza, Cindie Sya'bania (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @Yhoophii_Official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14, 35.
- Galuh Putra, dan Yudha Pratomo (2024, Oktober Senin). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as#:~:text=Namun%2C%20setelah%20setahun%2C%20orang%20Indonesia,6%20juta%20per%20Juli%202024>.
- Hakimah, Ema Nurzainul (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Jurnal Nusamba*, 16.
- Husna, Nihayatul (2021). Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 100-101.
- Kamaluddin. (2016). Pesan Dakwah. *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 38.

- Kremer, Hendri (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*, 4, 99.
- Liedfray, Tongkotow (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom. *Jurnal Ilmiah Society*, 2, 2.
- Mokodompit, Nurul Fafriani (2022). Konsep Dakwah Ilmiyah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 112-113.
- Moleong, Lexy Je (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Solo, Pontianak: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Munir, Dkk (2015). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Onsu, Indra Foreman (2019). Analisis Pelaksanaan Tugas Pokok dan Fungsi Camat dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 3, 2-3.
- Prihapsari, Diah (2021). Coding untuk menganalisis data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan. *Jurnal Kedokteran Syiah Kuala* , 131.
- Purbandari, Balqis Nadya (2019). Analisis Isi Film Lucky Kuswandi: Sebuah Tinjauan Bentuk Kekerasan Seksual Dalam Film "Dear David". *Cahaya Mandala*, 1273-1274.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni (2017). Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12, 215.
- Rahmadani, Ferdinand (2018). Analisis Dampak Penggunaan Gadget (Smaatrphone) Terhadap Kepribadian Dan Karakter (Kekar) Peserta Didik Di SMA Negeri 9 Malang. *Jurnal Civic Hukum*, 3, 21.
- Riskiyanti, Vara Dila (2022). *Pesan Dakwah di Media Sosial TikTok @ZAHIDSAMOSIR*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Serli, R. (2021). *ik-Tok Dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna TikTok di Kota Palopo)*. Palopo: IAIN.
- Sofyan, Rendi Adi (2023). Analisa Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi dengan Metode Topsis. *Jurnal PROSISKO*, 10, 56.
- Subuh, Rahma Do (2019). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun. *Jurnal Ilmiah Kebudayaan dan Kesejahteraan*, VI, 200.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarno. (2020). Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa dan Sastra. *Jurnal Elsa*, 37.
- Wahid, Alvionita Choirun Nisa Umainah (2014). Analisis Isi Kekerasan Verbal dalam Sinetron "Tukang Bubur Naik Haji The Series" di RCTI (Analisis Isi Episode 396 - 407). *Jurnal Komunikasi*, 88.
- Zain, Arifin (2019). Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadits. *Jurnal At-Taujih*, 2, 41.