



Penyampaian Pesan Komunikasi *Low Context* Khitobah Ustadzah Yayah Di Tiktok

Haibah Aisah Nursolihah^{1*}, Aang Ridwan¹, Ridwan Rustandi²

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : aisabhaibah@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi digital menempatkan media sosial sebagai platform krusial bagi dakwah. Penelitian ini menganalisis akun TikTok Ustadzah Yayah Fajriyah (@Yayah_fajriah), yang efektif menyampaikan pesan keagamaan melalui komunikasi *low context* dalam video singkat. Tujuan studi ini adalah menganalisis fokus pesan, kejelasan isi ceramah, serta intonasi dan artikulasi beliau. Menggunakan Teori *Computer Mediated Communication* McLuhan dan Komunikasi Linear Shannon & Weaver, penelitian kualitatif ini mengadopsi studi kasus. Data dikumpulkan via observasi, wawancara, dan dokumentasi, lalu dianalisis dengan triangulasi serta member check. Hasilnya menunjukkan efektivitas dakwah Ustadzah Yayah didukung Prinsip Simplicity, Message Efficiency untuk penerimaan audiens, dan Konsep Micro Reflection yang memicu refleksi cepat.

Kata Kunci : Penyampaian pesan; *low context*; tiktok; khitobah

ABSTRACT

Digital transformation places social media as a crucial platform for preaching. This study analyzes the TikTok account of Ustadzah Yayah Fajriyah (@Yayah_fajriah), which effectively conveys religious messages through low-context communication in short videos. The purpose of this study is to analyze the focus of the message, the clarity of the content of the sermon, and her intonation and articulation. Using McLuhan's Computer Mediated Communication Theory and Shannon and Weaver's Linear Communication, this qualitative research adopts a case study. The results show the effectiveness of Ustadzah Yayah's preaching supported by the Principle of Simplicity, Message Efficiency for audience acceptance, and the Concept of Micro Reflection which triggers rapid reflection.

Keywords: Message delivery; *low context*; tiktok; sermon

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses informasi, termasuk dalam aspek keagamaan. Media sosial telah menjadi platform penting yang harus dikuasai para pendakwah untuk menyebarkan ajaran Islam kepada khalayak luas. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi dalam penyebaran ajaran Islam. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah tatap muka atau media televisi, kini media sosial seperti TikTok menjadi salah satu sarana utama dalam membangun kesadaran keislaman di kalangan masyarakat.

Akun TikTok yang menyampaikan pesan-pesan dakwah adalah akun Ustadzah Yayah Fajriah Afandi dengan username @Yayah_fajriah. Ustadzah Yayah memanfaatkan media sosial yang banyak diminati oleh berbagai kalangan, menjadikan platform TikTok sebagai media dakwah agar dakwah berkembang pesat sesuai perkembangan zaman. Cara penyampaian pesan dakwahnya menggunakan bahasa yang jelas atau disebut penyampaian dakwah dengan cara langsung atau komunikasi *low context* sehingga mudah dimengerti. Ustadzah Yayah Fajriyah menyesuaikan metode penyampaian dakwahnya agar lebih sesuai dengan pola konsumsi informasi di media sosial. Salah satu pendekatan yang efektif adalah model penyampaian pesan komunikasi *low context*, dan Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi menonjol dalam penggunaan model komunikasi ini.

Pengaruh model komunikasi *low context* dalam ceramah Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi berarti penyampaian pesan yang langsung, ringkas, dan jelas tanpa bertele-tele. Dalam konteks dakwah digital, terutama di TikTok yang memiliki durasi video singkat, model ini menjadi sangat efektif. TikTok memiliki batasan durasi video yang umumnya pendek, berkisar antara 15 detik hingga 3 menit saja. Dengan keterbatasan ini, Ustadzah Yayah mampu menyampaikan pesan komunikasi *low context* dalam waktu yang singkat dan bisa menghindari pengantar yang panjang sehingga audiens dapat segera memahami inti pesan tanpa merasa bosan.

Ustadzah Yayah Fajriah berhasil meningkatkan daya tarik audiens di media sosial, terutama generasi muda, karena generasi muda memiliki rentang perhatian yang pendek. Jika Ustadzah Yayah Fajriyah menyampaikan dakwah secara panjang, maka audiens akan bosan sehingga pesan tidak akan tersampaikan dari awal hingga akhir, maka dari itu, Ustadzah Yayah mengatasinya dengan penyampaian dakwah secara komunikasi *low context*. Teknologi yang semakin maju tidak dapat dihindari, dan media sosial dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Dampak dari media sosial dapat memengaruhi kehidupan manusia. Seseorang dapat memulai hal kecil hingga besar di media sosial, dan bagi masyarakat sekarang, jejaring sosial sudah

menjadi kecanduan karena penggunaanya semakin hari semakin meningkat dan pengguna tidak bisa menghabiskan satu hari pun tanpa jejaring sosial

Berdasarkan data Reportal yang dilansir melalui *website* datareportal.com, pada Januari 2025, Indonesia memiliki kedudukan ke-2 terbanyak dalam penggunaan media sosial TikTok yaitu sebanyak 108 juta pengguna TikTok aktif, sedangkan pengguna aktif media TikTok di seluruh dunia mencapai 1,59 miliar. Special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah (Maulana, 2021: 41).

Era digital memang memberikan manfaat dan kemudahan yang tidak sedikit kepada masyarakat, terutama dalam konteks efisiensi, transparansi, aksesibilitas, ataupun dalam hal berbagi ilmu pengetahuan dan informasi. Era berbagai kemudahan tersebut juga membawa dampak yang buruk pada masyarakat, terutama oleh sebagian pihak yang memanfaatkannya untuk menyebarkan nilai-nilai yang tidak sesuai dengan norma, adat, dan aturan yang berlaku, pengajaran kekerasan dan terorisme, islamophobia atau ketakutan dan fearmongering terhadap ajaran Islam, ataupun pandangan-pandangan dan kebiasaan-kebiasaan baru yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Kondisi ini juga menjadi alasan penting mengapa dakwah harus berperan di era digital, terutama dengan menyesuaikan praktiknya dengan kebutuhan dan kecenderungan masyarakat seiring transformasi digital itu sendiri (Ridwan, 2022: 76).

Penelitian sebelumnya mengenai dakwah di media sosial. Pertama Afghany Ilham Maulana (2021) tentang “Dakwah di Media Sosial (Analisi Isi Pesan Tabligh pada Akun *TikTok* @basyasman00 Periode Mei 2020). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian yaitu kualitatif pendekatan analisis isi pesan penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan media sosial TikTok merupakan sebuah alternatif dan inovasi modern dalam berdakwah dan hakikatnya untuk mengajak masyarakat kepada hal positif

Penelitian kedua Syaharani Chaya Khoirunisa (2022) “Dakwah komunikasi *low context* di Media Sosial Melalui Akun *TikTok* @syam_elmarusy” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Teori yang digunakan yaitu teori retorika Jalaludin Rahmat membahas tentang kajian dakwah di media sosial TikTok adalah dakwah yang kekinian dan mad’u selalu penasaran dengan setiap dakwahnya, akan tetapi da’i harus memahami retorika penyampaian dakwahnya supaya mad’u tertarik. Pesan Komunikasi *Low context* pada Dakwah Khitobah di Media Sosial adalah menjadikan media sosial TikTok sebagai platform dakwah karena TikTok

semakin berkembang sesuai perkembangan zaman, khususnya dalam platform video pendek. Kebaruan ini dilihat dari bagaimana seorang da'i bisa mengoptimalkan fitur-fitur untuk dakwah yang efektif.

Penelitian ketiga Sabaniyati (2023) tentang "Pesan Dakwah Akhlak Untuk Remaja Pada Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Tentang Akhlak Pada Akun @Risya_Bay)" penelitian ini menggunakan metode kualitatif teori *Computer Mediated Communication*. Teori Computer Mediated Communication (CMC) menjadi relevan karena menggambarkan bagaimana proses komunikasi dakwah mengalami transformasi melalui media digital. Hal ini sejalan dengan prinsip CMC, yaitu pemanfaatan teknologi komputer sebagai sarana komunikasi yang mempertemukan pendakwah dan audiens secara virtual. Melalui gaya penyampaian yang komunikasi low context, pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima dan sesuai dengan karakteristik komunikasi di era digital yang menuntut kecepatan, kejelasan, dan keterhubungan secara instan.

Peneliti tertarik meneliti komunikasi *low context* dalam dakwah digital di TikTok Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi yang belum banyak dibahas di penelitian terdahulu, yaitu bagaimana dakwah bisa beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi di era digital. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji model penyampaian dakwah secara *low context* oleh ustadzah di platform media sosial berbasis video pendek, yakni TikTok. Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi juga memberikan perspektif baru tentang peran dai perempuan dalam memanfaatkan gaya komunikasi efektif dan lugas untuk menjangkau audiens digital secara luas dan cepat.

Fokus Penelitian Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, fokus penelitian ini adalah "Model Penyampaian Pesan *Low context* pada Dakwah di Media Sosial (Studi Kasus Pada Gaya Khitobah Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi di Akun TikTok)". Penelitian ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut (1) Bagaimana fokus penyampaian pesan yang sesuai dengan topik yang disampaikan oleh Ustadzah Yayah Fajriyah dalam akun TikTok @Yayah_Fajriyah? (2) Bagaimana kejelasan isi ceramah Ustadzah Yayah Fajriyah dalam akun TikTok @Yayah_Fajriyah? (3) Bagaimana Ustadzah Yayah Fajriyah menjaga intonasi dan artikulasi dalam penyampaian dakwahnya di media sosial?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang bertujuan untuk memberikan penafsiran mengenai realitas sosial atau fenomena-fenomena sosial yang terjadi (Triyono, 2020: 33). Dengan menggunakan penelitian kualitatif, dapat memberikan penafsiran fenomena sosial dengan mendeskripsikan kenyataan yang berfokus penyampaian komunikasi *low context* pada dakwah ustadzah Yayah

LANDASAN TEORITIS

Secara teoritis peneliti menggunakan teori Computer Mediated Communication (CMC) dan Teori Komunikasi liner. Konsep teori ini muncul dari proses inovasi dalam bidang teknologi komunikasi dan penyampaian komunikasi *low context*, terutama mengenai komunikasi melalui media baru. Menurut Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith bahwa teori Computer Mediated Communication (CMC) ialah sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Bisa bilang bahwa teori ini merupakan wujud dari seorang individu atau kelompok yang saling berhubungan melalui jaringan komputer (yenni Aprilia, 2021).

Teori *computer mediated communication* ini muncul dari proses inovasi dalam bidang teknologi komunikasi, terutama mengenai komunikasi melalui media. Teori CMC merupakan teori yang berbeda di antara teori komunikasi lainnya. Awal mula teori ini muncul pertama kali diperkenalkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962. Teori ini menunjukkan bagaimana perilaku manusia dapat dibentuk ataupun dirubah dengan adanya penukaran informasi melalui mesin. Dakwah di media sosial sangat memerlukan teori agar mudah diterima oleh mitra dakwah media sosial. Metode yang dipilih harus benar, agar dakwah dapat diterima dengan benar dan menghasilkan pencitraan yang benar pula (Canra, 2024: 51).

Beberapa ahli berpendapat teori CMC ini memiliki empat ciri utama yaitu: (1) Teori CMC ini lebih fokus kepada keunikan peristiwa komunikasi dalam cyberspace, (2) Teori CMC lebih terkait ke interaksi daripada integrasi, yaitu lebih melihat seluk-beluk interaksi individu daripada konteks (3) Teori CMC lebih tertarik pada bagaimana faktor eksternal mempengaruhi peristiwa komunikasi, (4) Teori CMC lebih mengarah ke integrasi informasi dibandingkan dengan integrasi sosial, yakni cara berkomunikasi dengan komputer didasarkan dalam proses informasi (Nasrullah, 2014: 215).

Walther memperdalam pendekatan ini melalui Social Information Processing Theory (SIP), yang menyatakan bahwa meskipun komunikasi daring cenderung miskin isyarat nonverbal, para pengguna tetap mampu membangun hubungan interpersonal yang bermakna melalui adaptasi pesan verbal dan lambang-lambang tertentu. Artinya, keterbatasan dalam isyarat fisik seperti ekspresi wajah atau intonasi suara dapat dikompensasi dengan penggunaan simbol, emoji, atau gaya bahasa yang khas (Walther, 1996: 80).

Teori CMC menjadi sangat penting karena menyoroti bagaimana teknologi membentuk cara pesan disampaikan. Gaya dakwah menggunakan komunikasi low context yang diterapkan oleh Ustadzah Yayah merupakan

bentuk adaptasi terhadap dinamika komunikasi digital yang menuntut efisiensi dan ketepatan pesan. Dengan durasi yang terbatas dan audiens yang cenderung menyukai konten ringkas namun bermakna, Ustadzah Yayah mengemas dakwah dalam format yang cepat, langsung, dan padat informasi selaras dengan prinsip komunikasi berbasis komputer yang menekankan integrasi informasi ketimbang interaksi sosial yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa model dakwah di media sosial bukan hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh karakter teknologinya, sebagaimana dijelaskan dalam teori CMC.

Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru. Selain itu, pola komunikasi melalui internet terjadi secara dua arah (*two way communication*). Proses komunikasi ini dapat dilihat dari adanya kolom komentar dalam ruang maya tersebut, baik komentar positif maupun negatif. Internet menjadi sumber utama informasi mengenai berbagai kegiatan dan kebutuhan manusia (Rustandi, 2022: 177).

Dalam konteks internet, manusia tidak hanya berinteraksi langsung di dunia digital. Lebih tepatnya, mereka membawa aktivitas nyata ke dalam berbagai praktik budaya komunikatif. Selanjutnya, perilaku dalam dunia maya mempengaruhi kemampuan mereka untuk berinteraksi dalam budaya ruang virtual dan berkomunikasi dengan manusia lain yang mereka temui di dunia maya. Praktik budaya individu dan kelompok ini dapat sesuai atau tidak

Konteks dakwah Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi di TikTok, hal ini tampak dari penggunaan bahasa yang lugas, serta ekspresi visual singkat namun kuat yang disesuaikan dengan durasi video pendek. Dengan strategi komunikasi seperti ini, meskipun tidak terjadi interaksi langsung, audiens tetap dapat menangkap pesan dakwah secara efektif, membangun kedekatan, bahkan merasa terhubung secara emosional. Hal ini membuktikan bahwa keterbatasan komunikasi digital tidak menghambat efektivitas dakwah, justru membuka ruang baru bagi model penyampaian pesan yang padat, jelas, dan relevan dengan karakter audiens digital.

Komunikasi Linear merupakan salah satu model komunikasi yang pertama kali diperkenalkan oleh Shannon dan Weaver pada tahun 1949. Model ini menjelaskan komunikasi sebagai proses satu arah, di mana pengirim pesan (*sender*) menyampaikan pesan kepada penerima (*receiver*) melalui saluran komunikasi (*channel*), dan pesan tersebut dapat mengalami gangguan yang disebut (*noise*). Mulyana menjelaskan bahwa model komunikasi linear berfokus pada efisiensi penyampaian pesan, di mana pengirim berusaha mengirim pesan

yang jelas dan dapat dipahami oleh penerima dengan minimalisasi gangguan (Mulyana, 2021: 17).

Penyampaian pesan komunikasi *low context* dalam dakwah digital, seperti yang dilakukan oleh Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi di TikTok, sangat relevan dengan teori komunikasi linear ini. Pesan dakwah yang disampaikan cenderung singkat, padat, dan langsung pada inti, mengingat durasi video yang terbatas dan audiens yang cenderung menginginkan konten yang efisien. Model komunikasi linear membantu menjelaskan bagaimana Ustadzah merancang pesan dakwah yang mudah dipahami dalam waktu singkat tanpa memerlukan dialog langsung. Dengan fokus pada kejelasan pesan, model ini mendukung penyampaian pesan komunikasi *low context* yang sesuai dengan karakteristik media sosial yang mengedepankan kecepatan dan efektivitas.

Model komunikasi linear ini memberikan gambaran yang sederhana namun efektif dalam memahami bagaimana pesan disampaikan dalam bentuk satu arah. Meskipun model ini tidak melibatkan feedback dari penerima, teori ini sangat berguna dalam situasi komunikasi yang membutuhkan penyampaian informasi secara cepat dan jelas tanpa gangguan. Sebagai contoh, dalam konteks media massa atau dakwah di platform media sosial seperti TikTok, pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat dikemas secara langsung dan tanpa perlu interaksi yang rumit (wahab, 2022: 67).

Model komunikasi linear sering kali dipandang efektif untuk penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami. Model komunikasi linear berguna untuk komunikasi yang sifatnya satu arah, seperti dalam penyebaran informasi atau promosi. Ini menguatkan relevansi penggunaan model linear dalam dakwah digital, terutama melalui video berdurasi singkat di platform TikTok, yang lebih menekankan penyampaian pesan yang cepat dan tepat sasaran tanpa interaksi langsung.

Kerangka Konseptual *pertama* model penyampaian pesan dakwah sangat penting untuk keberhasilan dakwah. Dengan memahami elemen-elemen utama dan strategi yang efektif, seorang dai dapat menyampaikan pesan Islam dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan membuahkan hasil yang positif (Sartika, 2024: 66). Model penyampaian pesan adalah bentuk atau kerangka yang menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung. Mulai dari pengirim pesan, isi pesan, saluran komunikasi yang digunakan, hingga penerimaan dan pemahaman pesan oleh penerima.

Model komunikasi adalah bentuk visualisasi dari proses komunikasi, untuk menggambarkan bagaimana komunikasi berlangsung, dengan siapa, melalui saluran apa, dan dampak yang ditimbulkannya (Cangara, 2007: 22).

Model penyampaian pesan memberikan kerangka kerja yang komprehensif bagi penulis untuk merancang pesan yang efektif dan menarik. Dengan memahami elemen-elemen dasar dan strategi yang tepat, penulis dapat menghasilkan karya tulis yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif.

Kedua Komunikasi *Low context* Menurut Edwar Hall, komunikasi *low context* adalah gaya komunikasi di mana sebagian besar informasi yang ingin disampaikan sudah terkandung secara eksplisit, langsung, dan verbal dalam pesan itu sendiri. Tidak perlu mengandalkan banyak hal di luar kata-kata yang diucapkan atau ditulis seperti konteks situasi, hubungan antarpihak, atau pengetahuan latar belakang bersama untuk memahami pesannya. Dalam komunikasi *low context*, pembicara atau penulis bertanggung jawab untuk menyampaikan makna secara langsung, dan pendengar atau pembaca tidak diharapkan untuk menyimpulkan banyak hal dari konteks. Komunikasi bersifat tepat, lugas, dan tidak ambigu (Ting-Toomey & Chung, 2012: 88). Ting Toomey dan Chung menekankan bahwa dalam komunikasi *low context*, pihak yang mengirim pesan (baik itu pembicara maupun penulis) memikul tanggung jawab penuh untuk memastikan kejelasan. Dalam budaya komunikasi *low context*, komunikasi yang baik adalah yang tepat, sederhana, dan eksplisit. Pesan diungkapkan dan dipahami sesuai nilai harfiahnya. Pengulangan, jika membantu memperjelas komunikasi, sangat dihargai

ketiga Khitobah adalah kegiatan berbicara di depan umum yang mengandung nilai dakwah, nasihat, maupun informasi keagamaan yang disampaikan secara lisan dengan tujuan membentuk kesadaran spiritual dan sosial audiens (Nasrullah, 2019:16). Khitobah yang dilakukan di media sosial seperti TikTok penyampaianya singkat, padat, dan langsung pada inti pesan. Hal ini sejalan dengan QS. An-Nahl [16]:125 yang berbunyi: "Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk" (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

Khitobah secara tradisional disampaikan dalam forum-forum keagamaan seperti khutbah Jumat, pengajian, atau tabligh akbar. Dengan durasi yang cukup panjang dan gaya bahasa yang formal. Namun, seiring perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat, bentuk khitobah pun mulai menyesuaikan diri (Qomaruddin, 2015: 88). Modernisasi dakwah menuntut para dai untuk mampu beradaptasi dengan media digital dan menyederhanakan struktur penyampaian agar tetap relevan dan mudah diterima. Adaptasi ini tampak pada dakwah khitobah Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi di TikTok. Dimana pesan-pesan disampaikan dalam bentuk yang singkat, padat, dan langsung, tanpa kehilangan nilai-nilai inti dari khitobah itu sendiri.

Metode komunikasi dakwah mengalami transformasi melalui media sosial. Gaya penyampaian komunikasi *low context* yang digunakan oleh Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi di TikTok mencerminkan adaptasi khitobah ta'tsiriyyah ke dalam format digital, yang menuntut pesan disampaikan secara ringkas namun tetap efektif dan menyentuh audiens. Khitobah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam pembelajaran bahasa Arab yang memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas pendidikan bahasa Arab di era modern. Khitobah memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan berbicara bahasa Arab sekaligus pemahaman terhadap budaya Arab (Craig, 2024: 150). Berbicara di depan umum dapat meningkatkan keterampilan berbicara dan pemahaman budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mendalam mengenai model penyampaian pesan komunikasi *low context* dalam khitobah Ustadzah Yayah Fajriyah Afendi melalui media sosial TikTok, serta pembahasannya yang didasarkan pada kerangka teoritis relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumentasi terhadap video dakwah di akun TikTok @yayah_fajriyah, serta wawancara dengan Ustadzah Yayah Fajriyah sendiri dan beberapa pengikut aktif beliau. Aksesibilitas dan kemudahan konsumsi menjadi faktor penting. Konten pendek lebih mudah disimak di mana saja dan kapan saja seperti saat menunggu, dalam perjalanan, atau di sela-sela aktivitas, menghilangkan hambatan waktu dan lokasi yang sering menjadi kendala bagi banyak orang untuk menghadiri majelis taklim konvensional.

Karakteristik platform TikTok yang berpusat pada video berdurasi singkat. Durasi pendek konten dakwah yang disajikan oleh Ustadzah Yayah menjadi kunci efektivitas yang luar biasa dalam menjangkau audiens modern. Rentang perhatian pengguna digital yang sangat singkat menjadi alasan utama Beliau terbiasa mengonsumsi konten yang cepat, padat, dan langsung ke inti pesan. Video dakwah berdurasi 1-3 menit sangat cocok digunakan dalam media platform TikTok memastikan pesan utama tersampaikan sebelum audiens kehilangan minat dan beralih ke konten lain.

Dakwah melalui TikTok membantu memecah stigma bahwa belajar agama itu berat. Dengan gaya yang ringan, pesan-pesan dakwah yang disajikan secara kreatif dan singkat membuat agama terasa lebih mudah dijangkau dan dipahami, bahkan bagi mereka yang mungkin awam. Oleh karena itu, kemampuan Ustadzah Yayah memanfaatkan durasi pendek di TikTok bukan sekadar mengikuti trend, melainkan sebuah strategi dakwah cerdas yang adaptif,

memaksimalkan relevansi dan dampak pesan-pesan keislaman di tengah masyarakat digital modern.

Melalui TikTok, Ustadzah Yayah menciptakan pencerahan. Setiap video, yang umumnya berdurasi singkat, dirancang untuk menyampaikan satu inti pesan agama dengan lugas dan jelas. Ini bisa berupa penjelasan ringkas tentang hukum fiqih praktis dalam kehidupan sehari-hari, nasihat akhlak untuk memperbaiki diri, tadabbur singkat ayat-ayat Al-Qur'an atau hadis Nabi Muhammad yang penuh makna, hingga motivasi spiritual untuk menghadapi tantangan hidup. Kemampuan Beliau mengemas materi berat menjadi konten yang digestible dan relevan adalah kunci kesuksesan dakwahnya di platform ini.

Fokus penyampaian Pesan Dakwah Ustadzah Yayah di Tiktok

Ustadzah Yayah Fajriyah secara efektif memanfaatkan TikTok sebagai platform dakwah. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya mudah dipahami, tetapi juga sangat relevan dengan problematika keseharian masyarakat, seperti pentingnya menjaga lisan di media sosial, etika pergaulan yang baik, makna sejati dari bersyukur, hingga cara membangun rumah tangga yang sakinah. Pendekatan kontekstual ini menjadikan dakwah beliau terasa aplikatif dan memberikan panduan praktis dalam mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan nyata.

Penggunaan Narasi dan Kisah Inspiratif. Beliau mungkin menggunakan cerita-cerita dari Al-Qur'an, Hadis, atau kehidupan sehari-hari yang memungkinkan pendengar menempatkan diri dalam kisah tersebut dan merenungkan pelajaran moralnya. Penyampaian ustadzah Yayah merupakan materi yang emosional namun terkendali Beliau mungkin menggunakan intonasi dan bahasa tubuh yang membangkitkan empati atau kesadaran diri, namun tetap menjaga agar pesan tidak terlalu menghakimi atau menyalahkan (DeFleur, 1998: 89).

Video dakwahnya sering kali dimulai dengan pengantar singkat yang langsung menarik perhatian, dilanjutkan dengan penyampaian inti pesan secara lugas, dan diakhiri dengan kesimpulan atau ajakan yang inspiratif. Pola ini menunjukkan fleksibilitas dan spontanitas yang tetap berpegang pada fondasi isi yang telah disiapkan, membuat konten dakwah terasa lebih hidup, tidak menggurui, dan otentik. *Respons* dari *followers* menunjukkan bahwa mereka merasa pesannya "membumi" dan relevan dengan tantangan hidup yang mereka hadapi.

Pesan yang efektif adalah pesan yang tidak hanya diterima, tetapi juga memicu *respons* kognitif dan afektif yang dimaksudkan pada penerima (Berlo, 1989: 44-46). Dakwah ustadzah Yayah Fajriyah melampaui transmisi pesan sederhana. Ustadzah Yayah Fajriyah telah berhasil memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah yang efektif, menyentuh hati para pengikutnya

dengan pesan yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Berdasarkan observasi konten video dakwah di akun @Yayah_Fajriyah, terlihat bahwa video-video tersebut konsisten mengusung tema-tema yang relevan dengan problematika keseharian, seperti pentingnya menjaga lisan, urgensi shalat, motivasi untuk berhijrah dan istiqamah, serta adaptasi tema dakwah dengan momen-momen tertentu seperti bulan Ramadhan. Gaya penyampaian pesan beliau bersifat *to the point* dan efektif meskipun dalam durasi video yang singkat.

Strategi penyampaian yang diterapkan oleh Ustadzah Yayah berfokus pada prinsip *simplicity*, kepadatan isi, daya tarik visual dan naratif, kemudahan pemahaman, serta relevansi waktu. Prinsip *simplicity* tercermin dari penggunaan bahasa yang lugas, tidak berbelit-belit, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk pengguna muda di TikTok; beliau menghindari istilah kompleks dan lebih memilih menyampaikan nilai-nilai keislaman yang dekat dengan keseharian audiens. Meskipun durasi video TikTok singkat, Ustadzah Yayah mampu merangkum inti pesan tanpa kehilangan makna substansial, menunjukkan kemampuan seleksi materi yang cermat untuk mencapai kepadatan isi. Konteks komunikasi modern, proses refleksi ini dapat diperkaya melalui interaksi dalam media digital, seperti forum diskusi, media sosial, dan platform komunikasi online lainnya (Baym, 2010 : 53). Ustadzah Yayah menciptakan semacam refleksi sosial, di mana pemahaman tidak hanya dibentuk secara personal, tetapi juga dikonstruksi bersama dalam komunitas digital.

Proses produksi konten Ustadzah Yayah selalu dimulai dengan penentuan tema utama, diikuti penyusunan materi secara sistematis dan terstruktur agar pesan tetap fokus. Beliau meyakini bahwa durasi pendek sangat efektif untuk dakwah di TikTok karena pengguna cenderung mengonsumsi konten yang cepat dan padat, serta membuka ruang bagi penonton untuk pendalaman materi secara mandiri. Meskipun konten singkat, persiapan tetap dilakukan dalam bentuk catatan ringkas atau poin utama untuk memastikan pesan terarah, dengan pengembangan narasi yang cenderung spontan saat rekaman untuk menciptakan kesan natural. Bruner mengeksplorasi bagaimana manusia membangun makna melalui narasi dan interpretasi (Bustami, 1997: 56). Dakwah Ustadzah Yayah Fajriyah yang mendorong refleksi pribadi adalah proses penciptaan makna.

Evaluasi pasca publikasi dilakukan dengan memantau respons audiens; tema-tema yang ringan, relevan, dan mudah dipahami cenderung mendapat respons positif dan berpotensi viral (*FYP*). Komunikasi digital, pesan yang ringkas dan padat cenderung memiliki daya ingat yang lebih tinggi dan peluang interaksi yang lebih besar (Karen, 2009: 56). Ustadzah Yayah Fajriyah

menjelaskan bahwa dalam setiap pembuatan konten dakwah di TikTok, Beliau selalu memulai dengan menentukan tema utama yang ingin disampaikan.

Penentuan tema ini menjadi titik awal yang sangat penting karena berfungsi sebagai kerangka berpikir dan arah utama dari materi yang akan dikembangkan. Penemuan dakwah ustadzah Yayah terletak pada kombinasi komunikasi linear yang jelas dan kemampuan membangkitkan refleksi, yang kemudian didukung oleh dinamika komunikasi kolaboratif dalam media digital, sehingga menciptakan proses pembelajaran yang berkelanjutan dan bermakna (Fink, 2014: 29). Setelah tema ditetapkan, Beliau kemudian menyusun materi yang relevan secara sistematis dan terstruktur, sehingga pesan yang disampaikan tidak keluar dari jalur dan tetap fokus pada satu pokok pembahasan. Beliau menjelaskan dalam wawancara yaitu "Dalam setiap konten, saya menentukan tema terlebih dahulu, lalu menyusun materi yang terkait dengan tema.

Intonasi dan Artikulasi Dakwah Ustadzah Yayah Fajriyah di TikTok

Kualitas intonasi dan artikulasi Ustadzah Yayah terbukti sangat berpengaruh terhadap daya tarik dan kenyamanan audiens. Dalam keterbatasan durasi video TikTok, beliau sangat memperhatikan aspek ini agar pesan tidak hanya sampai secara kognitif, tetapi juga menyentuh hati pendengar. Ustadzah Yayah secara sadar mengakui pentingnya intonasi sebagai "bahasa emosional" dan sering melakukan rekaman ulang jika dirasa intonasinya belum optimal atau kurang menyatu dengan isi pesan. Hal ini menunjukkan dedikasi beliau dalam memastikan bahwa setiap kata yang terucap memiliki bobot dan resonansi yang tepat. Komentar dari followers sering kali menyebutkan bagaimana suara Ustadzah yang lembut, menenangkan, dan intonasi yang tepat membuat mereka merasa nyaman dan lebih terbuka untuk menerima pesan dakwah. Kejelasan artikulasi juga memastikan bahwa setiap kata terdengar jelas, meskipun disampaikan dengan cepat, tanpa menyebabkan salah tafsir.

Ustadzah Yayah menyampaikan inti pesan dakwah secara langsung, fokus, dan bermakna dalam durasi yang sangat terbatas, tanpa kehilangan kedalaman nilai spiritual yang ingin disampaikan. Kombinasi dua prinsip ini menjadikan dakwah yang disampaikan terasa ringan secara bentuk, tetapi tetap berat secara isi. Hal ini sangat sesuai dengan karakteristik platform TikTok yang mengutamakan durasi pendek namun menuntut pesan yang menarik dan relevan (Brown, 2000: 92).

Kemampuan mengontrol intonasi suara menjadi salah satu aspek krusial dalam penyampaian dakwah, khususnya dalam format video pendek seperti di TikTok. Beliau menyadari bahwa kekuatan pesan dakwah tidak hanya terletak pada isi materi yang disampaikan, tetapi juga sangat ditentukan oleh bagaimana

pesan tersebut diucapkan termasuk dalam hal penekanan, nada, dan dinamika suara. Untuk itu, penguasaan materi menjadi langkah awal yang sangat penting. Prinsip simplicity dalam komunikasi mengacu pada penggunaan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dimengerti oleh khalayak luas (Hall, 1976: 88). Prinsip ini menekankan pentingnya menyampaikan pesan secara langsung, tanpa ornamen retorik yang berlebihan atau istilah teknis yang dapat membingungkan audiens.

TikTok terbukti menjadi media dakwah yang efektif tidak hanya karena jangkauan luas dan algoritma FYP yang memungkinkan pesan dilihat oleh banyak pengguna, tetapi juga karena kualitas penyampaian pesan itu sendiri, khususnya intonasi dan artikulasi. Ustadzah Yayah sangat menekankan pentingnya penguasaan materi sebagai kunci utama untuk mengontrol intonasi. Beliau menggunakan intonasi tegas untuk menyampaikan perintah atau larangan, sementara intonasi yang lembut dan tenang digunakan untuk nasihat atau renungan. Penggunaan intonasi yang tepat sangat berpengaruh pada atensi dan kenyamanan audiens, serta mampu membangun bahasa emosional yang menyentuh hati.

Keberhasilan dakwah tidak hanya diukur dari apa yang disampaikan, tetapi juga sejauh mana pesan tersebut dapat disampaikan secara efisien dan diterima dengan baik oleh khalayak (Ibrahim, 2006: 35). Ustadzah Yayah secara konsisten menunjukkan bahwa dengan pemilihan kata yang tepat, narasi yang ringkas, dan struktur pesan yang jelas, nilai-nilai keislaman dapat dikomunikasikan secara kuat meskipun dalam durasi singkat.

Selain intonasi, kejelasan artikulasi juga menjadi perhatian utama, terutama dalam pengucapan ayat Al-Qur'an, hadits, dan istilah Arab, karena kesalahan pengucapan dapat mengubah makna secara signifikan. Untuk menghindari hal ini, Ustadzah Yayah melakukan rekaman ulang jika pengucapan dirasa kurang tepat dan memeriksa kembali teks Arab untuk memastikan tidak ada kesalahan interpretasi. Keseimbangan antara suara dan ekspresi wajah juga dijaga dengan cermat. Ustadzah Yayah mempertahankan "*tune*" suara alami agar stabil dan ekspresi wajah yang rileks, yang bertujuan untuk memperkuat makna pesan dan membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Pendekatan personal dengan membayangkan berbicara langsung kepada jamaah juga digunakan untuk membuat penyampaian terasa lebih hidup dan menyentuh. Secara analogi, kejelasan suara sangat erat kaitannya dengan efektivitas dakwah, sebagaimana penyajian yang apik dapat meningkatkan daya tarik suatu hidangan. Suara yang jernih bukan hanya mempermudah audiens dalam memahami pesan, tetapi juga menciptakan kenyamanan dalam mendengarkan. Dalam setiap konten, Beliau berusaha memastikan bahwa suara

terekam dengan baik, tidak terburu-buru, dan disampaikan dengan intonasi yang sesuai agar pesan dakwah bisa tersampaikan secara maksimal dan menyentuh hati.

Strategi penyampaian yang padat ini menjadi sangat penting untuk menjaga atensi audiens sekaligus memastikan substansi tetap sampai. Pendekatan ini juga sejalan dengan teori komunikasi media baru oleh (Shirky, 2008: 67). Yang menyatakan bahwa konten di era digital harus mampu bersaing dalam ekonomi atensi, yakni merebut perhatian dalam waktu yang sangat terbatas. Computer Mediated Communication (CMC) merupakan segala bentuk komunikasi yang terjadi melalui perantara komputer, yang digunakan untuk mentransmisikan, menerima, dan menyimpan pesan antarindividu atau kelompok (Tomic, 2004: 89).

Komputer tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai medium utama yang mengatur alur komunikasi digital. Sedikit upaya yang dibutuhkan penyandi untuk merumuskannya, dan semakin sedikit upaya yang dibutuhkan penerjemah sandi untuk memahaminya (Shannon & Weaver, 1949: 44). pesan yang sederhana tidak hanya memudahkan proses penyandian dan meminimalkan potensi kesalahan atau ambiguitas dari sisi pengirim.

Kejelasan Isi Dakwah Ustadzah Yayah di Akun TikTok

Kejelasan isi dakwah Ustadzah Yayah terpancar dari pemilihan bahasa yang sederhana namun padat makna, serta struktur penyampaian yang sistematis dan terorganisir. Beliau menggunakan gaya bahasa yang lugas, tidak bertele-tele, dan menghindari jargon keagamaan yang terlalu rumit, sehingga pesannya dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang mungkin tidak memiliki latar belakang agama yang kuat. Menggambarkan proses komunikasi sebagai aliran informasi dari sumber ke penerima secara langsung. Meskipun efektif untuk penyampaian pesan yang ringkas dan jelas, model ini memiliki keterbatasan karena tidak mengakomodasi feedback atau pemahaman mendalam dari audiens (Shannon dan Weaver, 1949:7).

TikTok terbukti menjadi media dakwah yang efektif tidak hanya karena jangkauan luas dan algoritma FYP yang memungkinkan pesan dilihat oleh banyak pengguna, tetapi juga karena kualitas penyampaian pesan itu sendiri, khususnya intonasi dan artikulasi. Ustadzah Yayah sangat menekankan pentingnya penguasaan materi sebagai kunci utama untuk mengontrol intonasi. Beliau menggunakan intonasi tegas untuk menyampaikan perintah atau larangan, sementara intonasi yang lembut dan tenang digunakan untuk nasihat atau renungan. Penggunaan intonasi yang tepat sangat berpengaruh pada atensi dan

kenyamanan audiens, serta mampu membangun bahasa emosional yang menyentuh hati.

Kejelasan adalah kriteria utama untuk setiap pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap atau perilaku (Andreas, 2020: 14). Dakwah ustadzah Yayah Fajriyah yang komunikasi *low context* secara langsung berkontribusi pada kejelasan persuasif. Selain intonasi, kejelasan artikulasi juga menjadi perhatian utama, terutama dalam pengucapan ayat Al-Qur'an, hadits, dan istilah Arab, karena kesalahan pengucapan dapat mengubah makna secara signifikan.

Computer Media Communication, merupakan media untuk mendorong kejelasan bahasa dan ringkasan pesan menjadi pengganti yang efektif untuk isyarat nonverbal yang hilang, menjamin transmisi makna (A Emory, 2012: 68). Ustadzah Yayah Fajriyah menunjukkan kepiawaian dalam mengkompensasi keterbatasan isyarat non-verbal di media sosial untuk menghindari hal ini, Ustadzah Yayah melakukan rekaman ulang jika pengucapan dirasa kurang tepat dan memeriksa kembali teks Arab untuk memastikan tidak ada kesalahan interpretasi.

Gaya penyampaian yang langsung dan tepat sasaran ini menjadikan dakwah Ustadzah Yayah terasa lebih kuat dan berdampak. Penonton tidak merasa bosan karena tidak ada bagian yang mubazir atau keluar dari konteks. Sebaliknya, mereka merasa mendapatkan nilai yang jelas dalam waktu singkat, sesuai dengan ekspektasi mereka saat mengakses konten di platform digital yang serba cepat seperti TikTok. Pendekatan yang ringkas, lugas, dan tetap sarat makna, Ustadzah Yayah berhasil memanfaatkan batasan durasi sebagai kekuatan, bukan kelemahan.

Efektivitas komunikasi dalam lingkungan digital modern seringkali berbanding lurus dengan kemampuan konten untuk menarik perhatian dengan cepat dan mempertahankan daya ingatnya melalui keringkasan (Adiwijaya, 2013: 129). Ustadzah Yayah Fajriyah tidak hanya menyadari, tetapi juga memanfaatkan dinamika perhatian audiens media sosial. Dengan membuat dakwahnya komunikasi *low context* dan mudah diingat, beliau berhasil "menangkap" perhatian yang singkat dan meninggalkan kesan yang langgeng.

Gaya penyampaian ustadzah Yayah yang langsung ke inti bisa dipandang sebagai titik awal dari sebuah penemuan mentah yang belum sepenuhnya berkembang (Al-Bassam. 2015: 231). Melalui penerapan prinsip komunikasi linear (untuk kejelasan pesan) dan CMC (untuk pengembangan dan kolaborasi), gagasan tersebut dapat dimatangkan bersama oleh pendengar. Proses ini sejalan dengan pendekatan kombinitif yang disarankan oleh Kock.

Efisiensi komunikasi ini membuat pesan dakwahnya terasa relevan, mudah diingat, dan langsung menyentuh realitas kehidupan sehari-hari. Meskipun singkat, isi ceramahnya tetap memiliki kedalaman spiritual dan mampu menjalin koneksi emosional dengan para pendengarnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah dapat dikemas secara modern tanpa kehilangan substansi, sekaligus membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada generasi muda secara luas dan berpengaruh.

Model-model komunikasi, termasuk komunikasi *low context* menganggapnya komunikasi awal yang penting supaya dipahami oleh audiens sebelum beralih ke model yang lebih kompleks. Mereka juga menekankan pentingnya konteks dalam memahami pesan (Albana, 2007: 14). Meskipun bersifat dasar, model linear tetap menjadi batu loncatan dalam memahami proses penyampaian pesan, terutama dalam dakwah yang bersifat satu arah seperti khutbah daring atau video TikTok.

Ustadzah memiliki kemampuan yang baik, mampu mengelola alur berpikir secara logis dan menyampaikannya dengan cara yang mudah diikuti. Penggunaan bahasa yang sederhana namun tetap mendalam menjadi kekuatan tambahan, karena audiens tidak hanya menangkap makna secara permukaan, tetapi juga bisa merenungi dan menghayati pesan-pesan agama yang disampaikan. Gaya komunikasi seperti ini sangat relevan di tengah masyarakat digital yang haus akan pemahaman agama yang jelas, praktis, namun tetap menyentuh aspek spiritual secara substantif.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Model penyampaian pesan komunikasi *low context* ustadzah Yayah di media sosial, menggunakan pendekatan studi kasus dan teori komunikasi Linear dan *Computer Media Communication* kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pembahasan Strategi penyampaian yang diterapkan oleh Ustadzah Yayah berfokus pada prinsip *simplicity*, kepadatan isi, daya tarik visual dan naratif, kemudahan pemahaman, serta relevansi waktu. Prinsip *simplicity* tercermin dari penggunaan bahasa yang lugas, tidak berbelit-belit, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk pengguna muda di TikTok; beliau menghindari istilah kompleks dan lebih memilih menyampaikan nilai-nilai keislaman yang dekat dengan keseharian audiens.

Durasi video TikTok singkat, Ustadzah Yayah mampu merangkum inti pesan tanpa kehilangan makna substansial, menunjukkan kemampuan seleksi materi yang cermat untuk mencapai kepadatan isi. Kombinasi kesederhanaan

bentuk dan kedalaman isi ini menjadikan dakwahnya ringan namun tetap berbobot, sangat sesuai dengan karakteristik platform TikTok yang mengutamakan durasi pendek namun menuntut pesan yang menarik dan relevan

Kejelasan isi adalah salah satu kekuatan utama dakwah Ustadzah Yayah. Beliau mampu menyampaikan pesan-pesan keislaman secara lugas dan sederhana, menghindari istilah rumit, serta menggunakan bahasa yang akrab di telinga masyarakat. Pendekatan ini membuat pesannya terasa membumi dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda. Selain itu, Ustadzah Yayah mengaitkan nilai-nilai Islam dengan tantangan hidup sehari-hari, memberikan panduan praktis, dan menggunakan struktur penyampaian yang sistematis. Gaya komunikasi *low context* yang padat dan langsung menjadi ciri khasnya, memastikan inti pesan tersampaikan dengan cepat dan jelas, sesuai dengan karakteristik media TikTok yang mengutamakan efektivitas dan informasi instan.

Intonasi dan artikulasi Ustadzah Yayah memegang peranan krusial. Penguasaan materi yang mendalam memungkinkan beliau mengatur intonasi secara tepat tegas untuk perintah dan lembut untuk nasihat guna membangun kedekatan emosional dan kenyamanan audiens. Kejelasan artikulasi, terutama dalam pengucapan istilah keagamaan, sangat dijaga untuk menghindari kesalahan makna. Keseimbangan antara suara alami dan ekspresi wajah yang rileks semakin memperkuat pesan, menciptakan kesan personal yang menyentuh hati audiens, dan secara keseluruhan meningkatkan efektivitas dakwahnya di ranah digital.

Dakwah Ustadzah Yayah Fajriyah di TikTok menunjukkan bahwa kombinasi antara fokus penyampaian yang relevan, kejelasan isi yang adaptif, serta penguasaan intonasi dan artikulasi yang profesional, mampu menciptakan komunikasi dakwah yang tidak hanya populer, tetapi juga bermakna dan berdampak nyata dalam membentuk kesadaran serta inspirasi keagamaan di kalangan masyarakat digital. Kepada pelaku dakwah harus bisa adaptasi berkelanjutan terhadap Platform. serta harus selalu siap beradaptasi dengan munculnya platform media digital baru dan tren konten yang terus berubah. Mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku pengguna adalah kunci untuk menjaga relevansi dakwah

DAFTAR PUSTAKA

- Ridwan, A (2022). *Dakwah dan Digital Culture* Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital
- A Emory, G. (2012). *A First Look at Communication Theory*. 55.
- Adiwijaya. (2013). *Buku Ajar Metode Penelitian* (Efitra (ed.); pertama).
- Albana, H. (2007). *Akhlak Dakwah*. Pustaka Firdaus.
- Al-Bassam. (2015). *Khitobah dan Peranannya dalam Dakwah Islam*. Al-Maktabah Al-Islamiyah.
- Andreas, K. (2010). *Users of the world, unite!* The challenges and opportunities of SocialMedia. 59.
- Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity Press.
- Berlo, D. (1989). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.No Title. 28.
- Bustami, A. (1997). *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*. Prenada Media.
- Brown, H. D. (2000). *Principles of Language Learning and Teaching* (4th ed.). Pearson Education.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Canra, K. (2024). *komunikasi Dakwah Era Digital* (Eka Tresna Setiawan (ed.)).
- Craig, R. T., & Muller, H. L. (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. SAGE Publications.
- Defleur (1998). *Theories of Human Communication*. Winston.No Title
- Fink, A. (2014). *Conducting Research Literature Reviews: From the Internet to Paper* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hall, E. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books. 85.
- Ibrahim, A. (2006). *Khitobah dalam Dakwah Islam*. Dakwah Isam Indonesia.
- Karen, A. (2009). *Theories of Human Communication*. 96.
- Khoirunnisa Chaya. (2022). *Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok@syam_elmarusy*. Repository.Uinsaizu.Ac.Id, 71.
- Maulana, A. I. (2021). *Dakwah di Media Sosial Analisis Isi Pesan Tabligh pada Akun Tiktok @basyasman00 Periode Mei 2020*. 208.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.

Simbiosis Rekatama Media.

- Rahmawati. (2018). fenomena penggunaan aplikasi tiktok dikalangan mahasiswa. 33.
- Rustandi, R. (2022). *Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam*
- Sabaniyati, S. (2023). Pesan Dakwah tentang Akhlak untuk Remaja pada TikTok (Analisis Pesan Dakwah pada Akun TikTok @ risyad _ bay). 15.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction in an Internet World*. Sage Publications
- Wahab, A. (2002). *Ilmu Khitbah*. Gema Insani.
- Yenni Aprilia. (2021). pesan Dakwah Mengenai Akhlak Di Media Sosial Instagram“Analisis Isi dalam Akun Instagram @munawirmaulidin_.” 55.

