BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Dengan komunikasi kita bisa menyampaikan atau mendapatkan berbagai macam informasi. Menurut Handoko (2009: 272) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga wajah, intonasi, titik putus lokal dan sebagainya. Dan perpindahan efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirim berita dan menerimanya sangat tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain-lain).[1]

Pengertian komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sehingga komunikasi adalah sebuah proses dimana suatu ide dari sumber lepas suaru penerima dengan niat atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.[2] Proses komunikasi atau penyampaian pesan ada terdapat dua bentuk, secara tertulis

---

[1] Ngalimun, *Ilmu Komunikasi sebuah pengantar praktis*, (Yogyakarta, Pustaka Baru Press: 2017) h. 20

[2] Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandunng, PT. Remaja Rosdakarya, 2010) h. 5

dan lisan, sama halnya dengan berdakwah. Penyampaian pesan atau berdakwah bisa dilakukan secara tertulis melalui tulisan pada blog, buku, novel dan tulisan yang lain nya. ataupun secara lisan seperti khotbah, ceramah dan lainnya. Berdakwah merupakan suatu kegiatan yang sangat berkaitan erat dengan komunikasi. Karena ketika kita berdakwah, itu sama hal nya dengan kita sedang melakukan komunikasi.

Dakwah pada dasarnya merupakan sebuah proses komunikasi. Komunikasi antar dua arah, yang mengajak dan yang diajak dan yang menerima ajakan. Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab **دعا يدعو** yang berarti seruan, ajakan atau panggilan. Arti demikian sering kita jumpai di dalam Al-Qur'an,

Allâh Azza wa Jalla berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. **(Ali 'Imran: 104).**

Ketentuan setiap muslim untuk berdakwah juga terdapat dalam hadis : *"Dari 'Abdullah bin 'Umar ra. Dituturkan, bahwasanya Rasulullah saw bersabda, "Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat."* [HR. Bukhari].

Berdakwah atau mengajak seseorang ke jalan kebaikan adalah sebuah kewajiban setiap kaum muslim, baik itu laki-laki atau perempuan. Mengajak manusia ke jalan kebaikan harus sesuai dengan kaidah yang ada di Al-Qur'an dan Hadis. Kegiatan mengajak atau menyeru kepada kebaikan juga bisa disebut dengan berdakwah. Orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut *da'i* (orang yang menyeru). Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut merupakan suatu proses penyampaian atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah tablig yaitu penyampaian dan mubalig yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*massage)* kepada pihak komunikasi. (Adi Sasono, 1998: 150).[3]

Berdakwah tidak hanya dilakukan di majelis atau kegiatan keagamaan yang lainnya. Dengan menggunakan media sosial yang kita punya, kita juga dapat menjadi seorang *da'i*. Seperti halnya yang sudah sering kita jumpai di Instagram, YouTube ataupun Tiktok. Ada banyak *da'i* muda yang menggunakan media sosial dengan sangat baik. Mereka menyebarkan konten-konten dakwah, ataupun menyebarkan foto atau video pada saat ustad dan/atau habib berdakwah guna menyebarkan dakwah lebih luas lagi.

Kegiatan berdakwah di era *millenial* ini, dapat dilakukan dengan pemanfaatan teknologi media sosial. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang

---

[3] Adi Sasono, *Solusi Islam atas problematika umat: ekonomi, pendidikan, dan dakwah* (Jakarta, Gema Insani, 1998), h. 150-151.

tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp dan Tiktok. Beragam media ini sangat lah baik dan efisien jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah atau menyebarkan kebaikan. Dengan adanya media sosial, kita sangat mudah sekali untuk menebarkan kebaikan kita meskipun hanya melalui postingan foto dan video yang ada di setiap media sosial yang kita punya. Ditambah dengan hadirnya aplikasi Tiktok membuat para *da'i* muda lebih mudah dalam menyebarkan kebaikan. Karna, aplikasi ini sangat mudah pengaplikasiannya. Aplikasi Tiktok juga membuat para *da'i* muda dan *mad'u* terasa dekat. Karna, para *da'i* atau konten kreator sering menjawab pertanyaan yang ada dikolom komentar dengan membuat video baru.

Salah satu akun Tiktok yang sangat aktif membagikan postingan dakwah ialah akun milik ustad Syam. Ustad Syamsuddin Nur Makka adalah seorang ustad dan juga *selebgram* yang sangat memanfaatkan media sosial dengan sangat baik. Selain dia berdakwah melalui televisi dalam acara Islam Itu Indah, ustad Syam juga berdakwah melalui media sosial. Pada aplikasi Tiktok ustad Syam mendapat gelar *CEO Al-Tiqtoqiah* dari para netizen dan *mad'u*. ustad Syam sering memberikan dakwah mengenai kehidupan sehari-hari dan kehidupan para remaja. Dengan pembawaan beliau yang lemah lembut namun langsung mengena, dan beliau selalu menggunakan bahasa yang mudah dipahami anak muda sehingga itu menjadikan beliau digemari di kalangan anak muda. Pada akun Tiktoknya, ustad Syam memiliki *followers*

sebanyak 3.3 M, 449 postingan video dan 84.5 M *likes* pada semua postingannya.

Dengan penggambaran diatas, peneliti mengambil akun Tiktok ustad Syam *@syam_elmarusy* sebagai bahan penelitian karena akun tersebut merupakan salah satu alternatif dalam penyampaian dakwah. Penelitian ini akan melihat komunikasi dakwah dari bagaimana cara penyampaian ustad Syam serta apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam konten video yang di posting pada akun *@syam_elmarusy* dan jenis komentar apa saja yang terdapat dalam setiap konten dakwahnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang komunikasi dakwah yang terdapat dalam akun Tiktok *@syam_elmarusy* yang dituang dalam sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **"Komunikasi Dakwah pada Akun Tiktok '*@syam_elmarusy*".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti membuat sub masalah penelitian ini:

1. Bagaimana ustad Syam mengkomunikasikan konsep agama dalam konten Tiktoknya?
2. Apa saja pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun *@syam_elmarusy*?
3. Bagaimana komentar *followers* terhadap akun *@syam_elmarusy*?

C. Tujuan Masalah

Setelah melihat rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari peneliti, ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana cara ustadz Syam mengkomunikasikan konsep agama dalam akun tiktoknya
2. Untuk mengetahui apa saja pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun *@syam_elmarusy*
3. Untuk mengetahui bagaimana komentar *followers* terhadap akun *@syam_elmarusy*

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan penelitian keilmuan yang terkait dengan Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi serta sebagai tambahan referensi daftar pustaka.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan deskriptif dalam melakukan komunikasi dakwah melalui media sosial Tiktok. Serta bagi para calon *da'i*, dapat memanfaatkan media sosial sebagai media dalam berdakwah.

E. Definisi Operasional

Istilah-istilah dalam penelitian perlu dijelaskan dalam definisi operasional dan agar mudah dipahami oleh pembaca terkait dengan **"Komunikasi Dakwah pada Akun Tiktok *@syam_elmarusy*."**

1. Komunikasi Dakwah

   Komunikasi dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pesan-pesan yang disampaikan oleh ustad Syam yang berisi pesan-pesan dakwah dan komentar yang disampaikan *mad'u* kepada *da'i*.

2. Pesan Dakwah

   Pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang mengandung akidah, syariah dan akhlak. Dan juga pesan dakwah yang dianalisis berdasarkan efek pesan yang berhubungan dengan kognitif, afektif dan behavioral.

3. Tiktok

   Tiktok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akun Tiktok *@syam_elmarusy* yang memiliki *followers* sebanyak 3.3 M, 449 postingan video dan 84.5 M *likes* pada semua postingannya.

4. *@syam_elmarusy*

   @syam_elmarusy merupakan sebuah akun Tiktok milik ustad Syam. Akun ini sudah mulai aktif membagikan postingan dakwah sejak tanggal 26 Juli 2020.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam berkomunikasi atau dalam berdakwah tidak hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka. Tapi, juga bisa dilakukan pada sosial media yang kita punya.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelusuran yang dilakukan di kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin untuk mengetahui penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

1. Skripsi yang berjudul "Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tiktok" yang ditulis oleh Riska Amelia mahasiswi Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dalam skripsi ini membahas tentang pesan-pesan dakwah dan mencari makna denotasi, konotasi yang ada dalam konten Tiktok Husain Basyaiban. Persamaan peneliti dengan peneliti ini terletak pada media yang digunakan dalam penelitian yakni, Tiktok. Perbedaannya ialah pada objek yang diguunakan dalam penelitian.[4]
2. Skripsi yang berjudul 'Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @hawaariyyun' yang ditulis oleh Eni Purwantari mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. Dalam skripsi

[4] Riska Amelia 'Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Kontek Tiktok" (Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi 2021)

ini membahas tentang pesan-pesan dakwah dan *feedback followers* pada akun @hawaariyyun. Persamaan peneliti dengan penelitian ini terletak pada subjek atau komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya ialah pada media dan objek penelitiannya, yang mana dalam penelitian Eni Purwantari adalah akun Instagram @hawwriyyun.[5]

3. Skripsi yang berjudul 'Komunikasi Dakwah dalam Film Pendek Cinta Subuh 3' yang ditulis oleh Muhammad Zaini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. Dalam skripsi ini membahas tentang bentuk komunikasi dan pesan-pesan dakwah yang ada di dalam Film Pendek Cinta Subuh 3. Persamaan peneliti dengan penelitian ini ialah pada subjek yaitu komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek dan media yang digunakan. Pada penelitian Muhammad Zaini memakai media film.[6]

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penelitian ini, penulis secara sistematis membagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan membahas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

---

[5] Eni Purwantari "Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @hawaariyyun" (Skripsi diterbitkan, Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin 2019)

[6] Muhammad Zaini "Komunikasi Dakwah dalam Film Pendek Cinta Subuh 3" (Skripsi diterbitkan, Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin 2018)

BAB II Landasan Teori yang berisikan pengertian

BAB III Metode Penelitian yang meliputi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.