

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di sepanjang proses kehidupannya, manusia tak pernah luput dari aktivitas komunikasi. Komunikasi merupakan unsur vital dalam kehidupan manusia karena menjadi salah satu cara bagi manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya. Komunikasi sebagai sebuah proses pentransmisi pesan dari pihak pengirim kepada penerima dengan memanfaatkan suatu media sehingga mendatangkan akibat atau efek tertentu secara langsung maupun tidak.¹ Berkat peran yang begitu vital dari adanya komunikasi inilah manusia yang satu dengan lainnya dapat menjalankan kehidupannya dengan baik sebagai makhluk sosial.

Proses yang terjadi dalam komunikasi sejatinya sama dengan proses yang terjadi dalam dakwah, di mana pesan disampaikan secara sengaja dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) yang bertujuan mempengaruhi atau mengubah perilaku mereka.² Setiap dakwah, apapun bentuk dakwahnya, sejatinya merupakan komunikasi. Namun tidak semua komunikasi dapat disebut sebagai dakwah. Di mana pesan dalam dakwah bersumber khusus dari Alquran dan Hadis serta bertujuan menciptakan umat yang menjunjung tinggi implementasi dari *amar ma'ruf nahi munkar* di kehidupannya.

¹Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 4.

²Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 26.

Dakwah merupakan kata serapan dari kata Bahasa Arab *da'â-yad'û-da'watan* yang bermakna memanggil, mengajak, menyeru.³ Prof. Toha Yahya Oemar berpendapat bahwa dakwah dalam Islam merupakan sebuah ikhtiar untuk mengajak manusia dengan *hikmah* (bijaksana) kepada jalan kebenaran demi kebaikan di dunia maupun akhirat.⁴

Allah berfirman dalam Q.S. an-Nahl/16: 125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

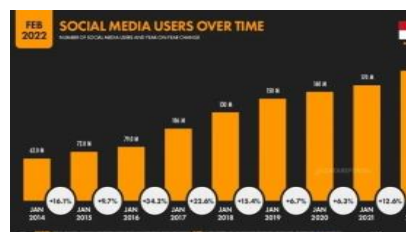
Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan nasihat yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang memperoleh petunjuk.”

Di zaman digitalisasi seperti sekarang, semua aktivitas manusia semakin dipermudah dengan adanya teknologi. Kehadiran teknologi ini tentunya juga berpengaruh terhadap perkembangan dakwah. Di mana dakwah kini tidak harus dilakukan di tempat tertentu, seperti masjid ataupun majelis taklim. Sekarang *da'i* dapat memanfaatkan media baru dan media sosial untuk berdakwah kepada banyak *mad'u* tanpa terikat ruang dan waktu. Konten-konten dakwah dapat dengan mudah dijumpai di media sosial, seperti Youtube, Instagram, bahkan

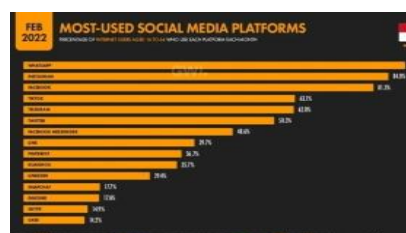
³Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 8.

⁴Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), h. 1-2.

Tiktok. Laporan media sosial asal Inggris, *We are Social*, menunjukkan bahwa pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Februari 2022 jumlahnya mencapai angka 191,4 juta pengguna. Angka tersebut mengalami peningkatan sebanyak 12,6% dikomparasikan dengan tahun sebelumnya.⁵ Dengan WhatsApp yang berada di peringkat pertama (naik menjadi 88,7%), disusul Instagram (turun menjadi 84,8%), Facebook (turun menjadi 81,3%), dan Tiktok (naik pesat menjadi 63,1%).⁶ Melihat peluang tersebut, tidak sedikit *da'i* muda yang berusaha untuk memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan dakwah mereka.



Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia Pada Februari 2022



Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Terbanyak Digunakan di Indonesia Pada Februari 2022

⁵Andi.link, 15 Februari 2022, Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022. Diakses pada 11 April 2022, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>

⁶DataIndonesia.id, 24 Februari 2022, Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diakses pada 23 Maret 2022, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Begitu banyak *da'i* yang memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan dakwahnya. Selain praktis, berdakwah menggunakan media sosial juga dinilai cukup efisien. Bisa dikatakan bahwa beberapa tahun belakangan ini berdakwah di media sosial menjadi tren baru dalam berdakwah.⁷ Media sosial sebagai media dakwah ternyata banyak diminati oleh masyarakat karena nilai memiliki beragam keuntungan, seperti misalnya kemudahan dalam mengakses, biaya yang lebih murah, dan tentunya bisa diputar berkali-kali sehingga hal ini menjadi suatu prospek bagi *da'i* untuk menyajikan konten dakwah yang menarik dan tentunya dengan ciri khasnya tersendiri. Namun perlu diingat bahwa tidak semua hal yang positif dan menarik akan mendapatkan respon atau efek yang positif pula, tidak sedikit konten kreator dakwah yang belum berhasil dalam berdakwah di media sosial, khususnya Tiktok. Karena memang, masih banyak masyarakat yang memiliki sentimen negatif terhadap Tiktok.

Di antara *da'i* muda yang sukses menggunakan platform media sosial Tiktok sebagai media dakwah adalah Husain (@basyasman00). *Da'i* muda tersebut berhasil menarik minat generasi muda terhadap dakwah yang ia sampaikan. Komunikasi yang mudah dipahami dan diterima oleh *mad'u*, membuat setiap konten yang ia posting mendapatkan ratusan hingga ribuan *like*, *views*, dan juga komentar.

Berlandaskan pada penjelasan di atas, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan sebuah riset terkait dengan komunikasi dakwah yang ada di media

⁷Kpi.iainkediri.ac.id. 30 April 2021. Maraknya Dakwah Melalui Sosial Media yang Digemari Semua Kalangan. Diakses pada 4 Desember 2022, dari <https://kpi.iainkediri.ac.id/maraknya-dakwah-melalui-sosial-media-yang-digemari-semua-kalangan/>

sosial Tiktok. Hasil penelitian tersebut akan disusun dalam sebuah karya ilmiah skripsi dengan judul “Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @basyasman00”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk komunikasi dakwah Husain pada akun Tiktok @basyasman00?
2. Apa saja efek pada video dakwah di akun Tiktok @basyasman00?
3. Apa saja fitur Tiktok yang dimanfaatkan Husain dalam video dakwahnya?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk komunikasi dakwah Husain pada akun Tiktok @basyasman00.
2. Mengetahui efek yang terdapat pada video dakwah di akun Tiktok @basyasman00.
3. Mengetahui pemanfaatan fitur Tiktok dalam video dakwah Husain di Tiktok.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang komunikasi dan dakwah yang dilakukan di media sosial, khususnya Tiktok, serta menjadi bahan rujukan yang relevan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kesadaran dan tuntunan bagi pendakwah milenial dalam mengembangkan dakwah melalui media sosial, khususnya Tiktok.

E. Definisi Operasional

1. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah aktivitas mentransmisikan pesan dakwah dari Alquran dan hadis oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasi dakwah dalam penelitian ini adalah aktivitas penyampaian pesan dakwah dengan memanfaatkan media sosial Tiktok.

2. Bentuk Komunikasi Dakwah

Bentuk komunikasi dakwah adalah bentuk transmisi atau penyajian pesan dakwah yang dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu dakwah *bil lisan* (komunikasi verbal melalui lisan), *bil kitabah* (komunikasi verbal melalui tulisan), dan *bil hal* (komunikasi nonverbal melalui perilaku nyata atau teladan).

3. Efek Komunikasi

Efek adalah perubahan terhadap pengetahuan, perasaan ataupun perilaku pada diri komunikan yang terlibat dalam proses komunikasi. Adapun efek dalam penelitian ini meliputi efek kognitif, afektif, dan behavioral.

4. Tiktok sebagai Media Dakwah

Tiktok adalah aplikasi dan platform musik video yang memungkinkan penggunanya untuk dapat berkreasi, membuat, mengedit, dan membagikan video pendek yang dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan. Adapun yang dimaksud dengan TikTok sebagai media dakwah dalam penelitian ini adalah Tiktok yang dimanfaatkan sebagai media baru dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah.

5. Akun Tiktok @basyasman00

Akun @basyasman00 merupakan salah satu akun Tiktok yang aktif memposting konten dakwah berupa video terhitung sejak pertengahan tahun 2020 atau lebih tepatnya pada 18 Mei 2020. Akun ini juga berhasil mendapatkan tempat di hati para pengguna Tiktok, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna pada platform tersebut.

F. Penelitian Terdahulu

Penelusuran terkait dengan penelitian terdahulu didasarkan pada kemampuan peneliti dalam menelusuri sumber-sumber terkait dengan penelitian lain yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Setelah melakukan penelusuran tersebut, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan sebagai berikut :

1. Skripsi M. Rialdi Pratama (2016) mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Komunikasi Dakwah Dalam Film 99 Cahaya di Langit Eropa”. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan

jenis penelitian deskriptif. Bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi dakwah dan pesan yang terkandung di dalamnya. Persamaannya terletak pada objek penelitian, yaitu untuk mengetahui bentuk komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan media dakwah yang digunakan.⁸

2. Skripsi Muhammad Zaini (2018) mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Komunikasi Dakwah Dalam Film Cinta Shubuh 3”. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi dakwah dan pesan yang terkandung di dalamnya. Persamaannya terletak pada objek penelitian, yaitu untuk mengetahui bentuk komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan media dakwah yang digunakan.⁹
3. Skripsi Noor Amiri Soleha (2021) mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @syam_elmarusy”. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Bertujuan untuk mengetahui komunikasi dakwah dalam akun Tiktok

⁸M. Rialdi Pratama, “Komunikasi Dakwah Pada Film 99 Cahaya di Langit Eropa” (Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2016).

⁹Muhammad Zaini, “Komunikasi Dakwah Pada Film Pendek Cinta Subuh 3” (Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2018).

@syam_elmarusy, meliputi cara penyampaian konsep agama, pesan-pesan yang ada, dan komentar *followers*-nya. Persamaannya terletak pada media dakwah yang digunakan, yaitu Tiktok. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian.¹⁰

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, berisi deskripsi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan juga sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI, berisi deskripsi tentang teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi deskripsi tentang jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan serta implementasinya, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi deskripsi tentang hasil temuan dalam penelitian dan pembahasan atau analisis terhadap data temuan tersebut..

BAB V PENUTUP, berisi deskripsi singkat tentang simpulan hasil dari penelitian dan juga rekomendasi.

¹⁰Noor Amiry Soleha, "Komunikasi Dakwah Pada Akun TikTok @syam_elmarusy" (Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2021).