

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi adalah kegiatan dasar dari seorang manusia, yang berarti manusia sebagai makhluk sosial akan selalu terkait dengan kata komunikasi. Pada saat berkomunikasi setiap orang memiliki gaya komunikasi tersendiri, hal itu dapat kita lihat melalui cara seseorang memilih bahasa yang digunakan, kata yang dipilih, retorika, serta bahasa tubuhnya. Gaya Komunikasi sendiri sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya suatu komunikasi, yang artinya hendaknya sejumlah gaya komunikasi ditata sedemikian rupa agar mencapai komunikasi yang efektif.

Begitupun dalam berdakwah, dalam upaya mencapai komunikasi dakwah yang efektif maka seorang *da'i* dituntut untuk menggunakan gaya komunikasi dakwah yang baik. Pentingnya gaya komunikasi dalam tercapainya efektivitas dakwah, Yera Yulista mengatakan:

Gaya Komunikasi memiliki pengaruh besar dalam efektif atau tidaknya dakwah, yang maksudnya ialah dalam persiapan menyampaikan dakwah hendaknya para *da'i* mempertimbangkan gaya komunikasi diantaranya seperti menggunakan verbal lisan yang persuasi sehingga dapat menyentuh sisi psikologis *mad'u*. Dikarenakan harapan dalam

berdakwah tidak terbatas hanya pada pemahaman akan ke Islam-an saja lebih dari itu adanya harapan perubahan perilaku, dimana hal tersebut menjadi penanda bahwa dakwah tersebut efektif.<sup>1</sup> Sebagaimana seperti makna dari Q.S An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالتِّي هِيَ

أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>2</sup>

Selain *da'i* dalam mempengaruhi keberhasilan atau efektifnya suatu dakwah terdapat juga unsur lain yang mempengaruhinya, diantaranya ialah media dakwah. Media dakwah ialah suatu alat yang dijadikan perantara dalam penyampaian pesan dakwah oleh *da'i* kepada *mad'u*. Mengikuti perkembangan teknologi saat ini, media terefektif serta terampuh untuk menyampaikan dakwah ialah melalui teknologi internet. Mengingat dewasa ini sebagian besar masyarakat telah

<sup>1</sup> K Kodir and Anggit Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube| The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021).

<sup>2</sup> [https://www.marja.id/quran/016\\_an-nahl/ayat\\_125/](https://www.marja.id/quran/016_an-nahl/ayat_125/) diakses pada 07 Mei 2023 pukul 21.57 WITA.

mengenal teknologi serta menggunakan internet dalam berbagai sisi kehidupannya, maka akan sangat efektif apabila dakwah dilakukan melalui internet sebagai medianya.<sup>3</sup>

Sekarang ini begitu banyak aplikasi yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi media dalam berdakwah, salah satu diantaranya ialah *TikTok*. *TikTok* menjadi satu diantara media yang begitu populer dan diminati untuk sekarang, baik di kalangan remaja ataupun dewasa. *TikTok* sendiri menghadirkan fitur-fitur menarik guna mempermudah penggunaanya dalam membuat konten, baik konten dengan tema pendidikan, kesehatan, hiburan, serta sebagaimana yang akan dibahas pada penelitian ini yakni konten dengan tema keagamaan yang diwujudkan melalui konten dakwah pada *TikTok*.<sup>4</sup>

Dengan populernya *TikTok* saat ini, menjadi tantangan sekaligus peluang untuk para *da'i* dalam menyebarkan dakwah Islam. Maka dari itu pemanfaatan *TikTok* sebagai media dakwah banyak menjadi pilihan seorang *da'i*, sebagaimana yang dilakukan oleh *TikToker* dengan *username* @teungkusakhra.ay\_ dan @syam\_elmarusy. Isi pesan dakwah mereka pun bermacam-macam, sehingga menarik banyak warga *TikTok* untuk menonton konten dakwah mereka. Salah satu konten mereka yang banyak diminati ialah konten yang berkaitan dalam meluruskan *hoax*

---

<sup>3</sup> Nurul Muzayyana, "Strategi Dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Ustadz Adi Hidayat Di Youtube Serta Efeknya Terhadap Publik." *Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2020.

<sup>4</sup> Evi Nowidiyanti, "PESAN DAKWAH MELALUI KONTEN TIKTOK (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok@ Basyasman00)" 2021.

yang telah beredar di *TikTok*. Selain itu, gaya komunikasi dakwah yang mereka gunakan pun menjadi alasan suksesnya konten dakwah mereka menarik perhatian warga *TikTok*, seperti misalnya bagaimana gaya komunikasi dakwah mereka saat meluruskan *hoax* yang beredar di *TikTok*.

Sebelum mereka ada seorang “*Gus*” bernama Husain Basyaiban, yang mana merupakan Mahasiswa UIN Surabaya melalui akun *TikTok*nya dengan *username* *@KadamSidik00* yang telah sukses memiliki 5,9 juta *followers*, dan 312,5 juta *likes*. Husain Basyaiban sendiri merupakan salah satu konten kreator *TikTok* yang sangat diminati, dipercaya, dan disenangi oleh banyak warga *TikTok* terutama dikalangan remaja, dimana dapat dibuktikan oleh komentar-komentar yang ada dalam tiap video *posting*nya. Hal tersebut salah satunya didasari penggunaan gaya komunikasi dakwah yang efektif oleh Husain Basyaiban sehingga dapat dipahami secara mudah, dan juga berdasarkan ringannya pembahasan yang dipilih serta relevan untuk permasalahan di masyarakat khususnya para remaja. Husain Basyaiban melalui akun *TikTok*nya *@KadamSidik00* telah banyak menginspirasi para pendakwah untuk berdakwah melalui *TikTok*, terutama para pendakwah-pendakwah remaja.

Salah satu *posting*an dakwah yang diunggah oleh Husain Basyaiban biasanya berbentuk pertanyaan atau juga permasalahan yang sedang dialami oleh seseorang yang kemudian seseorang tersebut

bertanya kepada Husain melalui akunnya *@KadamSidik00* dan dijawab dengan sudut pandang ilmu ajaran agama Islam yang dimiliki Husain Basyaiban melalui konten video dakwahnya tersebut. Salah satu hal yang sering dipertanyakan warga *TikTok* kepada Husain Basyaiban ialah mengenai suatu video konten dakwah *TikToker* lain yang membuat mereka ragu, karena video dakwah tersebut tidak bersumber sehingga mereka takut bahwa video dakwah tersebut merupakan *hoax* yang beredar di *TikTok*, atau bahkan sebelum diminta untuk men-*stitch* Husain Basyaiban sendiri terlebih dahulu dengan kreatifitasnya membuat konten dakwah yang bertujuan untuk meluruskan *hoax* yang beredar di *TikTok*.

Seperti kita ketahui, segala sesuatu pasti memiliki sisi positif dan negatif, pun dengan kemajuan teknologi. Dewasa ini *hoax* merupakan hal yang sudah sering terjadi, sehingga *hoax* merupakan salah satu tantangan bagi seorang *da'i* dalam berdakwah terkait dengan menyebarnya berita *hoax*. Cerdasnya generasi sekarang mereka tidak mau begitu saja menjadi korban dari *hoax*, seperti diantaranya ialah warga *TikTok* yang selalu *mentabayyun* setiap konten dakwah yang beredar di *TikTok*, sejalan dengan perintah agama Islam sendiri. Mereka tahu bahwa hal itu menjadi penting, karena jika mereka melakukan suatu perbuatan yang bertentangan dengan Islam, tentulah mereka telah berada di jalan yang salah, bahkan dapat mendatangkan dosa bagi mereka dan pelaku, dan jika terus beredar bisa menyebabkan semakin banyak orang yang tersesat dan mendapatkan dosa.

Husain Basyaiban melalui akunnya *@KadamSidik00* selalu mendapat kepercayaan lebih dari warga *TikTok* dalam meluruskan *hoax* yang beredar di *TikTok* daripada akun-akun *TikTok* lainnya, selain karena ilmu yang dimilikinya begitu luar biasa pun juga karena gaya komunikasi dakwah yang digunakan Husain Basyaiban dalam meluruskan *hoax* tersebut, sehingga mudah diterima warga *TikTok*. Hal tersebut merupakan keunikan sekaligus kreatifitas Husain Basyaiban yang menjadi ciri khasnya dalam memanfaatkan media *TikTok* untuk berdakwah dibandingkan *TikToker* lainnya.

Berdasarkan pemaparan dan fenomena dakwah melalui *TikTok* seperti yang dilakukan Husain Basyaiban melalui akunnya *@KadamSidik00* di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah yang digunakan dalam meluruskan *hoax* yang beredar di aplikasi tersebut melalui video dakwah yang diunggahnya, yang kemudian peneliti muat dalam skripsi dengan judul “GAYA KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM MELURUSKAN *HOAX* DI *TIKTOK*”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti dapat menentukan fokus masalah sebagai berikut: Bagaimana Gaya Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Dalam Meluruskan *Hoax* di *TikTok* ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah difokuskan oleh peneliti, maka tujuan yang hendak dicapai ialah untuk menganalisis dan mengetahui dengan jelas Gaya Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Dalam Meluruskan *Hoax* di *TikTok*.

### **D. Signifikansi Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan adanya penelitian ini mampu berkontribusi dan memberikan masukan pengetahuan terkhusus bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk pengembangan penelitian mengenai gaya komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan, ide atau gagasan sehingga komunikasi menjadi efektif dan tujuan yang diharapkan tercapai.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini sekiranya bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya:

##### a. Bagi Peneliti

Agar menambah wawasan serta pengetahuan mengenai teori dalam menerapkan ilmu gaya komunikasi dakwah baik untuk kehidupan pribadi maupun untuk dijadikan bekal dalam menghadapi dunia kerja kelak.

b. Bagi Penggiat Dakwah

Untuk menjadi bahan informasi dan evaluasi tambahan bahwa betapa pentingnya mengetahui gaya komunikasi dalam berdakwah agar penggiat dakwah dapat lebih bisa memilih gaya komunikasi dakwah seperti apa yang digunakan untuk menghasilkan dakwah yang efektif baik melalui media sosial *TikTok* maupun sosial media lainnya.

**E. Definisi Operasional**

Agar tidak menimbulkan kesalahpahaman saat memahami judul: “GAYA KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM MELURUSKAN *HOAX* DI *TIKTOK*”, maka definisi operasional perlu adanya untuk memberi penjelasan sebagai berikut:

1. Gaya Komunikasi Dakwah, ialah cara seorang komunikator dakwah dalam menyampaikan ide, gagasan atau pesan-pesan dakwahnya dengan bahasa sebagai alat penyaluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan dakwah, agar terciptanya keberhasilan dari tujuan komunikasi dakwah yang dilakukan. Gaya Komunikasi Dakwah yang dimaksud oleh penulis di sini ialah cara yang digunakan oleh Husain Basyaiban melalui akunnya *@KadamSidik00* dalam meluruskan *hoax* di *TikTok*.
2. *Hoax*, ialah sesuatu yang sengaja dibuat-buat atau dengan kata lain sesuatu yang diartikan tidak sesuai dengan kenyataan atau berita palsu. *Hoax* yang dimaksud penulis di sini ialah konten *hoax* kreator *TikTok*

lain yang telah di *stitch* ataupun dijelaskan langsung oleh Husain Basyaiban melalui akunnya *@KadamSidik00*. Pada sepuluh video *TikTok*nya yang telah dipilih dengan kategori video penonton terbanyak sepanjang tahun 2020-2022.

3. *TikTok*, ialah satu diantara aplikasi media sosial yang begitu digemari orang-orang dari semua kalangan usia. Serta salah satu aplikasi online yang dapat digunakan para pendakwah di era digital seperti sekarang ini. *TikTok* yang dipakai penulis di sini ialah *TikTok* dengan akun *@KadamSidik00* yang videonya berkaitan dengan masalah *hoax*.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Agar menghindari adanya plagiasi atau kesamaan penelitian, maka penulis memilih menguraikan beberapa hasil eksplorasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini dan dapat dijadikan rujukan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Dakwah Melalui Aplikasi *TikTok* Oleh Husain Basyaiban. Dilakukan oleh Tasha Bulan Suci Fanti mahasiswi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Fakultas Dakwah dan komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2022. Bahasannya berfokus pada isi pesan dakwah dan teknik pengemasan serta gaya bahasa Husain Basyaiban dalam berdakwah melalui akun *TikTok* *@Basyasman00*. Persamaan dengan penelitian yang diteliti ialah sama-sama meneliti media sosial *TikTok* dengan Husain Basyaiban sebagai pembuat konten dakwah di *TikTok*. Adapun perbedaanya

terletak pada variabel yang digunakan yaitu pesan dakwah dan teknik pengemasan serta gaya bahasa.

2. Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di *Youtube* Serta Efeknya Terhadap Publik. Dilakukan oleh Nurul Muzayyana mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2020. Bahasannya berfokus pada bagaimana strategi dan gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dalam berdakwah melalui media *Youtube* serta bagaimana efeknya terhadap publik. Persamaan dengan penelitian yang diteliti ialah terletak pada variabel yang sama yaitu gaya komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada subjek dan media penelitiannya, yakni pada penelitian ini subjeknya adalah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, serta *Youtube* sebagai media penelitiannya.
3. Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media *Instagram (IGTV)*. Dilakukan oleh Muhd Al Haddad Winata mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Agama Islam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2020. Bahasannya berfokus pada gaya komunikasi dakwah seperti apa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki melalui media *Instagram (IGTV)*. Persamaan dengan penelitian yang diteliti ialah terletak pada

variabel yang sama yaitu gaya komunikasi dakwah. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada subjek dan media penelitiannya, yakni pada penelitian ini subjeknya adalah Ustadz Hanan Attaki, serta *Instagram (IGTV)* sebagai media penelitiannya.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

NO	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Dakwah Melalui Aplikasi <i>TikTok</i> Oleh Husain Basyaiban. 2022	Sama-sama meneliti media sosial <i>TikTok</i> dengan Husain Basyaiban sebagai pembuat konten dakwah di <i>TikTok</i> .	Terletak pada variabel yang digunakan yaitu pesan dakwah dan teknik pengemasan serta gaya bahasa.
2	Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di <i>Youtube</i> Serta Efeknya Terhadap Publik. 2020	Terletak pada variabel yang sama yaitu gaya komunikasi dakwah.	Terletak pada objek dan media penelitiannya, yakni pada penelitian ini objeknya adalah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, serta <i>Youtube</i> sebagai sumber media penelitiannya.
3	Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media <i>Instagram (IGTV)</i> . 2020	Terletak pada variabel yang sama yaitu gaya komunikasi dakwah.	Terletak pada objek dan media penelitiannya, yakni pada penelitian ini objeknya adalah Ustadz Hanan Attaki, serta <i>Instagram (IGTV)</i> sebagai sumber media penelitiannya.

## **G. Sistematika Penulisan**

- BAB I** Pendahuluan dengan memuat latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Berupa kajian teori dan kerangka berpikir, dengan pembahasan terkait Gaya Komunikasi Dakwah, *Hoax*, dan *TikTok*.
- BAB III** Yaitu terkait metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV** Berisi hasil penelitian dan pembahasan, memuat hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan observasi dan dokumentasi.
- BAB V** Penutup atau akhir dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi.