

**DAKWAH MELALUI APLIKASI TIKTOK OLEH HUSAIN
BASYAIBAN**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

TASHA BULAN SUCI FANTI

NIM. 170401023

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

BANDA ACEH

1443 H / 2022

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dahwah dan Komuniknsi UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

Tasha Bulan Suci Fanti

NIM. 170401023

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Drs. Svukri Sramaun, M. Ag

NIP. 196412311996031006

Pembimbing II,



Fakhruddin, S. Ag., M. Pd

NIP. 197312161999031003

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya;

Nama : Tasha Bulan Suci Fanti

Nim : 170401023

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/ Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 01 Januari 2022

atakan,



METERAL
TEMPER
592AJX555092508

Tasha Bulan Suci Fanti

NIM. 170401023

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

TASHA BULAN SUCI FANTI
NIM. 170401023

Pada Hari/Tanggal

Sabtu, 15 Januari 2022 M
12 Jumadil Awwal 1443 H

di

Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

Drs. Syukri Syamaun, M. Ag
NIP. 196412311996031006

Sekretaris

Fakhruddin, S. Ag., M. Pd
NIP. 197312161999031003

Anggota I,

Asmaunizar, S. Ag, M. Ag
NIP. 197409092007102001

Anggota II,

Dra. Muhsinah, M. Ag
NIP. 196312311992032015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



Dr. Fakhri, S.Sos, MA
NIP. 196411291998031001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepada penghulu alam yaitu Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabat yang telah memberikan contoh teladan melalui sunnahnya sehingga dapat membawa perubahan dari alam kebodohan kepada alam yang berilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul: “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban”. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan demikian ucapan terima kasih sebesar-besarnya dari penulis kepada:

1. Keluarga tercinta, terutama Ayahanda Rizal dan Ibunda Farah Mutia yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi dan dukungan serta mencurahkan cinta kasih sayangnya serta lantunan doa yang begitu kuat untuk penulis, sehingga skripsi ini selesai. Dan kakak tercinta Ayu Anggita Paramitha dan adik tersayang Tiara Yuhanadz yang selalu memberikan semangat dan doanya selama penulis

menyelesaikan skripsi. Serta kepada keluarga besar yang sudah memberikan motivasi, dukungan dan doa kepada penulis.

2. Dr. Fakhri S.Sos, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil Dekan I, Zainuddin T. M.Si selaku Wakil dekan II, dan Dr. T. Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Azman S.Sos. I M.I.Kom.
4. Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A, selaku penasehat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan kontribusi dalam membimbing penulis.
5. Kepada Bapak Drs. Syukri Syamaun, M. Ag sebagai pembimbing I, penulis mengucapkan terimakasih telah meluangkan waktu dan memberikan arahan serta bimbingan kepada saya. Serta ucapan terima kasih kepada Bapak Fakhrudin, S.E. selaku pembimbing II yang telah membimbing, mencurahkan ide, member semangat, dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dahwah dan Komunikasi Universitas Islam NegeriAr-Raniry Banda Aceh.
7. Kepada sahabat-sahabat saya Yulia Hanafiah Putri, Debby Futri Sahara, Ruhul Maisarah, Arhamadah, Ulfa Tariyama, Raudhatul Hasanah Lie, Elfrida Damayani, yang turut membantu penulis dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Sensei Nurzimar selaku guru Karate, dan teman-teman Karate dilingkaran dojo Lemkari Aceh Utara.

9. Kepada seluruh teman-teman alumni Pesantren Al-Muslimun Lhoksukon.
10. Kepada seluruh teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah sama-sama berjuang dan saling memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon do'a agar bantuan dan pengorbanan Bapak/Ibu, saudara-saudara, sahabat-sahabat, serta kawan-kawan seperjuangan menjadi amal shaleh di sisiNya dan mendapat imbalan yang setimpal.

Banda Aceh, 01 Januari 2022

Penulis,

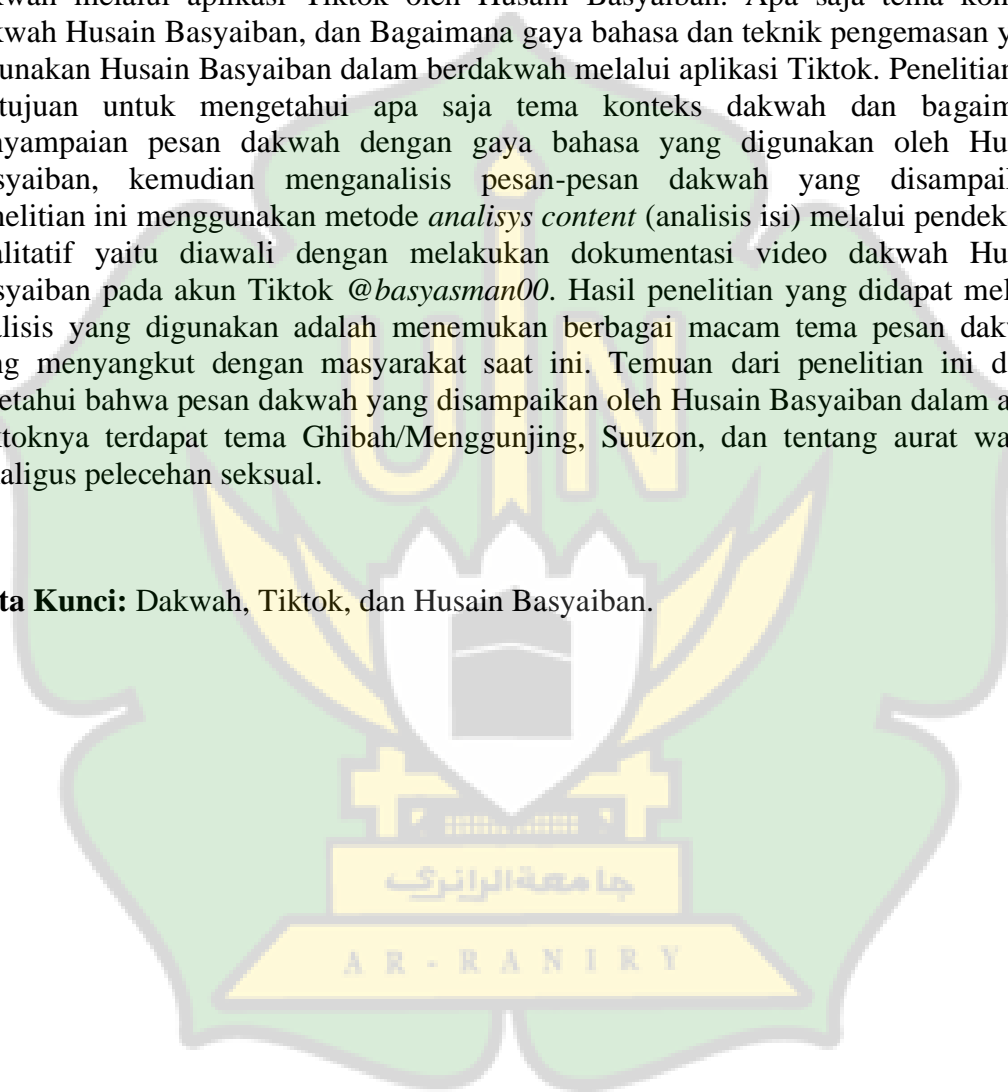
Tasha Bulan Suci Fanti



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban”. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penerapan dakwah melalui aplikasi Tiktok oleh Husain Basyaiban. Apa saja tema konteks dakwah Husain Basyaiban, dan Bagaimana gaya bahasa dan teknik pengemasan yang digunakan Husain Basyaiban dalam berdakwah melalui aplikasi Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja tema konteks dakwah dan bagaimana penyampaian pesan dakwah dengan gaya bahasa yang digunakan oleh Husain Basyaiban, kemudian menganalisis pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian ini menggunakan metode *analisis content* (analisis isi) melalui pendekatan kualitatif yaitu diawali dengan melakukan dokumentasi video dakwah Husain Basyaiban pada akun Tiktok @basyasman00. Hasil penelitian yang didapat melalui analisis yang digunakan adalah menemukan berbagai macam tema pesan dakwah yang menyangkut dengan masyarakat saat ini. Temuan dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban dalam akun Tiktoknya terdapat tema Ghibah/Menggunjing, Suuzon, dan tentang aurat wanita sekaligus pelecehan seksual.

Kata Kunci: Dakwah, Tiktok, dan Husain Basyaiban.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Variabel Operasional.....	5
1. Dakwah.....	6
2. Aplikasi Tiktok.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Terdahulu	9
B. Landasan Teoritis	12
1. Dakwah	
a. Pengertian Dakwah.....	12
b. Unsur-Unsur Dakwah.....	14
c. Macam-Macam Dakwah	17
d. Media Dakwah	19
e. Metode Dakwah	21
f. Pesan dakwah (<i>Maddah</i>)	24
2. Gaya Bahasa Dalam Komunikasi	
a. Pengertian Komunikasi	28
b. Pengertian Gaya Bahasa.....	31
c. Unsur-Unsur Gaya Bahasa.....	32
d. Jenis Gaya Bahasa.....	34
3. Media Sosial	
a. Pengertian Media Sosial.....	46
b. Karakteristik Media Sosial	47
c. Jenis-Jenis Media Sosial.....	47
4. Aplikasi Tiktok	
a. Pengertian Aplikasi Tiktok.....	49
b. Sejarah Aplikasi Tiktok.....	51
c. Istilah-Istilah Aplikasi Tiktok.....	53
C. Kajian Teori	
1. Teori S – R (Stimulus Respon).....	55

BAB III	METODE PENELITIAN	57
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
	B. Objek dan Subjek Penelitian	58
	C. Sumber Data.....	59
	D. Teknik Pengumpulan Data	59
	E. Teknik Analisis Data	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
	A. Gambaran umum Profil Husain Basyaiban	63
	B. Pesan Dakwah Husain Basyaiban	65
	1. Dosaku gabakalan diampuni	65
	2. Masuk Surga Jalur Bully dan Ghibah	67
	3. Ketika Lagi Sholat Dzuhur Terus Lu Dipanggil Emak	69
	C. Pembahasan dan Hasil Penelitian	71
	1. Analisis Tema Konteks Pesan Dakwah Husain Basyaiban	71
	a. Pesan Dakwah Yang Bertema Aqidah.....	71
	b. Pesan Dakwah Yang Bertema Akhlak.....	74
	c. Pesan Dakwah Yang Bertema Syariah	78
	2. Teknik Pengemasan dan Gaya Bahasa Yang Digunakan Husain Basyaiban Dalam Kegiatan Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok.....	80
BAB V	PENUTUP	82
	A. Kesimpulan	82
	B. Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: SK Bimbingan Skripsi

Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jenis-Jenis Gaya Bahasa	34
Tabel 4.1 Konten Dosaku Gabakalan Diampuni.....	65
Tabel 4.2 Konten Masuk Surga Jalur Bully	67
Tabel 4.3. Konten Ketika Lagi Shalat Zuhur Terus Lu Dipanggil Emak	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia teknologi saat ini berkembang sangat pesat, sehingga semakin banyak yang memudahkan manusia untuk bekerja dan berkomunikasi, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media yang mawadahi kerjasama antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).¹ Secara umum media sosial berfungsi untuk membagikan pesan. Pesan yg dibagikan dapat berupa berita, gambar, dan juga video. Jika dulu media sosial hanya dapat diakses melalui komputer, tetapi dengan kecanggihan teknologi saat ini, media sosial dapat diakses dimana dan kapan pun yang diinginkan melalui *smartphone*.

Semakin canggih media sosial saat ini, semakin banyak pula orang-orang kreatif yang membuat berbagai macam konten dalam bentuk video untuk dibagikan ke media sosial, termasuk Negara Indonesia. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video-video dengan hal yang menarik pada pengguna *smartphone*, salah satunya terdapat pada aplikasi Tiktok.

Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka

¹ I Gusti Agung Ayu Kade, *Media Sosial dan Demokrasi*, (Yogyakarta: Penerbit PolGov, 2017), hal. 15

sendiri. Aplikasi ini tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan.²

Pada 3 Juli 2018 aplikasi Tiktok pernah diblokir di Indonesia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapatkan akan banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini. Terhitung sampai 3 Juli tersebut, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara, banyak sekali konten tidak mendidik untuk anak-anak yang tentunya membawa pengaruh negatif. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru maka pada Agustus 2018 aplikasi Tiktok ini dapat kembali diunduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.³ Pada tahun 2020 Tiktok kembali populer, karena orang-orang tidak hanya membuat video lucu dan dance tetapi juga banyak video yang mengandung hal-hal positif.

Salah satunya adalah konten yang mengandung ilmu atau pesan dakwah. Dakwah berarti menyampaikan ajaran mengenai Islam kepada orang lain, hal ini bisa disampaikan secara personal maupun kepada banyak orang.

² Hariansyah, *Millennials Bukan Generasi Micin*, (Bandung: Guepedia Publisher, 2018), hal. 17

³ Riska Amelia, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok*, (Jambi: Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), hal. 2

Pesan yang disampaikan berupa melakukan hal-hal yang baik dan mencegah dari segala sesuatu atau tindakan yang tidak disenangi oleh Allah dan rasulnya (amar ma'ruf nahi munkar).⁴ Ini merujuk dalam makna Al-Quran pada surah Al-Imran, ayat 104 :

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 ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Suatu kegiatan dakwah akan mencapai sasaran kalau dilakukan sesuai rambu-rambu yang diberikan Allah, serta sesuai dengan kondisi dan situasi masyarakat yang menjadi objek dakwah. Yang dimaksud dengan kondisi masyarakat adalah kondisi intern dalam masyarakat itu, sedangkan yang dimaksud dengan situasi masyarakat adalah keadaan faktor-faktor yang mempengaruhi internal masyarakat.⁵

Tiktok semakin menarik perhatian masyarakat, siapapun dapat memiliki akun Tiktok tersendiri untuk berbagi, berkarya, bernyanyi, berdakwah dan lain sebagainya. Bahkan saat ini yang mempunyai akun Tiktok pribadi tidak hanya dari kalangan masyarakat biasa, akan tetapi kalangan artis, ustadz dan selebriti juga menggunakan aplikasi Tiktok. Dengan begitu jika dakwah yang disampaikan melalui aplikasi Tiktok otomatis akan dilihat semua orang, baik remaja, orang dewasa, artis, orang dalam negeri, luar negeri dan lain sebagainya.

⁴ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 9

⁵ Agus Ahmad Safei, *Sosiologi Dakwah: Rekonsepsi, Revitalisasi dan Inovasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal. 2

Melalui aplikasi Tiktok, setiap pendakwah mempunyai hak dan kesempatan besar untuk menyampaikan pesan-pesan Islam ke seluruh penjuru dunia melalui akun pribadi sendiri.

Salah satu pengguna yang berdakwah di aplikasi Tiktok adalah Husain Basyaiban remaja asal Jawa Timur. Husain masih remaja namun pemilik akun @basyasman00 telah mendapatkan pengaruh di tiktok sehingga memiliki 4,3 juta followers. Dalam kontennya, ia berpenampilan sangat santai sebagaimana remaja lainnya. Seluruh video konten yang dibagikan ke sosial media Tiktok hampir semua nya berisikan tentang ilmu agama. Husain menjelaskan macam-macam tentang agama Islam yang ia ketahui, seperti Toleransi beragama, Husnudzan kepada Allah, Ghibah, Shalat Wajib, dan lainnya. Banyak respon positif yang didapatkan dari masyarakat Tiktok.

Allah SWT telah memerintahkan orang yang beriman agar berdakwah dengan firman-Nya dalam Al-Quran surah An-Nahl 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Pada dasarnya Tiktok adalah aplikasi hiburan yang hanya digunakan oleh masyarakat untuk membuat video-video lucu, drama, dance dan sebagainya. Tetapi Husain memilih berdakwah di media sosial Tiktok sedangkan kebanyakan pendakwah lain lebih memilih berdakwah di media sosial lainnya seperti

Youtube. Karena pada aplikasi Youtube durasi waktu yang diberikan bisa sampai berjam-jam. Tetapi menariknya Husain Basyaiban lebih memilih berdakwah di sosial media Tiktok yang hanya dapat membuat video berdurasi 3 menit saja. Lantas pada persoalan ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Husain Basyaiban menerapkan aplikasi Tiktok sebagai media berdakwah nya. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengangkat judul **Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apa saja tema konteks dakwah dalam aplikasi Tik Tok Husain Basyaiban?
2. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan Husain Basyaiban dalam kegiatan dakwah melalui aplikasi Tiktok?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja tema konteks dakwah dalam aplikasi Tik Tok Husain Basyaiban.
2. Untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa yang digunakan Husain Basyaiban dalam kegiatan dakwah melalui aplikasi Tiktok.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara akademis yaitu, agar dapat berkontribusi kepada khalayak dan berguna bagi pengembangan kajian penelitian komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Kajian ini menjadi salah satu tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Variabel Operasional

1. Dakwah

Dakwah merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bi al-lisan*), tulisan (*bi al-kitabah*), dan perbuatan (*bi al-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai dengan adagium Islam *rahmatan lil'amin* (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk sejagat. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau istilah Al-Quran *khaira ummah*, dimana aktivitas *amr ma'ruf nahi mu'kar* berjalan dan terjalin secara

berkelanjutan. Nabi Muhammad saw telah berhasil membangun umat terbaik pada zamannya sebagaimana pengakuan dari Al-Quran.⁶

Dilihat dari segi bahasa kata dakwah berasal dari kata Arab yang merupakan bentuk mashdar dari kata *da'a yad'u*, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Seruan ini dapat dilakukan melalui suara, kata-kata, atau perbuatan. Dakwah juga bisa berarti doa yakni harapan, permohonan, kepada Allah SWT. Sebagaimana tercantum dalam firman Allah QS. Al-Baqarah 2:186. Adapun pengertian dakwah menurut istilah yang dikemukakan oleh para ahli:

- M Isa Anshary memberikan definisi bahwa dakwah Islamiyah artinya menyampaikan seruan Islam, Mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam.
- M. Amin Rais berpendapat bahwa adalah setiap usaha rekonstruksi masyarakat yang masih mengandung unsur-unsur jahili agar menjadi masyarakat yang Islami.⁷

2. Aplikasi Tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna dengan mudah

⁶ Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2015), hal.1-2

⁷ Zulkarnaini, "Dakwah Islam di Era Modern". *Jurnal Risalah*, Vol. 26, No. 3, 2015, hal. 155

untuk membuat video pendek yang bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur.⁸

Di Indonesia pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di Play Store yang dimiliki oleh Google, tiktok juga menjadi kategori aplikasi menghibur. Pada Juli lalu aplikasi buatan China itu sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) di pertengahan 2018, alasannya karena adanya konten-konten yang negatif, terutama bagi anak-anak. Pemblokiran pada aplikasi ini hanya berlangsung seminggu, mulai 2-10 Juli 2018.⁹

Aplikasi ini pun dapat membuat orang yang tidak dikenal sama sekali oleh masyarakat menjadi terkenal. Ketika konten yang pengguna buat menarik banyak perhatian penonton maka video tersebut juga akan mendapat banyak like oleh masyarakat. Berbagai macam video kreatifitas menjadi acuan pertama di aplikasi Tiktok, namun tidak sedikit juga orang-orang membuat video *dance*, drama pendek, video lucu, dan hal-hal lainnya.

⁸ Marini Riska. *Pengaruh Media Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah*, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019), hal. 35

⁹ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, No. 2, 2020, hal. 136

BAB II

KAJIAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu dibutuhkan oleh peneliti untuk menjadi bahan referensi dan gambaran bagaimana penelitian ini akan berlangsung, juga untuk mencari informasi-informasi tambahan mengenai penelitian yang penulis lakukan sendiri. Penelitian terdahulu juga berguna untuk menguatkan bahwa pembahasan yang penulis teliti sama sekali belum pernah diteliti.

Adapun kajian terdahulu yang relevan untuk menjadi dasar atas penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, tahun 2021. Dengan judul skripsi “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok.”¹⁰ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah melalui aplikasi Tiktok. Perbedaannya yaitu penelitian Riska Amelia lebih berfokus pada pesan-pesan dakwah apa saja dan bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos yang ada pada konten dakwah oleh Husain Basyaiban, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada apa saja tema konteks dakwah yang disampaikan dan bagaimana gaya bahasa yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam berdakwah.

¹⁰ Riska Amelia, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok*, (Jambi: Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021) hal

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Data yang peneliti tersebut peroleh berasal dari video konten tiktok, untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti memaparkan serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui pesan dakwah apa yang terkandung dalam konten tiktok Husain Basyaiban serta mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos dalam konten tiktok Husain Basyaiban.

Penelitian selanjutnya oleh Yosieana Duli Deslima Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2018 dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.” Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Deskriptif berkaitan dengan situasi yang memerlukan teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dan melakukan observasi (pengamatan) secara langsung.¹¹

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terletak pada subjek dan objek. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada media Instagram sebagai media untuk berdakwah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada media Tiktok. Dan objek

¹¹Yosieana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), h.

penelitian terdahulu adalah mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, sementara objek penelitian yang penulis lakukan adalah Husain Basyaiban. Persamaan penelitiannya adalah sama-sama berfokus pada dakwah di media sosial.

Hasil yang diperoleh oleh penelitian Yosieana Duli Deslima yakni mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menyampaikan pesan dakwah Islam. Fitur instastory, foto dan video digunakan sesuai kapasitas, keinginan, dan yang dianggap mudah dalam pembuatan pesan dakwah. Selain mahasiswa berlaku sebagai seorang da'i yang menyampaikan pesan dakwah di media Instagram, mahasiswa KPI juga menjadi seorang mad'u yang menerima pesan dakwah yang disampaikan melalui media Instagram.

Penelitian selanjutnya yaitu oleh Septina Wulandari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, tahun 2018 dengan judul "Facebook Sebagai Media Dakwah."¹² Persamaan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada penggunaan media sosial sebagai media untuk berdakwah, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek. Subjek penelitian terdahulu menggunakan media Facebook sebagai media dakwah, dan objek penelitiannya adalah pendakwah di Kota Banda Aceh, sementara subjek penelitian penulis adalah media Tiktok, dan objeknya adalah Husain Basyaiban.

¹²Septina Wulandari, *Facebook Sebagai Media Dakwah*, (Banda Aceh: Skripsi UIN Ar-Raniry, 2018), h.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif-kualitatif adalah ingin menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah untuk memahami dan menyimpulkan. Penelitian ini berusaha menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

B. Landasan Teoritis

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim agar ia melaksanakan tugas para ambia dalam menyampaikan seruan Allah Swt kepada manusia dan memberikan informasi tentang jalan kebaikan dan petunjuk. Istilah dakwah sering diartikan secara sempit oleh kebanyakan orang sehingga dakwah diidentikkan dengan pengajian, khutbah dan arti-arti sempit lainnya. Oleh karena itu istilah dakwah perlu di perjelas artinya.

Di tinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” dari kata *da’a yad’u* yang berarti panggilan, ajakan, seruan. Sedangkan menurut istilah para ulama memberikan pendapat yang bermacam-macam antara lain:

- 1) Syekh ali Mahfudh dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” mengatakan dakwah yakni mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka pada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.¹³
- 2) Ibn Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintah-Nya.¹⁴
- 3) Prof. Dr. Hamka menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan *amar ma'ruf nahi munkar*.¹⁵

Dengan demikian dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang

¹³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2012) hal. 2

¹⁴ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal. 2

¹⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hal.1-2

menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.¹⁶

b. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah perlu diketahui apa saja unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah) dan *atsar* (efek dakwah).

1) Da'i

Da'i (adalah subjek dakwah), kata *da'i* berasal dari bahasa Arab sebagai *fi'il madhi* bentuk *mudzakar* (laki-laki) yang berarti "orang yang mengajak", kalau dalam bentuk *muannats* (perempuan) di sebut *da'iyah*.¹⁷ *Da'i* adalah seseorang yang menyampaikan pesan pesan tentang mengajak umat manusia kepada jalan Allah dengan tujuan mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia akhirat yang diridhai Allah, Semua pribadi umat Islam yang mukallaf secara otomatis memiliki kewajiban untuk menyampaikan kebaikan kepada umat manusia di

¹⁶ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013) hal. 8-11

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 75

dunia, para ulama telah sepakat bahwa melaksanakan dakwah adalah wajib.¹⁸

Da'i tidak hanya terikat pada kaum lelaki saja, siapa saja yang mampu dan berani mengajak atau menyampaikan ajaran Islam maka itu dapat dikategorikan sebagai *da'i*. *Da'i* adalah pelaku dakwah, orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, perbuatan secara individu, kelompok, atau organisasi/lembaga.¹⁹ *Da'i* yang sukses biasanya juga berangkat dari kepiawaiannya dalam memilih kata, mengolah kalimat, dan menyampaikannya dalam kemasan yang menarik.²⁰

2) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.²¹ *Mad'u* dibagi menjadi 3 golongan, yaitu:

- a) *Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran*, yaitu yang dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.

¹⁸ Hasanuddin, *Hukum Dakwah, Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), hal. 44

¹⁹ M. Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 24

²⁰ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 127

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), hal. 19

b) *Golongan awam*, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.

c) *Golongan yang berbeda dengan golongan di atas*, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalam benar.²²

3) *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam yang secara umum yaitu pesan aqidah, syariah, dan akhlak.²³

4) *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.²⁴

5) *Thariqah* (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan seorang *da'i* kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah

²² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 92

²³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), hal. 20

²⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983), hal.

dan kasih sayang.²⁵ Metode dakwah juga dapat dikatakan jalan atau teknik yang dipakai oleh juru dakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya.

6) *Atsar* (Efek Dakwah)

Efek dalam ilmu komunikasi biasanya disebut dengan feedback (umpan balik). Efek dapat dikatakan sebagai umpan balik dari reaksi proses dakwah. Efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- a) *Efek Kognitif*, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- b) *Efek afektif*, yaitu efek yang timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
- c) *Efek behavioral*, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.²⁶

c. Macam-Macam Dakwah

Dakwah ada beberapa macam, yakni dakwah secara lisan (*bi al-lisan*), secara tulisan (*bi al-kitabah*), dan secara perbuatan (*bi al-hal*).

²⁵ M. Munir, *Metode Dakwah*, Cet. Ke-3, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 7

²⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), hal. 23

1) Dakwah *Bi Al-Lisan*

Dakwah bi Al-Lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majelis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid atau ceramah di pengajian. Dari aspek jumlah barangkali dakwah melalui lisan ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para juru dakwah di tengah-tengah masyarakat.

2) Dakwah *Bi Al-Hal*,

Dakwah bi Al-Hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah. Dakwah bi Al-hal dilakukan oleh Rasulullah, terbukti bahwa ketika pertama kali tiba di madinah yang dilakukan Nabi adalah membangun masjid Al-Quba, mempersatukan kaum Anshar dan Muhajirin. Kedua hal ini adalah dakwah nyata yang dilakukan oleh Nabi yang dapat dikatakan sebagai dakwah bi al-hal.

3) Dakwah *Bi Al-Qalam*

Dakwah bi Al-Qalam yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku,

maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah bi al-qalam ini lebih luas dari pada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan dimana saja mad'u atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah bi al-qalam ini.²⁷

d. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk satu tujuan.²⁸ Sedangkan dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.²⁹ Jadi yang dimaksud dengan media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dakwah dan menyampaikannya kepada umat Islam.

Media dakwah yang digunakan para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah ada bermacam-macam. M. Ali Aziz menerangkan bahwa menurut jenisnya media dakwah terdiri dari tiga jenis yaitu:

²⁷ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009) hal.11

²⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.163

²⁹ *Ibid.*, hal.164

- 1) *The Printing Writing*, adalah media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang hanya bisa dilihat, seperti Koran, majalah, buku, bulletin, foto dan lainnya.
- 2) *The Audio Visual*, adalah media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan didengar sekaligus, seperti televisi, film, video, dan lainnya.
- 3) *The Spoken Word*, adalah media yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat didengar saja, seperti radio, *tape recorder*, music, dan lain sebagainya.³⁰

Sedangkan menurut sifatnya, media dakwah dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- 1) Media Tradisional, media tradisional yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan khalayak ramai terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikasi. Contohnya seperti ludruk, wayang, drama dan sebagainya.
- 2) Media modern, media modern sering disebut media elektronik, yang dilahirkan dari teknologi, macam-macam media modern adalah televisi, radio, pers, film dan sebagainya.³¹ Media

³⁰ Yosiena Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), hal.39

³¹ *Ibid.*, hal.40

modern juga disebut dengan media baru yang mana kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro.³²

e. Metode Dakwah

Metode dakwah menyangkut masalah bagaimana cara seorang da'i selalu memperhatikan dalam pemilihan dan penggunaan suatu metode dakwah. Hal ini bertujuan agar para da'i atau mubaligh dalam memilih dan menggunakan metode dakwah tidak terpancang (fanatik) terhadap satu atau dua metode yang disukai, yang terpenting adalah menggunakan metode dakwah yang efektif dan efisien. Pada ayat An-Nahl telah memberikan pedoman tentang metode dakwah antara lain sebagai berikut:

1) *Bi Al-Hikmah*

Kata hikmah sering diartikan dalam bahasa Indonesia dengan pengertian bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang hati yang bersih, dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan.

Beberapa ahli mendefinisikan seperti menurut Prof. Dr. Toha Yahya Umar, M.A menyatakan bahwa hikmah berarti meletakkan

³² Terry Flew, *New Media: an Introduction*, (New York: Oxford University Press, 2008), hal.

sesuatu pada tempatnya dengan berpikir, berusaha menyusun dan mengatur dengan cara yang sesuai keadaan zaman dengan tidak bertentangan dengan larangan Tuhan. Sedangkan menurut Syeikh Jamakhsari bahwa al-hikmah adalah perkataan yang pasti dan benar. Ia adalah dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan.³³

Dakwah al-hikmah diketahui sebagai dakwah yang arif, yang selalu menyesuaikan kondisi dan situasi mad'u. kondisi tersebut terdapat pada keadaan melihat seseorang seperti dilihat dari tingkat pendidikan, umur, kondisi kejiwaan, budaya dan lain-lain.³⁴

2) *Al-Mau'idza Al-Hasanah*

Secara bahasa, *mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata yaitu mau'izhah dan hasanah. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adzaya'idzu* yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara hasanah merupakan kebaikan. Mau'idzah hasanah dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan,

³³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 246-247

³⁴ Awaludin Pimay dan Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam di Era Modern", *Jurnal: Ilmu Dakwah*, Vol. 41, No. 1, 2021, hal. 47

pesan-pesan positif yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapat keselamatan dunia dan akhirat.³⁵

Maksud dari Mau'idzah hasanah adalah memberikan nasehat kepada orang lain dengan cara yang lembut, baik, penuh cinta dan tidak memaksa. Agar pesan yang disampaikan enak didengar dan berkenan di hati.

3) *Al-Mujadalah Bil-Lati Hiya Ahsan*

Dari segi etimologi (bahasa) lafadz *mujadalah* diambil dari kata "*jadala*" yang artinya memintal, melilit. Apabila ditambahkan *alif* pada huruf *jim* yang mengikuti *wajan Fa'ala*, "*jaa dala*" dapat bermakna berdebat, dan "*mujadalah*" perdebatan. Kata *jadala* dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu. Orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.³⁶

Metode dakwah ini biasanya digunakan ketika adanya diskusi, diskuis yang lakukan dengan cara yang baik, sopan santun, saling menghargai dan tidak sombong. Metode ini dipakai untuk sekelompok orang yang mempunyai kekuatan intelektual lebih berkelas dari yang lain.

³⁵ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 15-16

³⁶ *Ibid.*, hal. 17

f. Pesan Dakwah (*Maddah*)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah Islam itu sendiri.³⁷

Maddah adalah pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dan dari sebuah sikap.³⁸ Jadi pesan dakwah adalah sebuah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana tanpa adanya suatu paksaan yang bersumberkan pada Al-Qur'an dan Sunnah.

Keberadaan dakwah sangat urgen dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana diketahui, dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegangan pada ajaran Allah guna mempengaruhi kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak mempengaruhi manusia agar pindah dari situasi ke situasi yang lain, yaitu

³⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Cet II, hal. 24

³⁸ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), cet, hal. 43

dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.³⁹

1) Jenis-jenis Pesan Dakwah

Semua pesan yang bertentangan dengan Al-Quran dan Hadits tidak dapat disebut dengan pesan dakwah. Adapun jenis pesan dakwah yang dikemukakan oleh Moh. Ali Aziz.⁴⁰ dalam bukunya Ilmu Dakwah edisi revisi antara lain:

a) Ayat-ayat Al-Quran

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu yang termaksud dan teringkas dalam Al-Qur'an. Semua pokok ajaran Islam tersebut secara global dalam Al-Qur'an, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadits.

b) Hadits Nabi SAW

Segala hal yang berkenan dengan Nabi SAW yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan cirri fisiknya dinamanya dengan hadits. Untuk melihat kualitas kesahihan hadits, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadits. Dan tidak harus menelitinya sendiri. Pendakwah

³⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 1

⁴⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 317

hanya perlu cara mendapatkan hadits yang sahih serta memahami kandungannya.

c) Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW, pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi. Dan proses belajarnya yang langsung dari beliau, diantara para sahabat Nabi yang lain.

d) Pendapat Para Ulama

Pendapat ulama apapun isi dan kualitasnya harus dihargai, karena ia dihasilkan dari pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber utama hukum Islam. Dengan pendapat ulama-ulama yang telah ada.

e) Hasil Penelitian Ilmiah

Tidak sedikit ayat Al-Qur'an yang bisa kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil sebuah penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Masyarakat modern sangat menghargai hasil penelitian, bahkan orang sekuler lebih mempercayainya dari pada kitab suci. Sifat dari penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya dapat berubah dan reflektif karena ia mencerminkan kualitasnya.

f) Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan dari pada pelakunya. Dan hanya berita yang diyakini kebenarannya patut dijadikan pesan dakwah, dalam Al-Qur'an berita sering diartikan dengan kata *an-naba'*, yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti dan membawa manfaat yang besar. Berbeda dengan kata *al-khabar* yang berarti berita sepele dan sedikit manfaatnya.

g) Karya Sastra

Pesan dakwah kadang perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu, sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa: syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu dan sebagainya.

h) Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi non verbal (diperlihatkan). Pesan dakwah ini mengacu pada lambing yang terbuka dan untuk ditafsirkan oleh siapapun.

2) Tema-tema Pesan Dakwah

Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Menurut Endang Saifuddin Anshari,

sebagaimana yang dikutip Moh. Ali Aziz, ia membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

- a) Aqidah, yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *qodla* dan *qadar*. Aqidah merupakan ilmu yang menjelaskan persoalan-persoalan yang tercakup di dalamnya suatu kepercayaan, keyakinan, syukur dan tawakkal kepada Tuhan Yang Maha Esa beserta ajaran-Nya.⁴¹
- b) Syariat, yang meliputi ibadah dalam arti khas (*tharah, shalat, as-shaum, zakat, haji*) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun al/hukum perdata* dan *al-qanun al-a'am/hukum publik*). Yang dimaksud dengan syariat atau ditulis dengan syari'ah, secara harfiah adalah jalan ke sumber (mata) air yakni jalan lurus yang harus diikuti oleh setiap muslim, syariat merupakan jalan hidup muslim, ketetapan-ketetapan Allah dan ketentuan Rasul-Nya, baik berupa larangan maupun berupa suruhan, meliputi seluruh aspek hidup dan kehidupan manusia.⁴²

⁴¹ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akidah Islam*, (Yogtakarta: LPPI (Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam), 2011), hal. 4

⁴² Ali Mohammad Daud, "*Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*", (Jakarta, Rajawali Pers, 2011), hal. 46

- c) Akhlak, yang meliputi akhlak kepada *alkhaliq* dan *makhluk* (manusia dan non manusia).⁴³ Akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengannya lahiriah macam-macam perbuatan baik atau buruk, tanpa membutuhkan pikiran dan pertimbangan.⁴⁴

2. Gaya Bahasa Dalam Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Danil Vardiansyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli:⁴⁵

- 1) Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
- 2) Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”.

⁴³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal.332

⁴⁴ Aminuddin, dkk, *Membangun Karakter dan Kepribadian Melalui Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 95

⁴⁵ Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II, (Jakarta: PT Indeks, 2008) hal. 25-26

- 3) Gode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”.
- 4) Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”.
- 5) Resuch “Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan”.
- 6) Weaver “Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu pertukaran atau penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal yang mengandung arti atau makna tertentu. Dapat juga dikatakan komunikasi adalah bentuk penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

Berdasarkan definisi Harold Lasswell, komunikasi mempunyai lima unsur yang saling berketergantungan satu sama lain, di antaranya adalah⁴⁶:

⁴⁶ Effendy dan Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 10

- 1) Komunikator (Sumber), yaitu pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa menjadi seorang individu, kelompok, atau bahkan sebuah organisasi. Proses ini dikenal dengan penyandian (*encoding*).
- 2) Pesan, yaitu seperangkat symbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai dan gagasan dari komunikator.
- 3) Media (Saluran), yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran merujuk kepada penyampaian pesan, bisa melalui tatap muka, atau lewat media (cetak/elektronik).
- 4) Komunikan (Penerima), yaitu orang yang menerima pesan dari sumber, yang biasa disebut dengan sasaran/tujuan, komunike, penyandi-balik, khalayak, pendengar, atau penasif.
- 5) Efek, yaitu kejadian pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, meliputi penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, atau perilaku.

b. Pengertian Gaya Bahasa

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. *Style* dapat diartikan sebagai cara khas yang dipergunakan oleh seseorang untuk mengutarakan atau mengungkapkan diri atau gaya pribadi. Pengertian *style* sangat luas, bisa meliputi *style* sekelompok

pengarang, *style* suatu bangsa, *style* perseorangan, dapat juga merupakan *style* pada periode tertentu atau gaya penulisan tertentu.⁴⁷ Gaya bahasa *style* menjadi bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, atau klausa tertentu untuk menghadapi hirarki kebahasaan, baik pada tataran pilihan kata secara individu, frasa, klausa, kalimat maupun wacana secara keseluruhan. *Style* atau gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pemakai bahasa.⁴⁸

Gaya bahasa tidak ubahnya sebagai aroma dalam makanan yang berfungsi untuk mengikat selera. Gaya bahasa merupakan retorika, yakni menggunakan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk mempengaruhi pembaca dan pendengar.⁴⁹ Jadi gaya bahasa berfungsi sebagai alat untuk meyakinkan atau mempengaruhi pembaca atau pendengar.

⁴⁷ Soediro Satoto, *Metodologi Penelitian Sastra*. (Surakarta: UNS Press, 1995), hal. 36

⁴⁸ Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 113

⁴⁹ Al-Ma'ruf dan Ali Imron, *Stilistika: Teori, Metode, dan Aplikasi Pengkajian Estetika Bahasa*. (Solo: Cakrabooks, 2009), hal. 15

c. Unsur-unsur Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang baik mengandung unsur sebagai berikut.⁵⁰

1) Kejujuran

Kejujuran dalam bahasa berarti kita mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang baik dan benar dalam berbahasa. Pemakaian kata-kata yang kabur dan tak terarah, serta penggunaan kalimat yang berbelit-belit adalah jalan untuk mengundang ketidakjujuran. Pembicara atau penulis tidak menyampaikan isi pikirannya secara terus terang, seolah-olah ia menyembunyikan pikirannya itu dibalik rangkaian kata-kata yang kabur dan jaringan kalimat yang berbelit-belit tidak menentu.

Di pihak lain, pemakai bahasa yang berbelit-belit menandakan bahwa pembicara atau penulis tidak tahu apayang akan dikatakannya. Ia mencoba menyembunyikan kekurangannya dibalik berondongan kata-kata hampa. Bahasa adalah alat untuk kita bertemu dan bergaul, bahasa harus digunakan pula tepat dengan memperhatikan sendi kejujuran.

b. Sopan Santun

Pengertian sopan santun adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca. Rasa hormat dalam gaya bahasa dimanifestasikan melalui

⁵⁰ Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa...*, hal. 113-115

kejelasan dan kesingkatan. Menyampaikan sesuatu secara jelas berarti tidak membuat pembaca atau pendengar memeras keringat untuk mencari apa yang ditulis atau dikatakan. Di samping itu pembaca atau pendengar tidak perlu membuang-buang waktu untuk mendengar atau membaca sesuatu secara panjang lebar, kalau hal itu diungkapkan dalam beberapa rangkaian kata. Kejelasan dengan demikian akan diukur dalam beberapa butir kaidah berikut, yaitu:

- 1) Kejelasan dalam struktur gramatikal kata dan kalimat;
- 2) Kejelasan dalam korespondensi dengan fakta yang diungkapkan melalui kata-kata atau kalimat tadi;
- 3) Kejelasan dalam pengurutan ide secara logis;
- 4) Kejelasan dalam penggunaan kiasan dan perbandingan.

c. Menarik

Sebuah gaya yang menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut: variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh daya khayal (imajinasi). Penggunaan variasi akan menghindari monoton dalam nada, struktur, dan pilihan kata. Untuk itu, seorang penulis perlu memiliki kekayaan dalam kosa kata, memiliki kemauan untuk mengubah panjang-pendeknya kalimat, dan struktur-struktur morfologis. Humor yang sehat berarti gaya bahasa itu mengandung tenaga untuk menciptakan rasa gembira dan nikmat. Vitalitas dan daya khayal adalah pembawaan

yang berangsur-angsur dikembangkan melalui pendidikan, latihan, dan pengalaman.

c. Jenis Gaya Bahasa

Adapun jenis-jenis gaya Bahasa dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.⁵¹

Tabel 2.1: Jenis-Jenis Gaya Bahasa

No	Jenis Gaya Bahasa	Bagian-bagian dan Pengertiannya
1.	Gaya berdasarkan pilihan kata	<p>a. Gaya bahasa resmi, yang dimaksud dengan gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, seperti: amanat presiden, berita Negara, khotbah mimbar, tajuk rencana, dan sejenisnya. Pada umumnya gaya bahasa resmi memiliki ciri-ciri sebagai berikut: kalimat yang digunakan panjang dan sangat tertib tata bahasanya, bernada mulia dan serius.</p> <p>b. Gaya bahasa tak resmi, Gaya bahasa tak resmi adalah gaya yang digunakan</p>

⁵¹ Susiati, *Gaya Bahasa Secara Umum dan Gaya Bahasa Pembungkus Pikiran Stilistika*, ResearchGate, Mei 2020, hal. 12-15

		<p>dalam kesempatan- kesempatan yang tidak atau kurang formal. Biasanya gaya bahasa ini digunakan dalam karya tulis, buku pegangan, editorial, dan sejenisnya.</p> <p>c. Gaya bahasa percakapan, Gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa yang menggunakan kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Gaya bahasa ini menggunakan kalimat yang singkat dan tidak begitu memperhatikan aspek sintaksis dan morfologis.</p>
2.	Gaya bahasa berdasarkan nada	<p>a. Gaya sederhana, Gaya bahasa sederhana digunakan untuk memberikan perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Dengan menggunakan gaya ini, pembicara menyampaikan fakta dan bukti untuk menyakinkan pada pendengar. Gaya ini tidak menggunakan emosi, karena akan mengurangi nilai sebuah fakta dan bukti yang disampaikan oleh pembicara.</p>

		<p>b. Gaya mulia dan bertenaga, Gaya mulia dan bertenaga adalah gaya yang diungkapkan pembicara dengan penuh vitalitas dan energi untuk menggerakkan sesuatu. Akan tetapi, untuk menggerakkan emosi pendengar, pembicara juga menggunakan nada keagungan dan mulia.</p> <p>c. Gaya menengah, Gaya menengah digunakan pembicara untuk untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Nada yang digunakan bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Gaya ini biasanya digunakan pada acara pesta, pertemuan tak resmi, dan sejenisnya.</p>
3.	<p>Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat</p>	<p>a. Klimaks: gaya bahasa penegasan yang menyatakan beberapa hal yang berturut-turut makin memuncak.</p> <p>b. Antiklimaks: gaya bahasa penegasan yang menyatakan beberapa hal yang</p>

		<p>berturut-turut makin lama makin melemah tingkatnya.</p> <p>c. Paralelisme: gaya bahasa penegasan yang dipakai dalam puisi dengan mengulang kata-kata. Jenisnya: anaphora dan epipora.</p> <p>d. Antithesis: gaya bahasa pertentangan dengan mempergunakan kata-kata yang berlawanan artinya.</p> <p>e. Repetisi: gaya bahasa penegasan dengan mengulang sepatah kata berkali-kali dalam kalimat.</p>
4.	<p>Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna</p>	<p>a. Gaya bahasa retorika:</p> <p>1) Aliterasi: gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama.</p> <p>2) Asonansi: gaya bahasa berupa perulangan bunyi vocal.</p> <p>3) Anastrof: gaya bahasa berupa pembalikan susunan kalimat dari pola yang lazim, biasanya dari subjek-predikat jadi predikat-subjek.</p>

		<p>4) Apofasis/preterisio: gaya bahasa yang dipakai oleh pengarang untuk menyampaikan sesuatu yang mengandung unsur kontradiksi, kelihatannya menolak tapi sebenarnya menerima, kelihatannya memuji tapi sebenarnya mengejek, nampaknya membenarkan tapi sebenarnya menyalahkan, kelihatannya merahasiakan tapi sebenarnya membeberkan.</p> <p>5) Apostrof: gaya bahasa berupa pengalihan pembicaraan kepada benda atau sesuatu yang tidak bisa berbicara kepada kita terutama kepada tokoh yang tidak hadir atau sudah tiada, dengan tujuan lebih menarik atau memberi nuansa lain.</p> <p>5) Asidenton: Pengungkapan suatu kalimat atau wacana tanpa kata penghubung.</p> <p>7. Polisindenton: Pengungkapan suatu</p>
--	--	---

		<p>kalimat atau wacana, dihubungkan dengan kata penghubung.</p> <p>8. Kiasmus: gaya bahasa yang terdiri dari dua klausa yang berimabang namun dipertentangkan satu sama lain.</p> <p>9. Elipsis: Penghilangan satu atau beberapa unsur kalimat, yang dalam susunan normal unsur tersebut seharusnya ada.</p> <p>10. Eufemisme: Pengungkapan kata-kata yang dipandang tabu atau dirasa kasar dengan kata-kata lain yang lebih pantas atau dianggap halus.</p> <p>11. Litotes: Litotes yaitu gaya bahasa yang menyatakan sesuatu dengan cara-cara yang berlawanan dengan kenyataan, dengan cara mengecilkan ataupun menguranginya.</p> <p>12. Hysteron proteron: gaya bahasa berupa penyusunan kalimat yang mengandung pembalikan dari logika yang</p>
--	--	---

		<p>wajar.</p> <p>13. Pleonasme: Pleonasme yaitu gaya bahasa yang menggunakan katakata atau sepatah kata secara berlebihan dengan maksud untuk menegaskan arti dari suatu kata.</p> <p>14. Tautology: gaya bahasa yang mengulang beberapa kali sepatah kata didalam suatu kalimat.</p> <p>15. Prifrase: gaya bahasa perbandingan dengan mengganti sebuah kata dengan beberapa kata atau sebuah kalimat.</p> <p>16. Prolepsis/antisipasi: gaya bahasa berupa kalimat yang diawali dengan kata-kata yang sebenarnya baru ada setelah suatu peristiwa terjadi.</p> <p>17. Erotesis/pertanyaan retorik: gaya bahasa berupa pengajuan pertanyaan untuk memperoleh efek mengulang tanpa menghendaki jawaban, karena</p>
--	--	---

		<p>jawabannya sudah tersirat di sana. Gaya bahasa ini acap digunakan oleh para orator.</p> <p>18. Silepsis: Penggunaan satu kata yang mempunyai lebih dari satu makna dan yang berfungsi dalam lebih dari satu konstruksi sintaksis.</p> <p>19. Zeugma: Silepsi dengan menggunakan kata yang tidak logis dan tidak gramatis untuk konstruksi sintaksis yang kedua, sehingga menjadi kalimat yang rancu.</p> <p>20. Koreksio epanotesis: gaya bahasa berupa pernyataan yang terkesan meyakinkan, namun disadari mengandung kesalahan. Atas kesalahan itu lalu dilakukan pembetulan.</p> <p>21. Hiperbola: gaya bahasa yang berupa suatu pernyataan yang terlalu berlebihan dari kenyataan yang ada dengan maksud</p>
--	--	---

		<p>untuk memberikan kesan yang mendalam atau meminta perhatian.</p> <p>22. Paradoks: gaya bahasa yang bertentangan antara pernyataan dan fakta yang ada atau 2 (dua) pengertian yang bertentangan sehingga seperti tidak masuk akal.</p> <p>23. Oksimoron: gaya bahasa semacam paradoks yang lebih singkat dan padat, mengandung kata-kata yang berlawanan arti dalam frasa yang sama.</p> <p>b. Gaya bahasa kiasan:</p> <p>1. Persamaan/simile: gaya bahasa yang perbandingan terhadap 2 (dua) hal yang maksudnya berbeda, akan tetapi sengaja dianggap sama.</p> <p>2. Metafora: gaya bahasa yang cara dalam mengungkapkan ungkapan kalimatnya dilakukan secara langsung berupa suatu perbandingan analogis.</p>
--	--	--

		<p>3. Alegori: gaya bahasa yang menyatakan dengan menggunakan cara lain lewat kiasan ataupun penggambaran. Alegori merupakan perbandingan yang berkaitan antara satu dan yang lainnya didalam kesatuan yang utuh. Alegori biasanya berbentuk suatu cerita yang penuh dengan simbol-simbol bermuatan banyak moral.</p> <p>4. Parable: Ungkapan pelajaran atau nilai tetapi dikiaskan atau disamarkan dalam cerita.</p> <p>5. Fable: Menyatakan perilaku binatang sebagai manusia yang dapat berpikir dan bertutur kata.</p> <p>6. Personifikasi: gaya bahasa yang memberikan karakteristik atau sifat-sifat manusia kepada benda yang tidak hidup. Jadi benda yang tidak hidup seolah-olah bernyawa dan mempunyai sifat seperti manusia.</p> <p>7. Alusio: gaya bahasa perbandingan</p>
--	--	---

		<p>dengan mempergunakan ungkapan atau peribahasa yang sudah lazim dipergunakan orang.</p> <p>8. Eponym: gaya bahasa berupa penyebutan nama-nama tertentu untuk menyatakan suatu sifat atau keberadaan.</p> <p>9. Epitet: gaya bahasa berupa frasa reskriptif untuk menggantikan nama seseorang, binatang, atau suatu benda.</p> <p>10. Sinekdoke: pars prototo dan totem proparte; bahasa kiasan dengan cara menyebutkan sesuatu bisa sebagian untuk menyatakan keseluruhan (pars pro toto), bisa pula sebaliknya keseluruhan digunakan untuk menyebut yang sebagian (totum pro parte)</p> <p>11. Metonimia: gaya bahasa yang memakai ciri, atribut ataupun merk untuk menggambarkan suatu benda.</p> <p>12. Antonomasia: gaya bahasa berupa penyebutan gelar resmi dan semacamnya</p>
--	--	---

		<p>untuk menggantikan nama diri.</p> <p>13. Hipalase: gaya bahasa yang mengandung pemakaian kata yang menerangkan kata yang bukan sebaharsnya.</p> <p>14. Ironi: gaya bahasa yang menyatakan hal yang bertentangan dengan maksud yang digunakan untuk menyindir seseorang tapi dengan cara yang halus.</p> <p>15. Satire: Ungkapan yang menggunakan sarkasme, ironi, atau parodi, untuk mengecam atau menertawakan gagasan, kebiasaan, dan lain-lain.</p> <p>16. Inuedo: gaya bahasa berupa sindiran dengan cara mengecilkan kenyataan yang sesungguhnya, mengandung kritik tidak langsung.</p> <p>17. Antifrasis: gaya bahasa sejenis ironi dengan menggunakan kata yang maknanya berlawanan dengan realita yang ada.</p>
--	--	---

		18. Paronomasia: gaya bahasa dengan menggunakan permainan kata-kata yang artinya sangat berlainan.
--	--	---

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁵²

Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan seseorang sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan media sosial berkembang pesat. Tidak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.⁵³

⁵² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hal. 104

⁵³ Wikipedia, “*Media sosial*”. https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, (Website ini diakses pada tanggal 06 Desember 2021)

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama, Media sosial mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya.⁵⁴

- 1) Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* mencakup skala kecil hingga khalayak global.
- 2) Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh public dengan biaya terjangkau baik dimanapun dan kapan pun.
- 3) Pengguna (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- 4) Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan disebarkan, ada yang berbentuk video, foto, tulisan pribadi, dan lain-lain. Namun Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial menjadi 6 yaitu.⁵⁵

⁵⁴ Guesty Tania, *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram*, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019) hal. 40

⁵⁵ Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hal. 63-63

1) Proyek Kolaborasi,

Proyek kolaborasi ialah jenis media sosial ini bisa memungkinkan penggunanya untuk membuat konten secara bersama-sama. Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunanya bisa membuat konten, atau bisa mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

2) Blog

Blog merupakan jenis dari media sosial yang di dalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. Blog ini bentuknya situs pribadi yang berisikan kumpulan konten yang dianggap menarik seperti tulisan keseharian dari pengguna.

3) Komunitas Konten

Komunitas konten merupakan jenis media sosial yang membuat penggunanya bisa membagikan konten baik berupa tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya Youtube yang membuat penggunanya bisa membagikan konten berupa video.

4) Situs Jejaring Sosial,

Situs jejaring sosial adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berhubungan dengan pengguna lain dengan cara saling berinteraksi, seperti mengirimkan pesan,

gambar, atau pun video. Contohnya Facebook, Instagram, Path, Tiktok, dan lain sebagainya.

5) Virtual Game World

Virtual game world ialah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk saling berinteraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar dan saling berinteraksi seperti dunia nyata. Contohnya game online.

6) Virtual Sosial World

Virtual sosial world merupakan jenis media sosial yang mana penggunanya bisa mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan merasakan nuansa tiga dimensi.

4. Aplikasi Tiktok

a. Pengertian Aplikasi Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang menyajikan hiburan bagi para penggunanya, dengan fitur video dan musik dengan durasi waktu hanya 30 detik hingga 3 menit saja. Sederhananya, tiktok dikenal sebagai platform sosial video pendek yang dipadukan dengan musik. Tiktok juga sudah terdaftar di Playstore yang mana playstore sendiri juga sebagai

aplikasi fasilitas google yang memudahkan pengguna handphone untuk mengakses atau mendownload aplikasi-aplikasi lainnya seperti tiktok.⁵⁶

Aplikasi ini banyak digemari oleh para remaja, anak kecil, bahkan sampai pada orang dewasa yang merasa membutuhkan hiburan. Banyaknya anak muda maupun dewasa yang membuat dan memposting video di berbagai platform media sosialnya, sehingga menjadikan aplikasi ini semakin populer termasuk juga orang yang menggunakan aplikasi tiktok tersebut.⁵⁷

Tiktok memiliki ciri khas sendiri. Video yang diunggah oleh tiktok memiliki watermark berupa username pengguna, inilah yang membedakan aplikasi ini dengan aplikasi lainnya. Tiktok memiliki fitur *follow*, *like*, dan *komentar* bertujuan agar sesama pengguna dapat saling berkomunikasi atau berdiskusi di dalamnya. Tiktok juga memiliki segudang fitur menarik lainnya mulai dari penambahan musik pada video, filter pengubah warna video, *voice effect* pengubah suara video, stiker-stiker menarik dan lain sebagainya.

⁵⁶ Sandi Marga Pratama, Muchlis. “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya”, Jurnal: Incare, Vol. 01, No. 02, 2020, hal. 103

⁵⁷ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri remaja di Kabupaten Sampang”, Jurnal: Komunikasi, Vol. 14, No. 2, 2020, hal. 136

b. Sejarah Aplikasi Tiktok

Tiktok memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan pada September 2016 oleh perusahaan asal Tiongkok, China. *ByteDance* pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama *Douyin*. Hanya dalam waktu 1 tahun, *Douyin* memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya. Popularitas *Douyin* yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tiktok. Menurut laporan dari *Sensor Tower*, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat tiktok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada di bawah naungan Facebook. Aplikasi ini menempati peringkat kedua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh.⁵⁸

Pada 3 Juli 2018 aplikasi tiktok pernah diblokir di Indonesia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati akan banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini. Terhitung sampai 3 Juli tersebut, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara, banyak sekali konten tidak

⁵⁸ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri remaja di Kabupaten Sampang”, Jurnal: Komunikasi, Vol. 14, No. 2, 2020, hal. 136

mendidik untuk anak-anak yang tentunya membawa pengaruh negatif. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru maka pada Agustus 2018 aplikasi tiktok ini dapat kembali diunduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.⁵⁹

Pasca setelah di blokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, kini tiktok menjadi trend dan budaya populer di Indonesia. Budaya Populer merupakan budaya yang disukai oleh banyak orang dan tidak terikat dengan kelas sosial tertentu. Budaya populer saat ini semakin besar dampaknya di era digital saat ini, karena kemudahan akses ke informasi yang memiliki dampak signifikan pada budaya populer yang ada di suatu negara. Generasi millennial dianggap memiliki andil dalam mengembangkan budaya populer di Indonesia. Generasi millennial sangat aktif dan intens dengan teknologi baru, terutama aplikasi tiktok yang banyak digunakan mereka sehingga menjadi salah satu budaya populer di Indonesia.⁶⁰

Aplikasi tiktok mampu membuat pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena keragaman kreatifitas dan keunikan video-video yang mereka buat. Di samping karena ada video konten video yang memiliki pesan-pesan moral dan agama terutama aspek dakwah. Aplikasi

⁵⁹Riska Amelia, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok*, (Jambi: Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), hal. 2

⁶⁰ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19”, *Jurnal: Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 2, 2020, hal.71-72

tiktok juga membuat pengguna menjadi kecanduan untuk melihat bahkan membuat sendiri video-video yang unik dan dapat memotivasi dan mengedukasi orang.⁶¹

c. Istilah-Istilah Dalam Aplikasi Tiktok

1) FYP (*For Your Page*)

Fyp adalah singkatan dari For Your Page, yang artinya untuk halaman kamu. Fyp berguna untuk menampilkan video rekomendasi dari Tiktok yang disesuaikan sesuai dengan ketertarikan pengguna. Jika pengguna sering melihat video tutorial memasak, maka yang akan sering muncul dihalaman pengguna video tutorial memasak. Selain itu, siapa pun videonya yang berkesempatan muncul di Fyp Tiktok, maka pengguna tersebut akan memiliki banyak *like*, *viewers* dan komentar.

2) *Duets*

Duets merupakan salah satu fitur yang ada di Tiktok. Fitur duet memungkinkan pengguna berkolaborasi dengan kreator atau pengguna yang lain. Saat merekam video, layarnya akan menjadi dua bagian seolah-olah pengguna bisa berinteraksi dengan konten yang sudah lebih dahulu dibuat oleh pengguna lain.

⁶¹ Farrel dan Kenny, *Normalitas Baru Bersama Covid-19*, (Semarang: Skripsi Universitas Katolik Soegijapranata, 2020), hal.142

3) *Drafts*

Draft adalah fitur Tiktok yang memungkinkan pengguna dapat menyimpan video yang sudah dibuat tanpa mengunggahnya. Dan dapat *memposting* video tersebut di lain waktu.

4) *Stich*

Stich adalah fitur di Tiktok yang mirip dengan duets. Tetapi duets membuat video kreator menjadi bersebelahan dengan pengguna lainnya. sedangkan fitur *stich* membuat video kreator terlebih dahulu, kemudian baru video pengguna lain. Fitur ini biasanya digunakan untuk mengomentari atau merespon video buatan kreator lain.

5) *Report*

Report adalah fitur Tiktok yang bisa digunakan untuk melaporkan konten, kata-kata, atau aktivitas yang dianggap tidak layak dan dapat menimbulkan efek negatif, seperti pelecehan, *cyberbullying*, rasisme dan sebagainya.

6) *Q&A*

Q&A adalah fitur yang memungkinkan followers pengguna untuk bertanya di akunnya. Jika pertanyaan sudah terkumpul maka pengguna dapat menjawab pertanyaan tersebut melalui video.

7) *Discovery Page*

Discovery page adalah halaman penemuan. Halaman ini mirip dengan halaman *Explore* Instagram. Bedanya di *discovery page* Tiktok pengguna dapat menemukan hashtag- hashtag yang sedang trending di Tiktok, dan juga banner-banner iklan yang sedang promosi.

g. **Kajian Teori**

Hypodermic Needle Theory

Teori ini dikenal dengan nama lain “Teori Peluru” atau “Teori Jarum suntik”. Teori ini menjelaskan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. teori ini menyebutkan bahwa apabila pesan-pesan tersebut “tepat sasaran”, akan mendapatkan efek yang diinginkan.⁶² Peneliti mengkaji permasalahan dengan teori hipodermik karena dalam hal untuk membuat penonton tertarik, konten-konten yang dihadirkan haruslah menarik minat yang dapat memikat dan memberi manfaat untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Sehingga apapun yang disampaikan melalui tontonan dapat menjadi efek positif bagi penontonnya.

Disebut jarum hipodermik karena diibaratkan pada pesan yang disuntikkan kepada jiwa penonton. Dalam hal ini, penyampaian pesan

⁶² Werner J. Severin, James W, Tankard. Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, & Terpaan Di Dalam Media Massa*. cet 5, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2005), hal. 147

disamakan dengan pemberian obat (melalui suntikan) ke dalam tubuh penonton sehingga terjadi perubahan pada diri penonton. Kemudian yang harus diperhatikan untuk menarik minat penonton adalah pesan yang disampaikan. Pesan-pesan apa saja yang terdapat dalam video-video yang dihasilkan untuk dapat mencapai tujuan dan sasaran terpenuhi dengan tepat sesuai target.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan yang digunakan

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dengan hasil akhir berupa kata-kata tertulis. Menurut Bodgan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk diperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.⁶³ Penelitian ini akan menggunakan metode *content analysis* yaitu mendeskripsikan dan menganalisis tentang penerapan dakwah Husein Basyaiban dalam media sosial tiktok. Data yang peneliti peroleh berasal dari dokumentasi video tikok. Untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti memaparkan serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya.

Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Objektif berarti menurut aturan atau prosedur yang apabila dilaksanakan oleh orang (peneliti) lain dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa. Sistematis artinya penetapan isi atau kategori dilakukan

⁶³ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), hal. 4

menurut aturan yang diterapkan secara konsisten, meliputi penjaminan seleksi dan pengkodean data agar tidak bias. Generalis artinya penemuan harus memiliki referensi teoritis.⁶⁴

Teknik analisis isi sangat cocok digunakan untuk menganalisis pesan dakwah Husain Basyaiban. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti lebih mudah menganalisis isi apa saja tema pesan dakwah yang disampaikan dan bagaimana gaya bahasa yang digunakan oleh Husain Basyaiban. Analisis isi banyak dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan.

B. Objek Dan Subjek

Pada hakikatnya, objek penelitian merupakan variabel dalam penelitian atau disebut juga dengan sasaran penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu Husain Basyaiban.

Sedangkan subjek penelitian merupakan batasan penelitian dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda atau orang untuk melekatnya variabel penelitian. Dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian yaitu nilai dakwah yang terkandung di dalam konten tikok Husain Basyaiban.

⁶⁴ A.M Irfan Taufan Asfar, *Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*, (Bone: Skripsi Universitas Muhammadiyah Bone, 2019), hal. 2

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari video atau audio visual yang diposting oleh akun Husain Basyaiban di media sosial tiktok, dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, surat kabar, internet, majalah, catatan dan transkrip serta dokumentasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu aktivitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Peneliti mencari data yang dibutuhkan dengan menggunakan metode:

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.⁶⁵

Observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat disebut juga pengamatan langsung artinya penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, dan rekaman suara.⁶⁶

Metode observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara: membuka Tiktok, mencari akun Husain Basyaiban, mencari beberapa video Husain yang mengandung pesan dakwah dengan tema yang berbeda, menonton, mengamati, mendownload, menganalisis isi pesan dakwah pada video yang didownload.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen, artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁶⁷ Mengacu pengertian tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan mencari data dengan cara mengumpulkan

⁶⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 171

⁶⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Metode Penelitian, Pendekatan...* h.152

⁶⁷ *Ibid.*, h.153

video-video konten Husain Basyaiban di aplikasi tiktok. Video-video yang dikumpulkan ialah telah dipilih tema-tema yang sesuai dengan penelitian ini. Lalu data-data tersebut akan dianalisis sehingga terbentuk kumpulan data yang telah dideskripsikan.

Metode dokumentasi ini sebagai sumber pendukung dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan konten yang dimuat dalam *official* akun tiktok Husain Basyaiban.

3. Studi Pustaka

Peneliti menggunakan studi pustaka dengan mengumpulkan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini berupa buku-buku, majalah, jurnalistik, analisis isi, komunikasi, serta hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan analisis isi. Penelitian yang peneliti lakukan dengan cara menelaah dan membandingkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis.

E. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Atau definisi lain dari analisis data yaitu kegiatan yang dilakukan untuk

mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan dalam mengambil kesimpulan.⁶⁸

Setelah data berhasil diolah dan dianalisis, maka peneliti perlu menarik kesimpulan sesuai dengan pertanyaan penelitian (rumusan masalah) yang diajukan. Dalam kesimpulan itu, sudah harus terjawab semua pertanyaan penelitian yang mendorong dilakukannya penelitian.⁶⁹ Peneliti akan menggunakan analisis isi (content analysis) untuk memahami materi dakwah pada unggahan video Husein Basyaiban dalam pendekatan kualitatif.



⁶⁸ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Cita Pustaka, 2006), hal.20

⁶⁹ *Ibid.*, h.21

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Profil Husain Basyaiban

Husain adalah seorang remaja lelaki berusia 18 tahun kelahiran Makkah. Dia lahir pada tanggal 12 Agustus 2002 dan saat ini bertempat tinggal di Bangkalan, Madura. Husain merupakan putra dari seorang Kiyai bernama Sufyan dan merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Semasa kecilnya Husain bersekolah di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jaddih 01 Bangkalan tahun 2008-2014. Selepas itu dia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Bangkalan tahun 2014-2017 dan MAN Bangkalan tahun 2017-2020. Setamat itu barulah ia melanjutkan pendidikan ke UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur.⁷⁰

Sebelum menjadi tiktoker dan dikenal luas oleh masyarakat, Husain hanyalah seorang mahasiswa biasa yang baru menginjak dunia perkuliahan semester 1 di UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur. Tiktok membuat Husain terkenal luas, kebanyakan postingan yang ada di akun Husain adalah tentang ilmu agama Islam, dan ini juga menjadi alasan utama Husain mempunyai banyak followers pada akunnya. Bekal ilmu agamanya tidak hanya di dapat dari sekolah saja, tetapi ia juga mendapat bekal dari ayahnya. Di usianya yang muda Husain memiliki energi dan semangat yang kuat dalam berbicara, terlihat dalam video

⁷⁰ Riska Amelia, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok*, (Jambi: Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), hal. 22

Youtube di akun CHpodcast ia menjelaskan bahwa orang yang membentuk Husain menjadi seperti sekarang adalah ayahnya. Ayah Husain mendidiknya dengan tegas dan suka mengajak diskusi dengan berbagai macam topik. Husain juga mempunyai impian mendirikan pondok pesantren yang besar dan mengayomi banyak santri yang tidak mampu. Ia mempunyai hobby berdakwah, membaca Al-Quran, juga suka menonton anime.

Nama Husain mulai dikenal luas sejak awal tahun 2020 setelah ia mengunggah beberapa video dakwah ke akun tiktoknya. Sebelumnya Husain mulai aktif berdakwah melalui unggahan di Instagram pada tahun 2018. Husain mengaku bahwa pada awalnya ia mengunggah video dakwah di Tiktok hanya sekedar main-main saja. Tetapi ternyata dalam satu hari ia mendapat *followers* hingga 23 ribu orang. Berbeda dari yang lainnya, ia tidak menggunakan akun tiktok sebagai wadah berekspresi seperti *dance/joget-joget* layaknya pengguna tik tok biasanya, ia justru membuat video yang berisikan kajian Islami. Meski umurnya masih muda, ia mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh *followers* nya terkait masalah-masalah agama dengan pembahasan yang lugas dan bahasa yang sederhana.

Tidak hanya berdakwah, saat ini Husain sedang menjalankan bisnisnya sejak tanggal 9 Oktober 2021, Husain mulai membuka bisnis pakaian muslim dengan nama Muta Indonesia. Husain bekerja sama dengan temannya dan merilis produk pertamanya yaitu Sarung. Husain mengaku sangat bahagia bisa memulai

bisnis di usia muda. Walaupun telah memulai bisnis, Husain tetap konsisten dan aktif dalam berdakwah.

B. Pesan Dakwah Husain Basyaiban

1. Dosaku gabakalan diampuni

Tabel 4.1: Dosaku Gabakalan Diampuni,

Sumber: Akun Tiktok @basyasman00

Judul	Waktu	Audio	Pesan Dakwah
Video 1: Dosaku Gabakalan Diampuni	00.01 – 00.18	Barang siapa yang menyangka bahwasannya dosanya tidak diampuni berarti dia telah bersuuzon kepada Allah SWT, dan bersuuzon kepada Allah, menganggap buruk kepada Allah itu dosanya lebih besar dari pada hampir seluruh dosa-dosa yang lain.	
	00.18 – 00.38	Sehingga ketika engkau sedang beristighfar maka percayalah pada saat engkau beristighfar Allah akan mengampuni	

		<p>seluruh dosa-dosa yang kau lakukan, percayalah. Untuk itulah wahai jamaah, Allah SWT berfirman “aku sesuai sebagaimana prasangka hambaku kepadaku”.</p>	
00.38	–	<p>Jadi ketika kita sedang beristighfar, yakinilah bahwasannya dosa kita semua ini akan luntur, akan luntur seketika. Dan percayalah bahwasannya dampak ketika seorang hamba menyangka bahwasannya dosanya tidak akan diampuni oleh Allah, itu jauh lebih besar dari pada dampak seseorang melakukan dosa itu sendiri.</p>	
00.57			
00.58	–	<p>Jadi ketika engkau menganggap bahwasannya ‘oh Allah gabakal mengampuni dosaku’, itu</p>	
01.22			

		<p>memiliki dosa yang konsekuensinya lebih besar dari pada ketika engkau melakukan dosa-dosa yang lain. Allah SWT berfirman ‘Kabarkanlah kepada hamba-hamba ku bahwasannya aku maha pengampun lagi maha penyayang’ Barakallahu Fi Kum.”</p>	
--	--	---	--

2. Masuk surga jalur bully dan ghibah

Tabel 4.2: Masuk Surga Jalur Bully dan Ghibah

Sumber: Akun Tiktok @basyasman00

Judul	Waktu	Audio	Pesan Dakwah
Video 2: Masuk Surga Jalur Bully dan Ghibah?	00.01 – 00.15	Masuk surga lewat jalur bully dan ghibah? Benar adanya. Akan datang seorang hamba yang kaget ketika ditunjukkan buku-buku catatan amalnya,	

		<p>“YaAllah padahal saya gapernah sholat sebanyak ini, saya gapernah puasa sebanyak ini kok tiba-tiba saya dapat pahala sebanyak ini Ya Allah padahal saya gapernah ngelakuin”.</p>	
	<p>00.15 – 00.35</p>	<p>Ya lalu dikatakan kepadanya “memang kamu gapernah puasa sebanyak ini, kamu gapernah sholat sebanyak ini, kamu gapernah melakukan amalan sebanyak ini, tapi kamu sering banget dighibahin, kamu sering banget dibully sama orang, nah orang-orang yang membully dan mengghibahi kamu mereka langsung transfer pahala ke kamu padahal kamu gapernah melakukan amalan-amalan sebanyak itu”.</p>	

	00.30 – 01.00	Harusnya ketika kamu didunia kamu bersyukur dengan keberadaan mereka, tanpa kamu bersusah-susah payah, tanpa kamu iri, tanpa kamu apa-apa tiba-tiba kamu dapat transfer pahala sebanyak itu. Maka mulai hari ini teman teman sekalian bersyukurlah dan berterimakasih lah kepada orang-orang yang suka membully dan menghibahi kalian. Thankyou so much.	
--	------------------	--	--

3. Ketika lagi shalat dzuhur terus lu dipanggil emak

Tabel 4.3: Ketika Lagi Shalat Dzuhur Terus Lu Dipanggil Emak

Sumber: Akun Tiktok @basyasman00

Judul	Waktu	Audio	Pesan Dakwah
Video : 3 Ketika lagi	00.01 – 00.11	Oke mari kita bicara mengenai ini, sebenarnya shalat itu kan	

<p>shalat dzuhur terus lu dipanggil emak.</p>	<p>00.12 – 00.18 00.18 – 00.24 00.24 – 00.45</p>	<p>kita tau bahwasannya ada dua tipe shalat. Ada sholat yang hukumnya wajib dan ada shalat yang hukumnya sunnah. Maka ini adalah letak perbedaannya.</p> <p>Ketika kamu sedang shalat sunnah lalu dipanggil oleh ibu kamu maka segera batalkan shalatnya dan segera datangi ibu kamu.</p> <p>Namun apabila itu adalah shalat wajib, maka tidak boleh untuk membatalkan shalat dengan alasan apapun.</p> <p>Jadi kalau semisal untuk memberitahukan orang tua kamu yang sedang memanggil kamu dengan cara mengeraskan bacaan sebagaimana mas-mas tadi. Tapi jangan ngegas “waladdhalliin, aamin”</p>	
---	--	---	--

		(dengan suara lantang), engga gitu engga. “Allahu akbar” (dengan suara agak sedikit keras), dipanjangin dikit, dikerasin dikit suaranya.	
--	--	---	--

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Analisis Tema Konteks Pesan Dakwah Husain Basyaiban

Pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan yang hendak dicapai, pesan dakwah secara umum dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal yaitu: budi pekerti (akhlak), keimanan (aqidah), dan syariah. Berikut pesan dakwah dalam video Husain Basyaiban yang berkaitan dengan tiga hal tersebut.

- a. Pesan Dakwah yang berkaitan dengan Aqidah (Dosaku gabakalan di ampuni)

Aqidah adalah bentuk kepercayaan, keimanan dan keyakinan yang mendalam bahwa Allah memiliki sifat Yang Maha Esa dan kepada-Nya bergantung sesuatu. Dalam video pertama, Husain menjelaskan tentang suudzan kepada Allah SWT dan dosa yang tidak akan diampuni. Suudzan/Prasangka buruk adalah anggapan, pendapat, atau sikap yang bertentangan dengan kebenaran dan kebaikan. Orang yang berburuk sangka berarti adalah orang yang memiliki anggapan, pendapat, atau

sikap yang buruk terhadap suatu keadaan atau seseorang di mana keadaan atau seseorang tersebut sesungguhnya menunjukkan hal yang sebaliknya.

Suudzan kepada Allah SWT dan kepada sesama mukmin adalah dosa yang paling besar. Menganggap bahwa Allah tidak akan mengampuni dosa hambanya, karena hamba tersebut sudah banyak melakukan perbuatan dosa. Sehingga ia berfikir bahwa Allah tidak akan mengampuni dosanya. Husain menjelaskan bahwa dosa suudzan kepada Allah lebih besar dari pada dosa itu sendiri yang mereka anggap tidak bakal diampuni oleh Allah SWT. Padahal Allah telah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Hijr ayat 49:

نَبِّئْ عِبَادِي أَنِّي أَنَا الْغَفُورُ الرَّحِيمُ

Artinya: “Kabarkanlah kepada hamba-hamba-Ku, bahwa Akulah Yang Maha Pengampun, Maha Penyayang.”

Imam ath Thobari mengatakan tentang ayat tersebut bahwa makna “Kabarkanlah kepada hamba-hambaKu bahwa Sesungguhnya Aku-lah yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” Adalah bahwa Allah SWT mengingatkan kepada Nabi Muhammad SAW, Kabarkanlah kepada hamba-hamba-Ku wahai Muhammad. Sesungguhnya akulah yang menutup seluruh dosa-dosa mereka apabila mereka mau bertaubat darinya dan kembali kepada-Ku dengan tidak mengazab mereka. Sesungguhnya

Aku-lah yang Maha Penyayang kepada mereka dari mengazab mereka setelah mereka bertaubat.

Dosa dalam berbagai jenisnya adalah perbuatan yang dibenci oleh Allah, dosa-dosa tersebut akan tetap mendapat balasan sanksi baik di dunia maupun di akhirat. Dosa adalah bentuk dari menentang perintah Allah SWT, karena umat manusia diciptakan berada di dunia untuk mentaati perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Dosa dalam bentuk apapun tetap sebuah pelanggaran, baik dosa kecil, sedang, besar, dan setiap pelanggaran ada sanksinya. Ada dosa yang diampuni dan ada dosa yang tidak diampuni, meskipun pada akhirnya hanya Allah yang tahu dengan segala rahasianya yang memberikan keputusan terakhir. Tetapi Allah dalam Al-Quran banyak menegaskan bahwa Allah maha pengampun bagi orang-orang yang memohon ampunan padaNya.

Tugas setiap manusia adalah percaya kepada ketetapan Allah SWT, dan jangan berburuk sangka kepadanya. Jika manusia merasakan penyesalan terhadap dosa yang telah mereka lakukan, hendaklah mereka segera bertaubat kepada Allah dan tidak mengulangi perbuatan tersebut, bukan dengan berfikir bahwa Allah tidak akan mengampuni dosa mereka. Husain juga menjelaskan yakinilah bahwa dengan beristighfar Allah akan mengampuni segala dosa-dosa yang telah diperbuat. Dengan begitu telah termasuk husnuzan atau berprasangka baik kepada Allah SWT.

- b) Tema pesan dakwah yang berkaitan dengan akhlak (Masuk surga jalur bully dan ghibah)

Akhlak menempati posisi paling penting dalam Islam. Dalam video kedua Husain menjelaskan tentang seseorang masuk kedalam surga karena sering dighibahi dan dibully. Ghibah adalah menceritakan tentang seseorang yang tidak ada ditempat dengan sesuatu yang tidak disukainya. Baik menyebutkan badannya, keturunannya, perbuatannya, urusan dunianya, urusan agama, dan akhlaknya. Ghibah merupakan akhlak tercela dalam Islam yakni sama saja dengan mendzolimi orang lain. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : اتَدْرُونَ مَا الْغَيْبَةُ ؟ قَالُوا : اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ : ذِكْرُكَ أَخَاكَ بِمَا يَكْرَهُ، فَقِيلَ : أَفَرَأَيْتَ إِنْ كَانَ فِي أَحْيٍ مَا أَقُولُ ؟ قَالَ : إِنْ كَانَ فِيهِ مَا تَقُولُ فَقَدْ اغْتَابْتَهُ، وَإِنْ لَمْ يَكُنْ فِيهِ مَا تَقُولُ فَقَدْ بَهَنْتَهُ

Artinya: “ ‘Tahukah kalian apa itu ghibah?’ Lalu sahabat berkata: ‘Allah dan Rasul-Nya yang lebih tahu’. Rasulullah bersabda: ‘Engkau menyebut saudaramu tentang apa yang dia benci’. Beliau ditanya: ‘Bagaimana pendapatmu jika apa yang aku katakan benar tentang saudaraku?’ Rasulullah bersabda: ‘jika engkau menyebutkan tentang kebenaran saudaramu maka sungguh engkau telah ghibah tentang saudaramu dan jika yang engkau katakan yang sebaliknya maka engkau telah menyebutkan kedustaan tentang saudaramu’ ”. (HR. Muslim, no 2589)

Hadist merupakan sumber ajaran Islam kedua setelah Al-Quran. Jelas di dalam hadist tersebut Rasul SAW menjelaskan makna dari ghibah (gunjingan). Ghibah adalah membicarakan tentang fakta yang ada pada orang lain, seperti kekurangan orang lain yang apabila sampai kepada orang tersebut ia tidak akan senang. Sama saja apabila yang dikatakannya

berkenaan dengan kekurangan pada tubuhnya, perilakunya, keturunannya, perkataannya, agamanya, keluarganya atau apa yang ada di dalam dirinya. Dapat juga tentang berupa pakaiannya, rumahnya, dan kendaraannya. Jika yang dighibahkan tidak sesuai fakta yang ada pada orang tersebut, maka itu termasuk fitnah dan kedustaan.

Dan Allah SWT juga telah berfirman tentang larangan ghibah dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّبُ—
أَخَذَكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang.”

Selain itu Rasul SAW pernah menjelaskan tentang dosanya seorang hamba yang suka menggibahi orang lain, yakni orang yang *muflis* (bangkrut). Sebagaimana dalam hadits diriwayatkan oleh Muslim dan Ahmad:

أَتَدْرُونَ مَنْ الْمُفْلِسِ قَالُوا الْمُفْلِسُ فِينَا مَنْ لَا دِرْهَمَ لَهُ وَلَا مَتَاعَ فَقَالَ إِنَّ الْمُفْلِسَ مِنْ أُمَّتِي مَنْ يَأْتِي يَوْمَ الْقِيَامَةِ بِصَلَاةٍ وَصِيَامٍ وَزَكَاةٍ وَيَأْتِي فَمَنْ سَتَمَهَا وَفَدَتْ هَذَا وَأَكَلَ مَالَ هَذَا وَسَفَكَ دَمَ هَذَا وَضَرَبَ هَذَا فَبُعِطَى هَذَا مِنْ حَسَنَاتِهِ وَهَذَا مِنْ حَسَنَاتِهِ فَإِنْ فَنِيَتْ حَسَنَاتُهُ قَبْلَ أَنْ يُفْضَى مَا عَلَيْهِ أُخْذِمِنْ حَطَايَاهُمْ فَطُرِحَتْ عَلَيْهِ ثُمَّ طُرِحَ فِي النَّارِ

Artinya: “ ‘Tahukah kalian siapa *muflis* (orang yang bangkrut) itu?’ Para sahabat menjawab, ‘*Muflis* (orang yang pailit) itu adalah yang tidak mempunyai uang maupun harta benda.’ Kemudian Nabi ﷺ menjelaskan, ‘*Muflis* (orang yang bangkrut) dari umatku ialah, orang yang datang pada hari Kiamat membawa (pahala) shalat, puasa dan zakat, namun (ketika di dunia) dia telah mencaci dan (salah) menuduh orang lain, makan harta, menumpahkan darah dan memukul orang lain (tanpa

hak). Maka orang-orang itu akan diberi pahala dari kebaikan-kebaikannya. Jika telah habis kebaikan-kebaikannya, maka dosa-dosa mereka akan ditimpakan kepadanya, kemudian dia akan dilemparkan ke dalam neraka' ". (HR. Muslim 6744 & Ahmad 8029)

Berdasarkan hadist di atas orang yang dizalimi akan mendapat banyak pahala dari orang yang menzalimi. Seseorang yang suka berghibah akan dimintai pertanggungjawaban dihadapan Allah SWT oleh orang yang dighibahnya. Pada waktu dilakukan hisab, pahala orang yang menzalimi akan diberikan kepada orang yang dizalimi sampai kezaliman itu habis.

Orang-orang yang suka menggibahi orang lain adalah termasuk orang-orang yang merugi. Amal kebbaikannya akan dibayarkan kepada orang-orang yang pernah dizaliminya. Kemudian setelah amal kebbaikannya habis, maka amal keburukan orang yang dizalimi akan ditimpakan kepadanya. Apalagi pada zaman sekarang banyak yang terang-terangan menggibahi seseorang dengan memanfaatkan aplikasi media sosial hingga semua orang mengetahui keburukan orang lain, mereka tidak lagi mempunyai rasa takut akan dosa. Husain juga mengatakan bahwa bersyukurlah dan berterima kasihlah ketika sedang dighibahi orang lain, karena dari itu kita akan mendapat pahala yang berlimpah dan masuk ke surga.

Pesan dakwah yang dapat diambil dari video tersebut adalah jangan menggunjing satu sama lain karena beresiko menimbulkan fitnah.

Jika hal yang dibicarakan tidak sesuai fakta maka itu disebut fitnah, dan jika hal yang dibicarakan adalah kenyataan tentang keburukan orang lain maka itu disebut ghibah. Seseorang yang berghibah bahkan diibaratkan seperti memakan bangkai saudaranya sendiri. Hal tersebut merupakan akhlak yang buruk dan hanya mendapat kerugian untuk seorang pelaku ghibah karena menguras semua pahala ibadahnya.

- c) Tema dakwah yang berkaitan dengan syariat (Ketika lagi shalat dzuhur terus lu dipanggil emak).

Video ketiga Husain mengandung pesan dakwah tentang syariah.

Salah satu pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban adalah tentang shalat. Bagaimana jika sedang melaksanakan shalat kemudian dipanggil oleh ibu? Husain menjelaskan shalat terbagi menjadi dua kategori, shalat fardhu dan shalat sunnah. Shalat fardhu adalah shalat dengan status hukum fardhu, yakni wajib dilaksanakan. Shalat sunnah adalah shalat yang tidak wajib, tetapi jika dilaksanakan akan mendapat pahala.

Ketika seorang muslim sedang melaksanakan shalat fardhu, kemudian dipanggil oleh ibunya, maka tidak boleh memenuhi panggilan tersebut dan membatalkannya dengan alasan apapun. Akan tetapi diperbolehkan memberi isyarat peringatan untuk orang tua bahwa sedang melaksanakan shalat dengan cara mengeraskan suara dengan bacaan

dalam shalat, dan dapat mempersingkat shalat. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى قَالَ أَخْبَرَنَا الْوَلِيدُ بْنُ مُسْلِمٍ قَالَ حَدَّثَنَا الْوَزَاعِيُّ عَنْ يَحْيَى بْنِ أَبِي كَثِيرٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي قَتَادَةَ عَنْ أَبِيهِ أَبِي قَتَادَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنِّي لَأَقُومُ فِي الصَّلَاةِ أُرِيدُ أَنْ أَطْوَلَ فِيهَا فَاسْمَعُ بُكَاءَ الصَّبِيِّ فَاتَّجَوَّزُ فِي صَلَاتِي كَرَاهِيَةً أَنْ أَشُقَّ عَلَى أُمِّهِ تَابَعَهُ بِشْرُ بْنُ بَكْرٍ وَابْنُ الْمُبَارَكِ وَبَوَيْهٌ عَنِ الْوَزَاعِيِّ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Ibrahim bin Musa berkata, telah mengabarkan kepada kami Al Walid bin Muslim berkata, telah menceritakan kepada kami Al Auza’i, dari Yahya bin Abu Katsir, dari ‘Abdullah bin Abu Qatadah, dari bapaknya, Abu Qatadah, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam, beliau bersabda, “Aku pernah ingin memanjangkan shalat. Namun aku mendengar tangisan bayi. Maka aku pendekkan shalatku karena khawatir akan memberatkan ibunya.” (HR. Bukhari (707))

Kemudian Husain menjelaskan jika seorang muslim sedang melaksanakan shalat sunnah, lalu orang tuanya memanggil maka tinggalkanlah shalatnya dan penuhi panggilan orang tua. An-Nawawwi rahimahullah membuat bab ‘Bab taqdim birrul walidaini ‘ala tatowwu’ bis shalat wa goiruha (Bab mendahulukan bakti kedua orang tua dibandingkan dengan shalat sunah dan lainnya).

An-Nawawi rahimahullah mengatakan, “Para ulama mengatakan, ‘Yang benar baginya adalah menjawabnya karena ia dalam shalat sunah. Sementara melanjutkan shalat sunah itu tidak diwajibkan. Sementara menjawab ibu dan berbakti kepadanya itu wajib. Dan durhaka kepadanya itu haram. Atau memungkinkan baginya mempersingkat shalat dan menjawabnya kemudian kembali menunaikan shalatnya.’”

2. Teknik Pengemasan Dan Gaya Bahasa Yang Digunakan Husain Basyaiban Dalam Kegiatan Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok

Husain Basyaiban dalam mengemas pesan dakwah dan menyampaikan kepada penonton menggunakan gaya bahasa yang sederhana, mulia dan bertenaga. Husain sangat tegas dalam menyampaikan sesuatu dan mudah dipahami oleh anak millennial, ia sangat lancar saat *public speaking*. Husain juga menggunakan gaya bahasa menengah yang menimbulkan suasana senang dan damai, nada yang ia gunakan bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang serta mengandung humor yang sehat. Pemilihan kata-kata yang Husain gunakan sesuai dengan selayaknya anak muda biasa sehingga mudah dicerna dan dimengerti oleh penonton.

Selain itu ide yang Husain dapatkan untuk konten-konten video yang ia buat diambil dari hal-hal atau peristiwa yang sedang viral di aplikasi Tiktok. Terkadang Husain *menstitch* video orang lain yang viral dan melenceng dari Islam, setelah itu ia jelaskan menurut pandangan Islam sendiri. Kemudian contoh-contoh yang dihadirkan berupa kisah para Nabi dan para Sahabat terdahulu yang langsung diceritakan ulang menggunakan gaya bahasa Husain Basyaiban. Dan ia juga menghadirkan contoh-contoh terdekat seperti tentang kehidupan masyarakat sekarang dan juga kehidupan dirinya sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah menganalisis data seperti yang sudah penulis jabarkan di atas, maka dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Husain Basyaiban menyampaikan pesan dakwah mencakup dalam tiga tema yaitu: Tentang Aqidah, Akhlaq, dan Syariat. Masing-masing pesan tersebut ia sampaikan dengan durasi satu menit.
2. Husain merupakan da'i muda yang menyebarkan dakwah dan menyampaikan dakwah dengan memanfaatkan media sosial Tiktok dalam menyebarkan pesan dakwahnya. Husain mengemas pesan dakwah dan menyampaikan kepada penonton menggunakan gaya bahasa yang sederhana, mulia dan bertenaga. Husain sangat tegas dalam menyampaikan sesuatu dan mudah dipahami oleh anak millennial, ia sangat lancar saat *public speaking*. Husain juga menggunakan gaya bahasa menengah yang menimbulkan suasana senang dan damai, nada yang ia gunakan bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang serta mengandung humor yang sehat. Pemilihan kata-kata yang Husain gunakan sesuai dengan selayaknya anak muda biasa sehingga mudah dicerna dan dimengerti oleh penonton.
3. Isi video Husain Basyaiban menyajikan pesan dakwah secara argument dan mudah dipahami. Pesan-pesan religi bertujuan untuk mendidik

masyarakat Indonesia lebih baik menurut aturan agama, dan selalu mengingat Allah SWT. Pesan dakwah secara umum dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal, yaitu akhlak, aqidah, dan syariah. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan Husain Basyaiban melalui aplikasi Tiktok mencakup tiga hal tersebut.

B. Saran

Dalam hal ini peneliti ingin memberikan saran kepada Husain Basyaiban terkait video dakwah Husain Basyaiban di media sosial Tiktok:

1. Diharapkan Husain Basyaiban mampu terus menghadirkan konten-konten dakwah dengan tema yang berbeda dan konsisten dalam mengupload di media sosial mana pun.
2. Contoh-contoh yang dihadirkan adalah contoh yang dekat dengan kehidupan dan sesuai dengan tema.
3. Diharapkan mendapat efek positif bagi setiap komunikan/Mad'u yang mendengarkan video dakwah Husain Basyaiban,

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- AB, S. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Abdullah. (2015). *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Aminuddin, A. W. (2006). *Membangun Karakter dan Kepribadian Melalui Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Daud, A. M. (2011). *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan tata Islam di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Flew, T. (2008). *New Media: an Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Hariansyah. (2018). *Millennials Bukan Generasi Micin*. Bandung: Guepedia Publisher.
- Hasan, M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hasanuddin. (1996). *Hukum Dakwah, Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah di Indonesia*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Illahi, M. M. (2009). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Illahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ilyas, Y. (2011). *Kuliah Akidah Islam*. Yogyakarta: LPPI (Lembaga Pengkajian dan Pengalaman Islam).
- Imron, A.-M. d. (2009). *Satilistika: Teori, Metode dan Aplikasi Pengkajian Estetika Bahasa*. Solo: Cakrabooks.
- Kade, I. G. (2017). *Media Sosial dan Demokrasi*. Yogyakarta: Penerbit PolGov.
- Keraf, G. (2002). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kholil, S. (2006). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Cita Pustaka.

- Munir, M. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, M. (2009). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, S. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Nawawi, I. (1994). *Terjemahan Riyadush Shalihin*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Romli, A. S. (2014). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Safei, A. A. (2016). *Sosiologi Dakwah: Rekonsepsi, Revitalisasi, dan Inovasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Satoto, S. (1995). *Metodologi Penelitian Sastra*. Surakarta: UNS Press.
- Sa'udi, H. (2003). *Jerat-Jerat Lisa*. Solo: Pustaka Arafah.
- Savitri, A. P. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern Vol. 41, No 1, . *Jurnal Ilmu Dakwah* , 47.
- Sopiah, E. M. (2010). *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukayat, T. (2009). *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suparta, M. (2009). *Metode dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Tasmoro, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Uchana, E. d. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks.
- Werner J. Severin, J. W. (2005). *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, & Terpaan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

B. Jurnal

- Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi Vol. 14, No. 2, September 2020*, 136.
- Pratama, S. M. (2020). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Incare Vol. 01, No. 02 Agustus 2020*, 103.
- Savitri, A. P. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern Vol. 41, No 1, . *Jurnal Ilmu Dakwah*, 47.
- Togi Prima Hasiholan, R. P. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5, No 2, Juni 2020*, 71-72.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Risalah Vol. 26, No. 3, September 2015*, 26, 155.

C. Skripsi

- Amelia, R. “*Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Kontek Tiktok*” Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi: 2016
- A.M Irfan Taufan Asfar. “*Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*”, Universitas Muhammadiyah, Bone: 2019
- Ajat, “*Lisan Menurut Hadits (Studi Hadits Tentang Ghibah dan Namimah)*”, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung: 2007
- Hakiki. R, “*Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2016
- Riska, M. “*Pengaruh Media Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah*” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung: 2019

Tania. G, “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram*” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung: 2019

Wulandari, S. “*Facebook Sebagai Media Dakwah*” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh: 2018

Yosiena Duli Deslima. “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung: 2018

D. Website

Islam Kaffah, “*Tafsir Qur’an: Makna Surah Al-Hijr Ayat 49-50*” <https://www.islamkafah.com/index.php/tafsir-quran-makna-surah-al-hijr-ayat-49-50/>. (website ini diakses pada tanggal 25 Desember 2021)

Umma, “*Sedang Shalat Lalu Orang Tua Memanggil, Manakah Yang Harus Didahulukan*”, <https://umma.id/article/share/id/1003/342731>, (Website ini diakses pada tanggal 06 Januari 2022)

Wikipedia, “*Media sosial*”. https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, (Website ini diakses pada tanggal 06 Desember 2021)



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.2637/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2021

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Syukri Syamaun, M. Ag.(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Fakhruddin, S. Ag., M. Pd.(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Tasha Bulan Suci Fanti
NIM/Prodi : 170401023/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok oleh Husain Basyaiban*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 26 Juli 2021 M
16 Zulhijjah 1442 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Fakhri

- Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 25 Juli 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Tasha Bulan Suci Fanti
2. Tempat / Tgl. Lahir : Langsa/ 21 Desember 1999
Kecamatan Tanah Jambo Aye, Kabupaten/Kota Aceh Utara
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 170401023 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Kota Pantan Labu
 - a. Kecamatan : Tanah Jambo Aye
 - b. Kabupaten : Aceh Utara
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : tashaarrizal21@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat 07 Tanah Jambo Aye Tahun Lulus 2011
10. MTs/SMP/Sederajat MTs Al-Muslimun Tahun Lulus 2014
11. MA/SMA/Sederajat MAS Al- Muslimun Tahun Lulus 2017
12. Diploma Tahun Lulus -

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Rizal
14. Nama Ibu : Farah Mutia
15. Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
16. Alamat Orang Tua : Pantan Labu
 - a. Kecamatan : Tanah Jambo Aye
 - b. Kabupaten : Aceh Utara
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 06 Januari 2022
Peneliti,

(Tasha Bulan Suci Fanti)