PERSEPSI *FOLLOWERS* TENTANG KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @kadamsidik00

SKRIPSI

Oleh:

Vino Rahmadhi

202110415094

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PERSEPSI *FOLLOWERS* TENTANG KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @kadamsidik00

SKRIPSI

Oleh:

Vino Rahmadhi

202110415094

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Persepsi *Followers* Tentang Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok @kadamsidik00
Nama Mahasiswa	: Vino Rahmadhi
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415094
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Persepsi *Followers* Tentang Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok @Kadamsidik00
Nama Mahasiswa	: Vino Rahmadhi
Nomor Pokok Mahasiswa.	: 202110415094
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Wichitra Yasya, S.Si,.M.Commun NIDN. 0303098405	.....
Penguji	: Saeful Mujab, S.Sos, M.I Kom NIDN.0303108001	.....
Sekretaris Penguji	: Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0327119701	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra.Truly Wangsalegawa, M.A.,M.Ed,Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Persepsi *Followers* Tentang Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok @Kadamsidik00 ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Vino Rahmadhi

202110415094

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Vino Rahmadhi. 202110415094. Persepsi *Followers* tentang Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial TikTok @kadamsidik00.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi followers terhadap komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok @kadamsidik00. Husain Basyaiban merupakan pendakwah muda yang aktif menyampaikan nilai-nilai Islam melalui konten video pendek di platform TikTok dengan gaya yang santai, mudah dipahami, dan relevan bagi generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada empat informan yang merupakan followers aktif akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban mampu membentuk persepsi positif followers, baik dari segi kognitif (pemahaman terhadap pesan), afektif (respon emosional), maupun konatif (dorongan untuk bertindak atau berubah). Followers merasa bahwa pesan yang disampaikan sangat menyentuh, tidak menggurui, serta sesuai dengan permasalahan dan realitas kehidupan sehari-hari. Gaya penyampaian yang tenang, lembut, dan relatable menjadi kekuatan utama dalam menarik perhatian dan membangun keterikatan dengan audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi sarana dakwah yang efektif apabila dikemas dengan pendekatan komunikatif dan sesuai dengan karakteristik target audiens.

Kata kunci: Persepsi *Followers*, Komunikasi Dakwah, Husain Basyaiban, TikTok, Media Sosial.

ABSTRACT

Vino Rahmadhi. 202110415094. *Followers Perception of Husain Basyaiban's Da'wah Communication Through TikTok @kadamsidik00*

This study aims to explore the perceptions of followers regarding the da'wah communication carried out by Husain Basyaiban through his TikTok account @kadamsidik00. Husain Basyaiban is a young preacher who actively conveys Islamic values through short video content on the TikTok platform using a relaxed, easy-to-understand, and youth-relevant style. This research adopts a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with four informants who are active followers of the account. The findings reveal that Husain Basyaiban's da'wah communication has succeeded in shaping positive perceptions among followers in cognitive (understanding the message), affective (emotional response), and conative (motivation to act or change) aspects. Followers feel that the messages delivered are touching, non-preachy, and aligned with real-life issues. His calm, gentle, and relatable communication style stands out as a key strength in attracting attention and fostering emotional connection with the audience. This study indicates that social media, particularly TikTok, can serve as an effective medium for da'wah when packaged using a communicative approach that suits the characteristics of the target audience.

Keywords: Followers' Perception, Da'wah Communication, Husain Basyaiban, TikTok, Social Media.

Persepsi Followers.., Vino Rahmadhi, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR BAGAN xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 10
1.3 Pertanyaan Penelitian 10
1.4 Tujuan Penelitian 11
1.5 Manfaat Penelitian 11
1.5.1 Manfaat Teoritis 11
1.5.2 Manfaat Praktis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Penelitian Terdahulu 12
2.2 Kerangka Konseptual 22
2.1.1 Persepsi Followers 22
2.1.2 Dakwah 24
2.1.3 Komunikasi Dakwah 25
2.1.4 Media Sosial 28
2.1.5 TikTok 29

Persepsi Followers.., Vino Rahmadhi, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Berpikir 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
3.1 Pendekatan Penelitian 33
3.2 Desain Penelitian 33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 34
3.3.1 Subjek Penelitian 34
3.3.2 Objek Penelitian 34
3.4 Teknik Pengumpulan Data 35
3.5 Teknik Analisis Data 36
3.5.1 Reduksi Data 36
3.5.2 Penyajian Data 36
3.5.3 Penarikan Kesimpulan 36
3.6 Keabsahan Data 36
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Hasil Penelitian 38
4.1.1 Profil Akun TikTok @kadamsidiq00 38
4.1.2 Profil Informan 40
4.1.3 Persepsi Terhadap Isi Pesan Dakwah 41
4.1.4 Respons Emosional (Afektif) Terhadap Konten 43
4.1.5 Dampak Spiritual dan Perubahan Perilaku (Konatif) 45
4.1.6 Gaya Komunikasi dan Penyampaian Dakwah 47
4.1.7 Partisipasi Aktif (Membagikan, Berdakwah Kembali, dll) 49
4.2 Pembahasan 51
BAB V PENUTUP 57
5.1 Kesimpulan 57
5.2 Saran 58
5.2.1 Saran Akademis 58
5.2.2 Saran Praktis 58
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 12
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 37

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Data Potensi Jangkauan Iklan TikTok 3
Gambar 1. 2 Data Waktu Yang Dihabiskan Pengguna Media Sosial Global 4
Gambar 1. 3 Profil Akun TikTok @kadamsidik00 6
Gambar 1. 4 Profil Akun TikTok @zahidsamosir 7
Gambar 1. 5 Profil Akun TikTok @hiyung_agam 8
Gambar 1. 6 Vidio Akun Tiktok @kadamsidik00 9
Gambar 1. 7 Vidio Akun TikTok @kadamsidik00 10
Gambar 4. 1 Akun Tiktok @kadamsidik00 39

Persepsi Followers.., Vino Rahmadhi, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir 32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
Lampiran 3 : Pedoman Observasi
Lampiran 4 : Pedoman Dokumentasi
Lampiran 5 : Transkrip Wawancara
Lampiran 6 : Reduksi Data
Lampiran 7 : Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 8 : Form Perbaikan Sidang Skripsi