BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang harus dilakukan secara konsisten sesuai dengan kemampuan mereka, dengan tujuan untuk menyeru kebajikan dan mencegah yang munkar dengan cara yang bijaksana dan tanpa paksaan untuk mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat seperti yang ada di dalam surat Al-Imran ayat 104. Yang artinya. "Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung" (Putri et al., 2022). Dakwah sendiri tidak hanya dilakukan oleh tokoh agama atau ulama, setiap muslim dapat melakukannya karena dakwah tidak hanya ceramah agama. Dakwah yaitu proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, dan perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik (A. F. Sari & Ni'amah, 2022). Dakwah dapat didefinisikan sebagai upaya terus-menerus untuk mengubah diri manusia melalui pikiran (fikrah), perasaan (syu'ur), dan tingkah laku (suluk) yang membawa mereka ke jalan Allah (Islam) untuk membentuk masyarakat Islami (al-mujtama' al-Islami). Salah satu dari empat aktivitas utama dakwah adalah mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan menyebarkan prinsip-prinsip Islam melalui tulisan, memberi contoh perilaku (akhlak) yang baik, dan bertindak tegas dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi dengan semua kekuatan fisik, harta, dan jiwa. Dakwah ajakan untuk hal-hal baik dan lebih baik. Untuk mencapai tujuan dakwah, ada konsep progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kebaikan dan peningkatan semua kekuatan fisik, harta, dan jiwa (Mokodompit, 2024).

Pada zaman dulu, dakwah dilakukan dengan cara yang sederhana, tetapi memiliki efek yang signifikan terhadap penyebaran Islam. Memiliki berbagai cara berdakwah pada masa lalu diantaranya, dakwah bil-lisan, dakwah yang disampaikan melalui lisan. Ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti

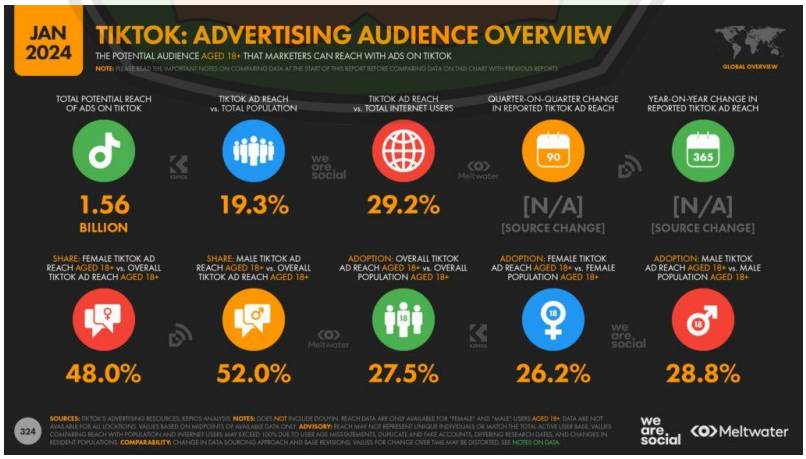
ceramah, khutbah, diskusi, dan nasihat. Para juru dakwah sudah sering menggunakan metode ceramah ini, baik dalam majelis taklim, khutbah jumat di masjid, atau dalam pengajian-pengajian (Yusuf et al., 2022). Selanjutnya Dakwah bil-Qalam, dakwah yang juga disebut sebagai dakwah tulisan yang dapat menjadi cara seseorang berdakwah, karena kenyataannya tidak semua orang memiliki kemampuan retorika untuk berdakwah, tidak semua orang memiliki kemampuan berceramah dalam berdakwah. Pada zaman rasul, dakwah bil qalam dilakukan oleh para pemimpin kerajaan. Pada saat itu, dakwah baru saja dimulai (Dirwan et al., 2022).

Dengan kemajuan teknologi nilai-nilai telah berubah karena kemajuan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) dalam teknologi informasi dan komunikasi. Perpaduan kebudayaan Islam dan kebudayaan barat menunjukkan nilai-nilai yang baik, membuat Islam lebih kaya dengan nilai-nilai sains dan teknologi. Selain itu, media dakwah adalah proses menyampaikan pesan melalui media elektronik, seperti audio atau video. Media ini sangat penting untuk aktivitas dakwah karena membuatnya lebih mudah, murah, praktis, efektif, dan efisien (Sekolah et al., 2022). Dengan perkembangan zaman yang pesat, dakwah Islam harus terus mengambil bentuk yang tepat. Dakwah merupakan bagian penting dari kehidupan seorang muslim, dan tujuannya adalah untuk mengajak, mendorong dan membimbing orang lain untuk menerima ajaran Islam dengan penuh kesadaran. Pada masa digitalisasi seperti saat ini, adalah masa yang sangat istimewa di mana setiap orang mendapatkan dan melakukan pekerjaan dengan mudah. Saat pada zaman tradisional dulu atau sebelum adanya penemuan elektronik saat ini seorang mad'u harus memerlukan berbagai kitab maupun refrensi berupa buku untuk mencari berbagai ajaran-ajaran Islam. Di era digitalisasi saat ini dakwah juga lebih mudah di akses di berbagai platform media manapun sehingga dakwah menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, bahkan di seluruh dunia (Kris Fitriana Wahyu Lestari & Zulia Mariska, 2023).

Di era globalisasi saat ini, keberadaan media online telah menambah daftar "media baru". Media online adalah salah satu produk teknologi informasi yang telah berkembang pesat melalui jaringan internet dan telah masuk ke dunia baru.

Pembaca yang dulunya menggunakan media tradisional seperti majalah dan koran sekarang dapat dengan mudah berbagai informasi. Teknologi baru telah mengubah cara orang berkomunikasi. Dari surat kabar ke media elektronik, seperti radio dan televisi, dan kemudian ke media daring dan media sosial. Demikian juga dengan kontennya, sementara media cetak terus menyajikan berita yang berimbang, media sosial berfokus pada kecepatan, yang membuat penulis bekerja sebagai reporter dan pemimpin redaksi. (Made Suyasa & Sedana, 2020).

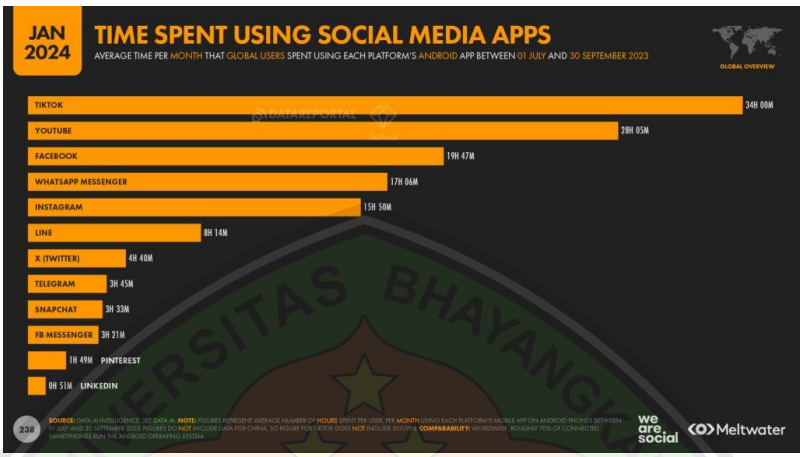
Sosial media TikTok suatu platform media sosial dan musik video yang diluncurkan oleh Tiongkok pada tahun 2016 lalu, Aplikasi ini dirancang untuk memungkinkan penggunanya menggunakan fiturnya sekreatif mungkin. Aplikasi ini disukai oleh kaum dewasa yang membutuhkan hiburan dan kaum millennial. Tiktok sendiri telah berkembang menjadi platform yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan sosial, seperti menyajikan berita terkini, berbagi resep makanan, memberikan pendidikan, dan berfungsi sebagai ladang binis. Selain itu juga berfungsi sebagai konten dakwah, seperti yang dilakukan oleh Husain Basyaiban dan pembuat konten lainnya. Dakwah konvensional yang dilakukan secara langsung, tentu hanya dapat menjangkau mad'u disatu wilayah saja. Namun dengan munculnya teknologi digitalisasi, da'i dapat menjangkau. khalayak lebih luas. Ini menunjukan bahwa dakwah di media sosial jauh lebih mudah diterima oleh seluruh lapisan Masyarakat. (Nugroho Aji, 2018).



Gambar 1. 1 Data Potensi Jangkauan Iklan TikTok

***Sumber*: (We Are Social, 2024)**

Dilansir dari wearesocial.com, angka yang dilaporkan dalam sumber daya periklanan Bytedance sendiri menunjukkan bahwa iklan TikTok sekarang menjangkau audiens global sebanyak 1,56 miliar pengguna setiap bulan.



Gambar 1. 2 Data Waktu Yang Dihabiskan Pengguna Media Sosial Global

***Sumber:* (We Are Social, 2024)**

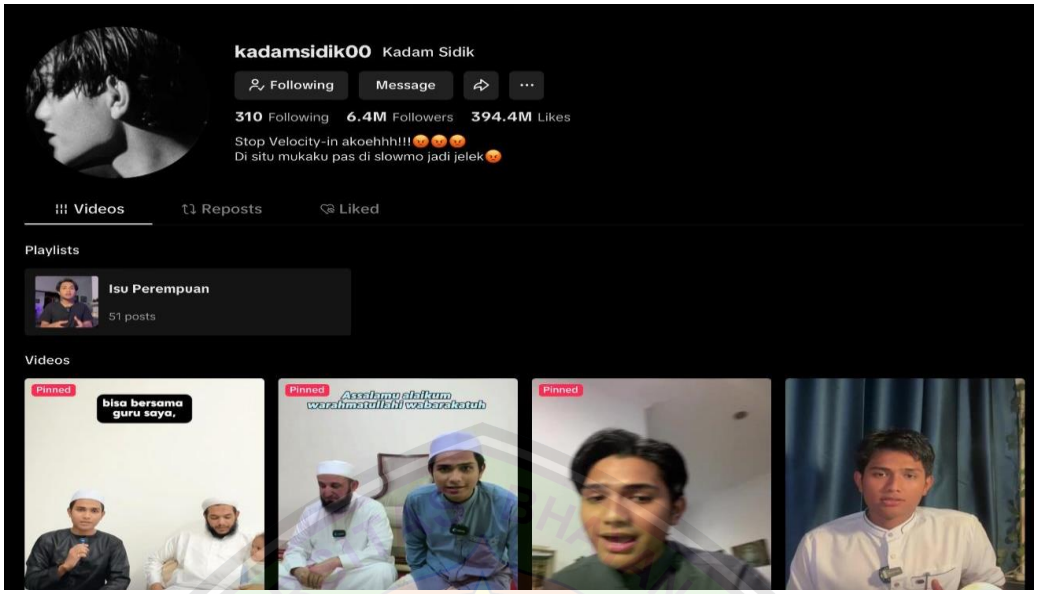
Berdasarkan We Are Social, (2024) menunjukkan bahwa TikTok memiliki rata-rata waktu per pengguna tertinggi dibandingkan aplikasi sosial lainnya antara Juli dan September 2024, dengan pengguna Android rata-rata platform tersebut menghabiskan 34 jam per bulan (We Are Social, 2024). Dengan kata lain, pada tingkat dunia, rata-rata pengguna TikTok kini menghabiskan lebih dari satu jam per hari menggunakan platform tersebut.

Tiktok sebuah platform video dan jaringan sosial, memungkinkan pengguna membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini disukai oleh orang dewasa dan anak-anak muda. Pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan konten yang memberikan komentar dan menanggapi mereka. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) Indonesia memblokir aplikasi Tiktok pada 3 Juli 2018. karena setelah memantau aplikasi ini selama sebulan dan menemukan banyak laporan keluhan tentangnya Sampai 3 Juli, 2,853 laporan telah diterima (Perwirawati, 2023). Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menyatakan bahwa banyak konten yang tidak mendidik memiliki efek

negatif pada anak-anak. Namun, pada Agustus 2018, aplikasi Tiktok ini dapat diunduh kembali karena beberapa peraturan dan peraturan baru. Batas usia pengguna, 11 tahun, adalah salah satu peraturan yang dibahas. Pada tahun 2020 Tiktok kembali populer namun pada saat ini, banyak konten mengandung hal-hal yang bernilai positif. Salah satunya adalah konten yang mengandung nilai dakwah (Perwirawati, 2023). Dengan hadirnya Tiktok, kesempatan pada da'i untuk mensyiarkan agama sekarang juga semakin besar, karena siapapun berhak menyampaikan dakwah nya melalui akun pribadi mereka sendiri agar dapat dilihat oleh banyak orang.

Dengan hadirnya para pendakwah muda ini, mereka berusaha menarik perhatian generasi milenial untuk terus mengikuti jalan kebaikan yang di ridhoi oleh Allah SWT. Salah satu pendakwah muda yang paling populer saat ini adalah Husain Basyaiban. Husain, seorang konten creator TikTok muda dari Madura, lahir pada 12 Agustus 2001. Ia sedang memperoleh gelar sarjana di Universitas Islam Negeri Surabaya. Husain mengatakan dia tidak ingin dipanggil syekh, habib, atau ustadz karena dia hanya ingin berbagi pengetahuannya dengan orang lain. Pada tahun 2018, Husain Basyaiban mulai membagikan konten dakwah melalui unggahan di akun TikTok miliknya. Setelah itu, Husain percaya bahwa ia akan memanfaatkan apa yang dia pelajari untuk membantu orang lain. Akhirnya ia mencoba membuat video dan mendapat respons positif yang luar biasa untuk mendukungnya (Islam et al., 2022).

Setiap pendengar memiliki persepsi yang berbeda beda dalam pendapatnya, persepsi positif atau negatif akan muncul ketika seseorang menilai atau menanggapi suatu objek atau informasi dengan menggunakan pandangan persepsi saat membaca atau menontonnya (Anggita et al., 2023). Dalam fenomena penelitian ini, persepsi followers pada Husein Basyaiban pada akun TikToknya @kadamsidiq00 juga memiliki persepsi yang berbeda setiap followersnya. Hal ini yang akan dikaji dan difokuskan dalam penelitian ini.



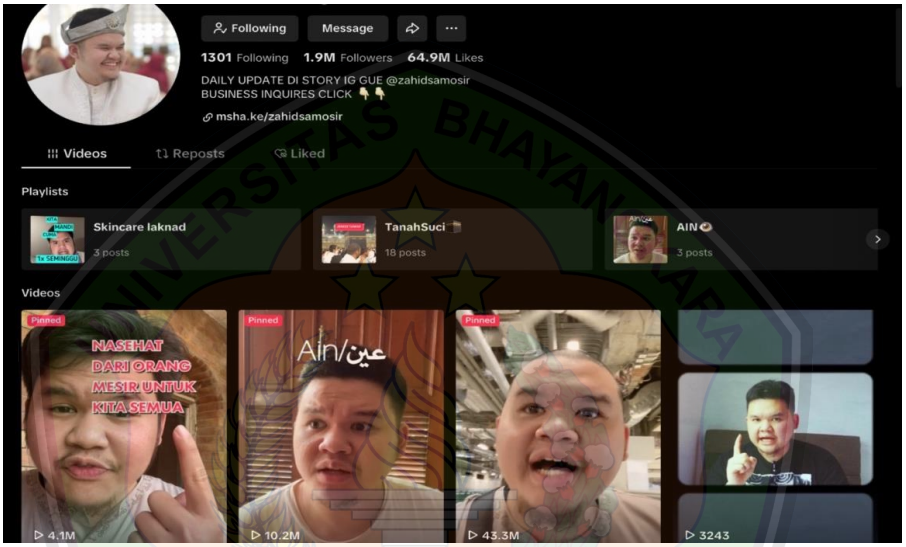
Gambar 1. 3 *Profil Akun TikTok @kadamsidik00*

Sumber: Media Sosial TikTok @kadamsidik00

Konten tersebut berisi ajaran dakwah dengan nilai-nilai Islam. Salah satu keunggulan dari ceramah beliau adalah penyampaiannya yang mudah dipahami seperti ceramah remaja modern, dia berbicara dengan baik, dan menggunakan gaya bahasa yang berbeda yang tidak menciptakan suasana tegang seperti ceramah umumnya. Husain Basyaiban dapat menampilkan kretaivitas video dakwahnya untuk menarik perhatian followersnya dengan memanfaatkan fitur-fitur aplikasi TikTok. Ia juga mencoba menggunakan TikTok sebagai media untuk berdakwahnya, dan sekarang akun Tiktok milik @kadamsidik00 telah mencapai 6,4M followers dengan jumlah like 394,4M dan vidio yang sudah di upload mencapai 1023 vidio yang sudah ter-upload oleh Husain Basyaiban dan banyak komentar positif. Konten dakwah yang diposting oleh Husain Basyaiban sebenernya merupakan pembahasan yang sederhana, namun bisa menarik perhatian ribuan orang yang mengikutinya. Dapat dilihat dari jumlah penonton dari setiap unggahan vidionya. Selain itu, adanya komentar di postingan Husain Basyaiban terdapat beberapa komentar mengenai wajah yang mirip dengan orang Arab, sehingga dapat menarik perhatian wanita dengan kecerdasan dan memiliki sifat

yang keteladanan dalam ajaran atau atauran agama Islam. Dengan menyesuaikan trend viral dengan gaya milenial dan menggunakan Bahasa yang sopan dan ramah.

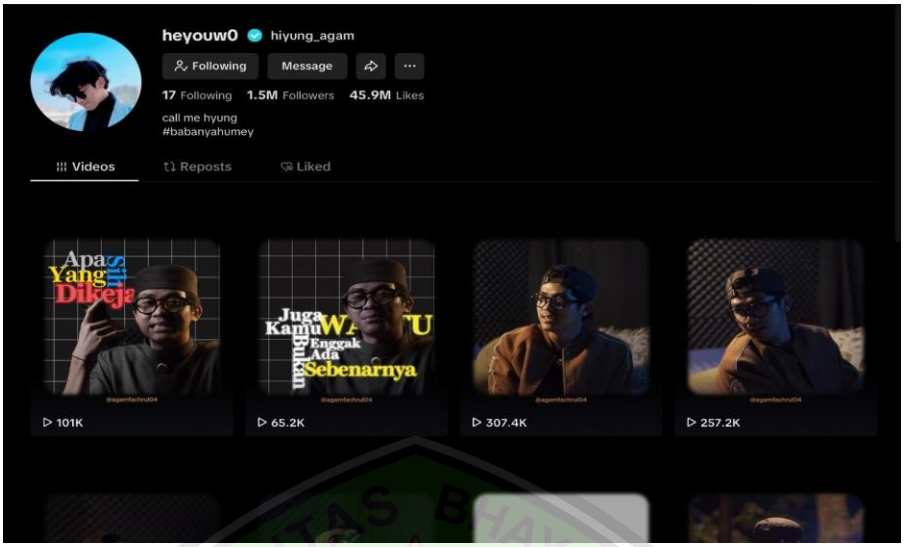
Selain Husein Basyaiban (@kadamsidik00), yang membuat konten untuk berdakwah juga adalah @zahidsamosir. TikToker milenial dengan konten berdakwah asal Depok, Indonesia yang telah menempuh pendidikannya di Al-Azhar University.



Gambar 1. 4 Profil Akun TikTok @zahidsamosir

Sumber: Media Sosial TikTok @zahidsamosir

Zahid Samosir sebagai kreator menggunakan pemanfaatan digital TikTok telah memiliki pengikut sebanyak 1,9. Juta, dan telah mendapatkan *like* sebanyak 64,9 Juta, sebagian besar konten yang di ungah meliputi pengalaman kehidupan di mesir dan menjadi mahasiswa di mesir. Zahid Samosir aktif membuat konten tentang Tahsin dan Murotal serta pengalamannya sebagai siswa di Mesir. Selain itu, konten dakwah audio visual dapat digunakan karena mudah diakses, mudah digunakan, otomatis, dan terkontrol oleh pendengar. Mereka juga dapat dibawa-bawa dan selalu tersedia.



Gambar 1. 5 Profil Akun TikTok @hiyung_agam

Sumber: Media Sosial TikTok @hiyung_agam

Kreator serupa lainnya adalah, Agam Facrul. Seorang pendakwah dari Cimahi, sering menyiarkan ceramahnya melalui platform media sosial modern, seperti TikTok. Agam Fachrul kini memiliki 1,5 juta pengikut di media sosial Tiktok berkat nasihat onlinenya. Agam Facrul lahir pada tanggal 4 Mei 1998. Fachrul adalah seorang ustadz muda yang tampan dan memiliki teknik dakwah yang sesuai dengan kaum Gen Z seusianya. Ustad Agam Fachrul dikenal karena aktif di media sosial Tiktok. Dalam memberi nasihat nya Ustad Agam Fachrul menggunakan bahasa sederhana.

Gaya bahasa yang sederhana yang dilakukan Hiyung Agam sangat cocok saat berbicara dalam ceramah karena dapat menarik perhatian pembicara atau memberi mereka kesempatan untuk memperhatikan apa yang ingin mereka katakan. Orang-orang yang menikmati nasihat kehidupan, dan kisah perjalanan spiritualnya bersama sang istri, Aisyah. Ustad Agam Fachrul adalah seorang Ustadz yang sering menggunakan aplikasi tiktok dan youtube. Oleh karena itu, bahasa-bahasa yang sederhana harus digunakan oleh Ustad Agam Fachrul agar diminati dan dikenal oleh kaum milenial.

Dari ketiga konten kreator yang memiliki jenis konten yang sama ini, Husain Basyaiban (@kadamsidik00) memiliki jumlah terbanyak diantara

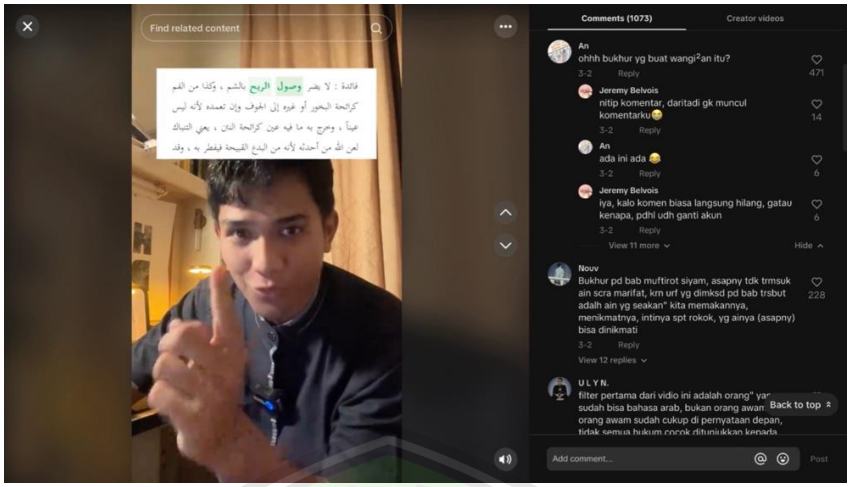
@zahidsamosir dan @hiyung_agam. Selain itu, Husain Basyaiban memiliki penyampaian dakwah yang ringan dan mudah dipahami oleh semua kalangan. Husain Basyaiban juga memiliki isi pesan dakwah yang detail karena Hadist atau ayat Al-Quran sebagai pedoman umat Islam.



Gambar 1. 6 Vidio Akun Tiktok @kadamsidik00

Sumber: Media Sosial TikTok @kadamsidik00

Dibandingkan dengan kreator @zahidsamosir dan @hiyung_agam, video ini memiliki pendekatan dakwah yang berbeda. Dalam videonya, dia menggunakan kutipan dari buku-buku berbahasa Arab untuk menunjukkan bahwa diskusinya didasarkan pada literatur klasik Islam, yang menunjukkan bahwa kontennya lebih mendalam dan akademis. Pendekatan ini berbeda dengan pendekatan dua kreator lainnya.



Gambar 1. 7 Vidio Akun TikTok @kadamsidik00

Sumber: Media Sosial TikTok @kadamsidik00

Gaya komunikasi dalam video ini juga terkesan lebih formal dan serius, seperti seorang guru yang mengajar di kelas atau majelis. Video ini berfokus pada hukum Islam (fikih) dengan pembahasan yang lebih teknis dan rinci, berbeda dengan @zahidsamosir, yang lebih mengutamakan cerita dengan narasi yang santai, dan Agam Fachrul, yang mengangkat kisah inspiratif dari kehidupan sehari-hari. Cara dalil disampaikan dalam video ini juga membedakan. Teks kitab biasanya digunakan sebagai referensi utama dalam video ini, sebelum pembicara memberikan penjelasan lisan. Ini berbeda dengan Agam Fachrul, yang menggunakan pendekatan motivasi, dan @zahidsamosir, yang sering menyampaikan melalui cerita atau pengalaman pribadi.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada persepsi followers dengan memanfaatkan media sosial TikTok pada akun @kadamsidiq00

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana persepsi followers pada akun TikTok @kadamsidiq00 yang dimanfaatkan sebagai media dakwah?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana persepsi followers terhadap komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok @kadamsidik00.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi dakwah di era digital, khususnya dalam memahami persepsi followers terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Tiktok

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pendakwah dan praktisi media sosial dalam memahami persepsi audiens, serta dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dakwah melalui platform Tiktok