

**PESAN-PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN
DALAM KONTEN TIKTOKAKUN “@kadamsidik00”**



Oleh:
Humayra
190301095

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
(KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
2023**

**PESAN-PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN
DALAM KONTEN TIKTOKAKUN “@kadamsidik00”**

Skripsi

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Sosial**



Oleh:

**Humayra
190301095**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKLUTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM
2023**

HALAMAN LOGO



Perpustakaan UIN Mataram

PERSETUJUAN PEMBIMBING

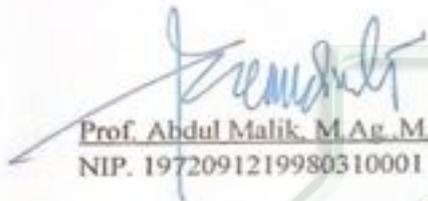
Skripsi oleh Humayra, NIM. 190301095 yang berjudul "Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Akun '@kadamsidik00'" telah memenuhi syarat untuk diuji.

Disetujui pada tanggal 18 Januari 2024

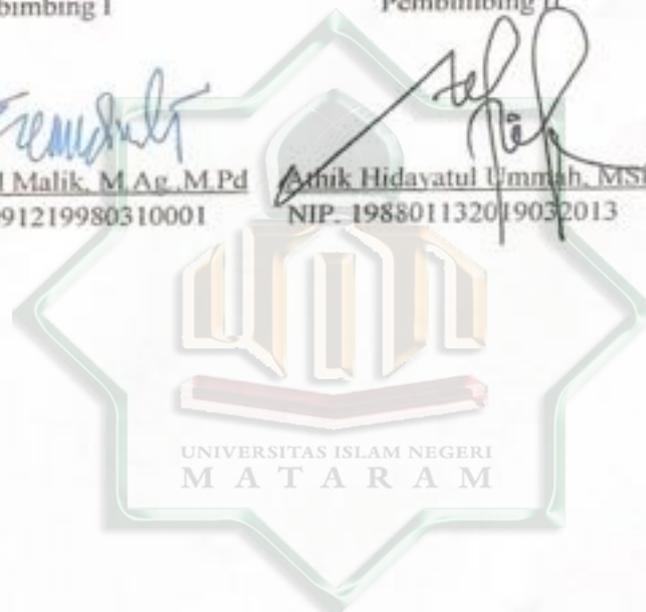
Di bawah Bimbingan

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Abdul Malik, M.Ag., M.Pd
NIP. 1972091219980310001


Athik Hidayatul Ummah, M.Si
NIP. 198801132019032013



Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 18 Januari 2024

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

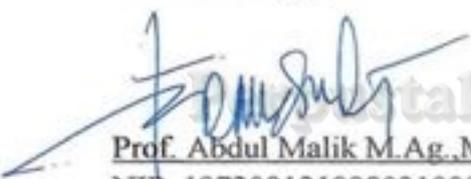
Setelah diperiksa dan diadakan perbaikan sesuai masukan pembimbing dan pedoman penulisan skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Humayra
NIM : 190301095
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi Islam
Judul : "Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Akun '@kadamsidik00'"

Telah memenuhi syarat untuk diajukan sidang *munaqasah* skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera *dimunaqasahkan*.

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Prof. Abdul Malik M.Ag., M.Pd
NIP. 1972091219980310001


Athik Hidayatul Ummah, M.Si
NIP. 198801132019032013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Humayra
NIM : 190301095
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Akun "@kadamsidik00"". ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan pelagiat tulisan/karya orang lain, saya siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.



Perpustakaan UIN Mataram

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Humayra, NIM: 190301095 dengan judul "Pesannya Dakwah Dalam Konten Tiktok Akun '@kadamsidik00'", telah dipertahankan didepan dewan penguji Program Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram Pada Tanggal : 24 Januari 2024

Dewan Penguji

Prof. Abdul Malik, M.Ag, M.P
(Ketua Sidang/Pemb. I)

Athik Hidayatul Ummah, MSi
(Sekertaris Sidang/Pemb. II)

Dr. Hj. Faizah, MA
(Penguji I)

Fathurrahman, M.Sos
(Penguji II)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM
Dr. Muhammad Saleh, MA
NIP: 197209121998031001

Perpustakaan UIN Mataram

HALAMAN MOTTO

فَمَنْ عَمِلْ
حَسَنَةً نَّسْتَجِبْ
لَهَا مِثْلَ حَسَنَةٍ
كَانَ يَعْمَلُ

"Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun,
niscaya dia akan melihat (balasan) nya."
(QS. Al-Zalzalah: 7)



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

“Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta dan tersayang, Bapak Sadik BSA. dan Ibu Azizah Al-Hinduan, yang telah membesarkan saya beserta saudara-saudara saya dengan hebat dan luar biasa dalam menyayangi, mengajari, menemani, mengayomi dan memenuhi segala kebutuhan dalam membesarkan saya termasuk dalam proses perjalanan untuk membanggakan mereka. Para Adik-adik saya, Nadia dan Salsa Bila, serta para sahabat dan rekan, dan semua orang yang saya sayangi dan cintai dalam hidup saya.”



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah Subhanahunuwata'ala. Tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang, shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak, khususnya oleh bantuan dan anugrah dari Allah Swt. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut :

1. Prof. Abdul Malik, M.Ag.,M.Pd dan Hj. Athik Hidayatul Ummah, M.Pd, M.Si sebagai pembimbing yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam mengajar menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai.
2. Najamudin, M.SI sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Hj. Athik Hidayatul Ummah, M.Pd, M. Si., sebagai Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Dr. Muhammad Saleh, MA,. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram.
4. Prof. Dr. H. Masnun Tahir, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu.
5. Kedua orang tua saya yang tercinta dan tersayang, Bapak Sadik BSA. dan Ibu Azizah Al-Hinduan, beserta para adik-adik saya, Nadia dan Salsa Bila,
6. Teman-teman kelas KPI D Angkatan 19, Para anak-anak Kos Kindandri beserta Bapak Kos, dan Sahabat-sahabat di Kedai Antara Kopi, yang merupakan individu-individu yang telah setia mendengarkan keluh kesah penulis dalam menjalani hidup dan telah memberikan berbagai bentuk bantuan.
7. And last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan seluruh pihak yang sudah membantu proses penulisan skripsi ini, dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keselamatan dunia wal akhirat untuk semua pihak yang berkontribusi.

Demikian kata pengantar dari penulis, semoga karya ilmiah ini berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Mataram, 19 Januari 2024

Penulis,

Humayra



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	6
1. Ruang Lingkup Penelitian:.....	6
2. Setting Penelitian:.....	6
E. Telaah Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori.....	11
1. Konsep Dakwah.....	11
2. Pesan Dakwah.....	13
3. Teori Ekologi Media.....	14
4. Media Sosial.....	14
5. Tiktok Sebagai Media Dakwah.....	17
6. Profil Singkat Husain Basyaiban.....	18
G. Metode Penelitian.....	19
1. Pendekatan Penelitian.....	19
2. Sumber Data.....	19
3. Waktu dan Tempat Penelitian.....	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Analisis Data.....	21
6. Keabsahan Data.....	22

H. Sistematika Pembahasan	23
BAB II PESAN-PESAN DAKWAH DALAM AKUN TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN	
“@kadamsidik00”	25
A. Gambaran Umum Akun Tiktok Husain Basyaiban “@kadamsidik00”	25
B. Pesan Dakwah Pada Akun TikTok Husain Basyaiban “@Kadamsidik00”	25
1. Data dan Temuan	25
2. Analisis dan Pembahasan	29
BAB III RESPON KONTEN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN ‘@kadamsidik00’ BAGI	
PENGIKUT DAN PENONTONNYA.....	45
A. Data dan Temuan	45
1. Pemahaman dan Ketaqwaan:.....	45
2. Sikap dan Etika:	45
3. Kesadaran Gender	46
4. Hubungan Sosial	47
5. Persepsi Terhadap Ghibah:.....	47
B. Analisis dan Pembahasan.....	49
1. Pemahaman dan Ketaqwaan:.....	49
2. Sikap dan Etika:	50
3. Kesadaran Gender	50
4. Hubungan Sosial	51
5. Persepsi Terhadap Ghibah:.....	51
BAB IV PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Telaah Pustaka.....	11
Tabel 2: Tema Video Konten Dakwah Di Tiktok Husain Basyaiban.....	29



Perpustakaan **UIN Mataram**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: 25-desember-2023.....	26
Gambar 2.2: 25-desember-2023.....	26
Gambar 2.3: 26-desember-2023.....	27
Gambar 2.4: 27-desember-2023.....	27
Gambar 2.5:23-desember-2023.....	28
Gambar 2.6: 20-desember-2023.....	28



Perpustakaan **UIN Mataram**

PESAN-PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK AKUN “@kadamsidik00”

Oleh
Humayra
NIM
190301095

ABSTRAK

Penelitian ini melakukan evaluasi terhadap dampak konten dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok "@kadamsidik00" dengan menerapkan Teori Ekologi Media dari Marshall McLuhan. Dengan memanfaatkan analisis sentimen dan Teori McLuhan, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana pesan dakwah dihadirkan dan diterima oleh penonton. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten tersebut mendapatkan respons positif, di mana penonton menyatakan keantusiasannya, penghargaan, dan rasa terimakasih. Teori Ekologi Media memberikan perspektif mendalam terkait peran TikTok sebagai wadah dakwah yang efektif, yang membentuk interaksi antara pembuat konten dan penonton. Selain itu, konten ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga memicu refleksi, membangun koneksi emosional, dan bahkan mengubah perspektif serta perilaku penonton. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok berfungsi sebagai alat perpanjangan untuk menyebarkan ajaran Islam, menciptakan dampak positif, dan membentuk komunitas daring yang aktif dalam dialog, introspeksi, dan perkembangan spiritual. Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan metode analisis yang lebih mutakhir, melakukan studi yang lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial, dan melakukan perbandingan dengan platform lain guna mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.

Kata kunci: Dakwah, Husain Basyaiban, TikTok, Ekologi Media

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi memiliki peran krusial dalam kehidupan masyarakat digital saat ini. Proses berbagi informasi menjadi lebih mudah dilakukan kapan saja dan dari mana saja berkat kemajuan teknologi. Salah satu kemajuan terbaru dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi adalah adanya media sosial. Media sosial merupakan inovasi teknologi terkini yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang lebih baik, praktis, dan bermanfaat. Dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat dapat dengan lebih mudah, cepat, dan ekonomis mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan zaman mereka.

Ketika informasi menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu berupaya untuk mendapatkannya dengan cepat. Internet dan perkembangan teknologi lainnya telah menjadi kebutuhan pokok sepanjang hidup. Dalam konteks ini, internet memainkan peran yang sangat signifikan dalam menyebarkan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat dan memfasilitasi pertukaran informasi. Media sosial, sebagai hasil dari pesatnya pertumbuhan internet, tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang efektif dengan masyarakat umum.

Menurut Boyd, media sosial merupakan suatu rangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu atau kelompok untuk bersatu, berbagi informasi, berkomunikasi, dan dalam situasi tertentu bekerja sama atau berinteraksi¹. Media sosial bukan hanya sekadar alat penyebaran informasi, melainkan juga inovasi dalam komunikasi sosial. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan berbagai lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, media menjadi salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan untuk memberikan informasi kepada berbagai audiens².

Media sosial memiliki kekuatan pada konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content/UGC*), di mana konten tersebut tidak dibuat oleh editor seperti di media massa. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa media sosial adalah sebuah platform yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi, berkreasi, dan terhubung dengan dunia luar. Kehadiran media sosial membawa kemudahan yang signifikan; informasi dapat menyebar dengan cepat dan efisien³.

Dengan berbagai fasilitas yang diberikan oleh media sosial, pengguna tidak hanya menggunakan platform ini untuk berkomunikasi, berkolaborasi, berjualan, atau menyampaikan informasi. Seiring berjalannya waktu, media sosial menjadi semakin multifungsi, salah satunya

¹ Astari Clara Sari et al., Komunikasi dan media sosial, *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69.

² Yuni Fitriani, Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat, *Paradigma* 19, no. 2 (2017): 148–52.

³ Achmad Hilmi Muzaqi, Pesan Dakwah Abdul Somad tentang Generasi Rabbani Masa kini di media sosial YouTube: Analisis Framing Gamson dan Modigliani (IAIN Purwokerto, 2020).

yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah perannya sebagai media dakwah. Dakwah, pada dasarnya, adalah proses mengubah pemikiran, perasaan, dan perilaku seseorang atau masyarakat dari kondisi yang kurang baik ke kondisi yang lebih baik.

Dakwah tidak hanya menjadi tanggung jawab tokoh agama atau ulama; setiap muslim memiliki kemampuan untuk melaksanakan dakwah karena dakwah tidak hanya berupa ceramah agama. Pesan dakwah mencakup seluruh ajaran Islam yang dikenal sebagai syari'at Islam, dan seluruh ajaran ini diungkapkan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah⁴. Materi dakwah secara keseluruhan bersumber dari dua pokok ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadis. Al-Qur'an berperan sebagai sumber petunjuk dan dasar utama Islam, sehingga dijadikan materi utama dalam berdakwah dan menjadi landasan untuk menyampaikan pesan dakwah.

Di sisi lain, Al-Hadis, sebagai sumber kedua dalam Islam, menyajikan penjelasan dari Nabi Muhammad SAW yang membantu dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan ajaran Al-Qur'an dengan mendalami materi tersebut. Dengan sumber yang jelas, seorang da'i akan lebih mudah untuk menguasai materi dakwah dan menyampikannya kepada objek dakwah melalui berbagai media.

Dalam era digital ini, media sosial menjadi tempat utama untuk menyebarkan informasi, termasuk pesan-pesan dakwah. Fenomena ini semakin terasa signifikan dengan adanya platform seperti TikTok, yang memungkinkan para pengguna untuk menyampaikan pesan-pesan mereka dengan cara yang kreatif dan singkat. Penelitian ini berfokus pada analisis pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun "@kadamsidik00" di TikTok.

Pentingnya penelitian ini muncul seiring dengan pemahaman bahwa media sosial memiliki dampak besar dalam membentuk pemikiran dan perilaku masyarakat, terutama generasi muda. Menurut Ahli Komunikasi Massa, McQuail (2005), media sosial tidak hanya sebagai alat penyiaran informasi tetapi juga sebagai pembentuk opini public⁵. Oleh karena itu, melalui TikTok, pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh tokoh seperti Husain Basyaiban memiliki potensi besar untuk memengaruhi pandangan dan tindakan pengguna.

Dalam konteks dakwah, yang pada dasarnya merupakan upaya menyampaikan ajaran agama dan nilai-nilai keimanan, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah telah menjadi semakin relevan. Dr. Yusuf Qardhawi, seorang ulama kontemporer, mendukung penggunaan media baru dalam menyebarkan pesan agama, menandakan relevansi penelitian ini terhadap pergeseran paradigma dakwah yang semakin menggantungkan diri pada media sosial⁶. Dakwah dalam era digital tidak hanya mengenai penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga tentang membentuk pemahaman yang lebih mendalam dan merangsang pemikiran keagamaan di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Di Indonesia, penggunaan media sosial telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut informasi dari Katadata.co.id, pada tahun 2017 terdapat 96 juta pengguna jejaring sosial di Indonesia. Proyeksi untuk tahun 2022 menunjukkan

⁴ M Anis Bachtiar, Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer, Jurnal Komunikasi Islam, *Journal of Islamic Communication*, 2013.

⁵ Denis McQuail, *Mass communication theory: An introduction* (Sage Publications, Inc, 1987).

⁶ Yusuf Al Qaradhawi, *Fatwa-Fatwa Kontemporer 3* (Gema Insani, 1995).

peningkatan yang lebih besar, diperkirakan mencapai lebih dari 25,3 juta pengguna baru, atau lebih dari 30 persen dari jumlah sebelumnya. Hal ini mencerminkan adopsi yang meluas dan meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara online ⁷.

Selain itu, TikTok telah menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data dari Statista, Indonesia menempati peringkat kedempat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia. Pada bulan April 2022, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 99,07 juta, menempati peringkat di bawah Amerika Serikat yang memiliki 136,42 juta pengguna. Popularitas yang tinggi dari platform ini mencerminkan potensi besar dalam memanfaatkan TikTok sebagai alat pemasaran dan untuk mencapai audiens yang luas di Indonesia ⁸.

Data dari penelitian Fauziah menambah dimensi penting pada pemahaman latar belakang, mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna TikTok berusia antara 10 hingga 29 tahun, dengan persentase tertinggi berada pada kisaran usia 20-29 tahun (35%) dan 10-19 tahun (28%). Kedua kelompok usia ini mencirikan masyarakat yang masuk dalam kategori usia mahasiswa. Dalam konteks dakwah, ini menjadi aspek menarik untuk diteliti, karena pengguna TikTok, khususnya di kalangan mahasiswa, dapat dianggap sebagai target utama dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh tokoh seperti Husain Basyaiban⁹

Seiring dengan konsep pendidikan Islam Hasan Langgulung (2003) ¹⁰, pentingnya pesan yang jelas dan mudah dipahami dalam menyampaikan ajaran agama juga menjadi relevan, terutama dalam konteks TikTok yang membutuhkan pesan singkat dan menarik. Husain Basyaiban, sebagai salah satu representasi dari perubahan paradigma dakwah, menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial, dengan pendekatan yang relevan dengan masalah dan permasalahan yang dihadapi oleh generasi muda. Dalam konteks TikTok, platform yang membutuhkan pesan yang singkat dan menarik, pemahaman terhadap bagaimana pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan efektif menjadi kunci keberhasilan dakwah di era digital ini.

Fenomena dakwah atau hijrah pada saat ini mencerminkan pergeseran yang disebabkan oleh media baru terhadap otoritas keagamaan. Munculnya ustad dan da'i muda baru yang dikenal melalui media sosial, seperti TikTok, menunjukkan perubahan dalam cara pesan agama diakses dan diterima oleh masyarakat. Contohnya adalah Husain Basyaiban, seorang pembuat konten TikTok yang mendapat apresiasi karena dakwahnya diperkuat oleh rujukan pada Al-Qur'an dan hadis.

Akun TikTok @kadamsidik00, dimiliki oleh Husain Basyaiban, memiliki jumlah pengikut sebanyak 6 juta dengan total 1154 postingan dalam akunya. Di platform TikTok, Husain

⁷ Qonita dan Wahyu Wibowo, Pengaruh Perceived Popularity Dan Perceived Purchase Intention Melalui Attitude Towards Live Streaming (Studi Kasus Pada Produk Kecantikan Lokal), 2023.

⁸ Statista, 2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta, *katadata.co.id*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/2022-pengguna-media-sosial-indonesia-mencapai-125-juta>.

⁹ Yuliani Resti Fauziah, Konsep Diri Remaja Penggunaan Aplikasi TikTok Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi TikTok Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Di Lingkungan Pergaulannya), (Universitas Komputer Indonesia, 2019).

¹⁰ Hasan Langgulung, Pendidikan Islam dalam abad ke 21, Jakarta, (Pustaka Al-Husna Baru, 2003).

Basyaiban menggunakan akun tersebut sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah. Pendekatan dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban terkesan santai dan mudah dimengerti, serta seringkali mengangkat isu-isu yang sedang viral di kalangan remaja. Gaya bahasa yang dipakai dalam kontennya mudah dipahami dan terasa sangat milenial, menarik perhatian banyak pengguna TikTok sehingga mereka tertarik dan memberikan respons positif terhadap kontennya.

Dalam akun pribadinya di TikTok, Husain Basyaiban seringkali mengunggah konten dakwah yang membahas tentang berbagai hal, khususnya menyoroti aspek-aspek yang menarik perhatian remaja. Kontennya juga dinilai memiliki gaya bahasa yang sangat terkini sehingga mampu menarik minat pengguna TikTok. Penelitian ini tertarik untuk mengkaji konten dakwah dari @kadamsidik00, terutama dengan fokus pada perspektif yang membuktikan bahwa seseorang semua Husain Basyaiban dapat menjadi seorang da'i dan juga dapat membantu dalam menyebarkan pesan dan ajaran islam kepada generasi-generasi muda yang biasanya mendengarkan ajaran islam dari orang-orang yg sudah tua. Penelitian ini akan memfokuskan analisis pada pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui video-video yang diunggahnya di TikTok, dengan tujuan untuk memahami isi pesan dakwah aqidah yang ditampilkan dalam akun TikToknya @kadamsidik00.

Husain Basyaiban adalah seorang pembuat konten di TikTok yang memiliki wajah seperti orang Arab yang lahir di Makkah pada tanggal 12 Agustus 2002. Ia merupakan anak seorang kyai dan sempat tinggal di Makkah selama lima setengah tahun karena ayah Husain menyelesaikan waktunya untuk menuntut ilmu di sana, setelah itu pindah dan menetap di Indonesia, tepatnya di BilaPorah, Kabupaten Bangkalan, Madura, Jawa Timur hingga saat ini. Saat ini Husain sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Surabaya.

Kehidupan sehari-hari Husain sama dengan kehidupan orang normal lainnya, namun Husain berjuang di bidang pendidikan agama bersama ayahnya. Ia tidak pernah menjadi santri di pesantren. Ia menyampaikan dakwah di media sosial dari "ngaji" yang ia lakukan setiap hari bersama ayahnya dan belajar dengan gurunya sejak kecil hingga sekarang. Awal mula Husain membuat konten di TikTok adalah pada tanggal 18 Mei 2020 karena hal tersebut Husain mulai dikenal oleh masyarakat luas.

B. Rumusan masalah

1. Apa pesan dakwah yang disampaikan Husain Basyaiban '@kadamsidik00' pada akun TikToknya?
2. Bagaimana respon pengikut dan penonton konten dakwah Husain Basyaiban '@kadamsidik00'?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun

TikTok "@kadamsidik00".

- b. Memahami bagaimana respon konten dakwah Husain Basyaiban '@kadamsidik00' bagi pengikut dan penontonnya manfaat penelitian.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Pengembangan Teori Ekologi Media:
 - a) Memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori ekologi media, terutama teori-teori yang dikembangkan oleh Denis McLuhan, dalam konteks dakwah di media sosial, khususnya TikTok.
 - b) Merinci aplikasi prinsip-prinsip ekologi media untuk memahami dinamika komunikasi dakwah digital.
- 2) Penelitian Terhadap Pendekatan Komunikasi Husain Basyaiban:
 - a) Menyediakan wawasan tentang pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam menyebarkan pesan dakwah di TikTok.
 - b) Mengaplikasikan dan memperluas prinsip-prinsip ekologi media, khususnya dari teori-teori McLuhan, dalam strategi komunikasi dakwah di era digital.
- 3) Pemahaman Respons Generasi Muda Terhadap Dakwah di Media Sosial:
 - a) Memahami bagaimana generasi muda, sebagai target utama di platform seperti TikTok, merespons pesan dakwah melalui media sosial.
 - b) Menganalisis dampak teknologi dan media baru terhadap dinamika komunikasi dakwah dalam masyarakat kontemporer.

b. Manfaat Praktis

- 1) Observasi Masyarakat:
 - a) Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana masyarakat, khususnya generasi muda, merespons pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial, terutama TikTok.
 - b) Menyediakan wawasan tentang bagaimana teknologi dan media baru, seperti TikTok, memengaruhi pola konsumsi informasi dan pandangan keagamaan masyarakat.
 - c) Memfasilitasi pemahaman terhadap preferensi dan kecenderungan masyarakat dalam menerima pesan dakwah di era digital.
- 2) Aksi Mahasiswa:
 - a) Memberikan pemahaman tambahan kepada mahasiswa, terutama bagi mereka yang belajar di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, tentang peran dan potensi media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana dakwah.
 - b) Mendorong mahasiswa untuk lebih memahami dinamika komunikasi dakwah dalam konteks media sosial dan mempertajam keterampilan analisis mereka terhadap strategi komunikasi yang digunakan.
- 3) Konten Kreator:

- a) Memberikan wawasan tentang strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah di TikTok, sehingga konten kreator, termasuk Husain Basyaiban, dapat memperbaiki dan meningkatkan pendekatan mereka.
- b) Menjadi sumber inspirasi untuk konten kreator dalam mengembangkan cara-cara baru untuk menyampaikan pesan dakwah dengan lebih inovatif dan menyesuaikan dengan tren di media sosial.

Dengan demikian, manfaat praktis penelitian ini mencakup pemahaman lebih baik tentang respons masyarakat, penguatan peran mahasiswa dalam konteks dakwah digital, dan panduan bagi konten kreator untuk meningkatkan kualitas dan dampak pesan dakwah mereka di platform TikTok.

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

3. Ruang Lingkup Penelitian:

- a. Pesan Dakwah di Akun TikTok "@kadamsidik00":
 - 1) Menganalisis pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok "@kadamsidik00".
 - 2) Fokus pada konten yang berkaitan dengan aspek-aspek aqidah Islam, mencakup prinsip-prinsip dasar dalam rukun iman.
- b. Dampak Konten Dakwah bagi Pengikut TikTok:
 - 1) Memahami dan mengevaluasi dampak konten dakwah Husain Basyaiban pada pengikutnya di TikTok.
 - 2) Meneliti perubahan atau respons yang terjadi dalam pemahaman keagamaan dan perilaku pengikut setelah terpapar pesan dakwah.
- c. Implementasi Teori Ekologi Media (McLuhan):
 - 1) Mengaplikasikan konsep dan prinsip-prinsip teori ekologi media, khususnya yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan, dalam menganalisis pesan dakwah di media sosial TikTok.
 - 2) Menyelidiki bagaimana ekologi media berperan dalam penyebaran dan penerimaan pesan dakwah.

4. Setting Penelitian:

Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan pada konten-konten '*most viewed*' pada platform TikTok Husain Basyaiban yaitu 'kadamsidik00'. Adapaun pengamatan yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis konten-konten dakwah dan juga kolom komentar pada postingan-postingan konten tersebut. Waktu penelitian yang dilakukan terhitung dalam rentang waktu November-Desember 2023.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka atau kajian ini bertujuan untuk mengetahui originalitas hasil penelitian dan untuk membedakan penelitian sekarang dengan sebelumnya. Serta untuk mengetahui permasalahan dari objek penelitian tersebut. Maka untuk mempermudah pembahasan penelitian, maka peneliti menggunakan referensi yang sesuai dengan topik yang diangkat oleh peneliti melalui beberapa skripsi, jurnal, dan buku.

Adapun beberapa telaah pustaka dari penelitian peneliti kali ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Ayu Febriana tahun 2021 yang berjudul Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy. Penelitian tersebut bertujuan menganalisis potensi yang dimiliki media sosial TikTok sebagai media baru dalam menyampaikan pesan dakwah dan kemudian menganalisis kelemahan serta kelebihan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan sumber data berupa dokumen, video postingan dari akun media sosial dengan metode analisis menghubungkan dengan teori yang berkaitan dengan media dakwah, pesan dakwah dan juga media baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok bisa dioptimalkan untuk tujuan menyampaikan pesan dakwah seperti yang dicontohkan oleh ustadz Syam dalam akun @syam_elmarusy menggunakan kelebihan TikTok yaitu tampilan visual yang menarik. Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan, yaitu metode kualitatif deskriptif dan juga objek penelitian yaitu konten dan aplikasi TikTok itu sendiri. Perbedaan dari penelitian ini adalah tujuan penelitian dan juga akun TikTok yang diteliti.¹¹
2. Hasil penelitian Rismaka Palupi dkk tahun 2021 yang berjudul Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Era Modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas pengguna media sosial. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok merupakan platform yang menjanjikan dalam penyebaran Islam di masa globalisasi saat ini, dibuktikan dengan mayoritas tanggapan pada postingan dakwah mendapatkan banyak reaksi positif dibanding negatif. Hal tersebut sebab memperhatikan kaidah-kaidah Islam serta didesain dengan semenarik mungkin tanpa mengandung unsur yang menyimpang. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah dan objek penelitian yaitu melalui aplikasi TikTok. Perbedaan penelitian ini adalah metode yang digunakan pada penelitian dan tujuan penelitian. (¹²)

¹¹ Ayu Febriana, Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah ; Studi Kasus Ustad Syam , Di Akun @syam _ elmarusy, *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 2021, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.

¹² Rismaka Palupi dkk., Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern, *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 2021.

3. Penelitian Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, dan Meity Suryandari tahun 2023 yang berjudul Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok Di Kalangan Remaja. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan jurnal-jurnal penelitian sebelumnya dan mencari tahu apakah hasil dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok sangat efektif dan bermanfaat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pendekatan analisis pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah disampaikan melalui aplikasi TikTok sangat efektif, karena melihat banyaknya pengguna aplikasi TikTok di zaman sekarang, apalagi konten-konten dakwah yang disampaikan harus kreatif mengikuti perkembangan zaman, mulai dari cara pengemasan hingga penyajian dikemas secara singkat dan sangat baik agar para penonton konten dakwah di aplikasi TikTok lebih mudah untuk memahami isi konten tersebut. Persamaan dengan penelitian ini yaitu pada permasalahan terkait pengaruh Aplikasi TikTok terhadap perilaku. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek penelitian. Meskipun penelitian di atas masih menggunakan konten dari aplikasi TikTok sebagai objek penelitian, namun fokus lebih besar yang dijadikan sebagai objek merupakan beberapa jurnal-jurnal penelitian sebelumnya yang kemudian dibandingkan. ⁽¹³⁾
4. Penelitian Yoga Satya Bimantara tahun 2022 yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @SINARKEHIDUPAN_16. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah media TikTok pada akun #sinarkehidupan_16 dan respon follower pada akun TikTok @sinarkehidupan_16. Metode penelitiannya adalah teknik pengumpulan data dan teknik kepastian data. Hasil penelitian ini terbagi menjadi tiga pesan dakwah, pertama pesan aqidah, kedua pesan ahlak, ketiga pesan syariah dan respon follower pada penelitian ini berupa gambar yang berisikan komentar positif terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui ceramah video berdurasi singkat pada akun @sinarkehidupan_16. Persamaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yaitu akun pada aplikasi TikTok. Perbedaan dari penelitian ini adalah akun TikTok yang diteliti, tujuan penelitian, dan juga metode penelitian. ⁽¹⁴⁾
5. Skripsi Dinda Rizky Hayati tahun 2021 yang berjudul Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan Ikhwan Mukhlis memilih TikTok sebagai media dakwah serta proses pembuatan konten dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan, dengan menggunakan analisis isi kualitatif dan model Miles dan Huberman. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini, alasan

¹³ Shafa Tasya Kamilah et al., Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok Di Kalangan Remaja, Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora 1, 2023, <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>.

¹⁴ Y S Bimantara, Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media TikTok Pada Akun @ Sinarkehidupan_16, 2022, [http://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/1/Yoga Satya Bimantara.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/1/Yoga%20Satya%20Bimantara.pdf).

Ikhwan Mukhlis menggunakan media TikTok sebagai media dakwahnya karena menurutnya lebih mudah sampai kepada target yang dituju dan diterima di kalangan remaja. Persamaan dalam penelitian diatas dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu yang dilakukan pada aplikasi TikTok dan metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif dan model Miles dan Huberman. Perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah akun TikTok yang di teliti dan tujuan penelitian ⁽¹⁵⁾

6. Skripsi Riska Amelia tahun 2021 dari Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang berjudul Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok. Penelitian ini merupakan Penelitian Library Research. Persamaan dengan Skripsi ini adalah terletak pada objek yang diteliti, yaitu Husain Basyaiban dalam akun TikTiknya @Kadamsidik00 dan menggunakan metode Penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus Penelitian, di mana Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam konten TikTok Husain Basyaiban dan bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam konten TikTok Husain Basyaiban dengan menggunakan Analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan Peneliti berfokus pada pesan dakwah dan dampak dari konten-konten dakwah tersebut dan metode analisisnya menggunakan Analisis Miles and Huberman.
7. Skripsi Tasha Bulan Suci Fanti tahun 2022 dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang berjudul “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban”. 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 TikTiknya terdapat tema Ghibah/Menggunjing, Suuzon, dan tentang aurat wanita sekaligus pelecehan seksual. Persamaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, yaitu konten-konten Husain Basyaiban dalam akun TikTiknya @Kadamsidik00 dan menggunakan jenis metode

¹⁵ Dinda Rizky Hayati, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis, Skripsi, 2021, 171, http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/Skripsi_DINDA_RIZKY_HAYATI_1717102009.pdf.

penelitian yaitu analisis isi melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian yaitu 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. Sedangkan Peneliti berfokus pada pesan dakwah dan dampak dari konten-konten dakwah tersebut dan metode analisisnya menggunakan Analisis Miles and Huberman.

No.	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Ayu Febriana (2021) - "Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy" Teori New Media Pierre Levy (1990)	- Metode: Kualitatif deskriptif - Fokus penelitian: Konten dan aplikasi TikTok - Tujuan penelitian: Menganalisis potensi media sosial TikTok sebagai media dakwah	- Tujuan penelitian - Akun TikTok yang diteliti - Teori penelitian
2.	Rismaka Palupi dkk (2021) - "Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Era Modern" Teori Komunikasi Masa Sandra Ball-Rokeach (1988)	- Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah - Fokus penelitian: Aplikasi TikTok	- Metode penelitian - Tujuan penelitian - Teori penelitian
3.	Shafa Tasya Kamilah dkk (2023) - "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok Di Kalangan Remaja" Teori New Media Pierre Levy (1990)	- Permasalahan terkait pengaruh Aplikasi TikTok terhadap perilaku - Fokus penelitian: Aplikasi TikTok	- Metode penelitian - Objek penelitian lebih besar (beberapa jurnal penelitian) - Teori penelitian
4.	Yoga Satya Bimantara (2022) - "Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media TikTok Pada Akun @SINARKEHIDUPAN_16" Teori Komunikasi Perspektif Ragam dan Aplikasi Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si. (2016)	- Fokus penelitian: Akun pada aplikasi TikTok	- Akun TikTok yang diteliti - Tujuan penelitian - Metode penelitian - Teori penelitian
5.	Dinda Rizky Hayati (2021) - "Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis" Teori New Media Pierre Levy (1990)	- Fokus penelitian: Aplikasi TikTok - Metode penelitian: Analisis isi kualitatif	- Akun TikTok yang diteliti - Tujuan penelitian - Teori penelitian

		dan model Miles dan Huberman	
6.	Riska Amelia (2021) – “Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok”	- Objek Penelitian: Husain Basyaiban dalam akun TikTok - Metode: Kualitatif deskriptif	- Fokus Penelitian: Mengetahui pesan dakwah dalam konten TikTok dan menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dengan Analisis Semiotika Roland Barthes.
7.	Tasha Bulan Suci Fanti tahun (2022) - “Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Oleh Husain Basyaiban”	- Objek Penelitian: Husain Basyaiban dalam akun TikTok @basyasman00 - Metode: Kualitatif deskriptif	- Fokus Penelitian: Penerapan dakwah melalui aplikasi TikTok, tema konteks dakwah, gaya bahasa, dan teknik pengemasan yang digunakan.

Tabel 1: Telaah Pustaka

F. Kerangka Teori

1. Konsep Dakwah

Dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu penyiaran, penyiaran adalah pengembangan agama yang dilakukan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama yaitu ajaran yang berkembang di kalangan masyarakat¹⁶. Kata Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab “da’wah”, yang bersumber pada kata da’a, yad’u, da’watan yang bermakna, (1) memanggil, (2) menyeru, (3) menegaskan, (4) perbuatan atau perkataan untuk menarik kepada sesuatu, dan (5) memohon dan meminta. Kata dakwah diartikan dengan menyeru, memanggil atau mengajak manusia untuk melakukan kebaikan dan menuruti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan dan melarang perbuatan mungkar sesuai dengan ajaran Allah SWT yang diwahyukan kepada Rasul-Nya, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dari pengertian di atas, maka seiring dengan yang disebutkan dalam Alquran bahwa secara etimologi dakwah itu berarti ajakan, seruan atau panggilan untuk mendekatkan diri kepada tuhan dengan cara mematuhi perintah dan menjauhi larangan-Nya¹⁷.

Dakwah dalam arti amar ma’ruf nahi munkar adalah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Ini adalah kewajiban bagi pembawaan fitrah selaku social being (makhluk sosial) dan kewajiban yang ditegaskan

¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan Nasional, *Jakarta: Pusat Bahasa*, 2008.

¹⁷ Nihayatul Husna, *Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur’an*, Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah, 2021.

oleh risalah, oleh kitabullah dan Sunnah Rasul¹⁸.

Dakwah dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah keaktifan, kegiatankegiatan kesibukan atau biasa juga berarti kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilaksanakan tiap bagian dalam tiap suatu organisasi atau lembaga. Dalam kehidupan sehari-hari banyak sekali aktivitas, kegiatan, atau kesibukan yang dilakukan manusia. Namun, berarti atau tidaknya kegiatan tersebut bergantung pada individu tersebut. Karena menurut Samuel Soeitoe, sebenarnya aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan. Beliau mengatakan bahwa aktivitas, dipandang sebagai usaha mencapai atau memenuhi kebutuhan. Sebenarnya aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan. Aktivitas dipandang sebagai usaha untuk mencapai atau memenuhi kebutuhan¹⁹.

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat²⁰

Dakwah pada hakikatnya adalah komunikasi hanya saja berbeda pada cara dan tujuan yang akan dicapainya. Dakwah juga mengharapkan komunikannya bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikatornya. Dakwah juga merupakan komunikasi yang khas yaitu pada cara pendekatannya dilakukan secara persuasif bisa dengan hikmah dan kasih sayang. Begitu banyak definisi-definisi di atas dan terlihat dengan redaksi yang berbeda, namun dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang baik kepada situasi yang lebih baik agar sejalan dengan ajaran agama Islam guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.²¹

Parhan²² mengemukakan bahwa tujuan dakwah adalah mengubah perilaku terhadap mad'u atau sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari baik yang bersifat pribadi, keluarga, maupun sosial kemasyarakatan supaya mendapatkan kehidupan yang bahagia dunia dan akhirat. Parhan menambahkan, tujuan dakwah dilihat dari obyeknya adalah sebagai berikut²³:

1) Tujuan perorangan, yakni terbentuknya pribadi muslim yang memiliki iman yang

¹⁸ Erwan Efendi, Muhammad Raefaldhi, dan M Salman Al Farisi, Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Berdakwah, *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2024.

¹⁹ Achmad Baidowi dan Moh Salehudin, Strategi dakwah di era new normal, Muttaqien; (*Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2021).

²⁰ Muh Nur Latief, Dakwah dalam Perspektif Media Sosial, (Jurnal Jurnalisa, 2018).

²¹ Muh Nur Latief, Dakwah dalam Perspektif Media Sosial, (Jurnal Jurnalisa, 2018).

²² Rizki Ananda, Metode Dakwah Youtube Habib Husein Jafar Terhadap Religiusitas Remaja Gampong Beurawe Kota Banda Aceh, UIN Ar-Raniry Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2023.

²³ Rizki Ananda, Metode Dakwah Youtube Habib Husein Jafar Terhadap Religiusitas Remaja Gampong Beurawe Kota Banda Aceh, UIN Ar-Raniry Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2023.

- kuat dan menjalankan hukum–hukum Allah serta berakhlak mulia.
- 2) Tujuan keluarga, yaitu terbentuknya keluarga sakinah, mawaddah, wa rahmah.
 - 3) Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera sesuai dengan yang digariskan Allah SWT.
 - 4) Tujuan untuk seluruh umat manusia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian, ketenangan, ketenteraman, tanpa adanya diskriminasi dan eksploitasi.

2. Pesan Dakwah

Pada penelitian ini, pesan dakwah menjadi inti dari usaha dakwah yang dianalisis secara mendalam. Pesan dakwah, dalam konteks penelitian, dapat diartikan sebagai informasi atau ajakan yang disampaikan oleh seorang dai atau pemberi dakwah kepada masyarakat atau audiensnya. Pesan dakwah tidak hanya terbatas pada aspek keagamaan, melainkan juga melibatkan berbagai aspek kehidupan, termasuk sosial, moral, dan perilaku.

Dalam pengertian yang lebih luas, pesan dakwah mencakup ajaran-ajaran Islam yang diharapkan dapat membimbing umat manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran agama. Pesan dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media, termasuk media sosial seperti TikTok.

Pada penelitian ini, pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok "@kadamsidik00" menjadi fokus analisis. Proses analisis ini mencakup pemahaman terhadap isi pesan, metode komunikasi yang digunakan, dan dampaknya terhadap pengikut TikTolnya. Analisis pesan dakwah ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam menyebarkan pesan dakwahnya di era digital, khususnya di platform TikTok.

Dalam konteks teori Harold Lasswell²⁴, elemen-elemen utama pesan komunikasi yang diidentifikasi melibatkan:

- a. Who (Siapa): Identifikasi komunikator dakwah, yaitu Husain Basyaiban, yang menggunakan akun TikTok "@kadamsidik00".
- b. Says What (Apa yang dikatakan): Analisis isi pesan dakwah yang disampaikan, termasuk nilai-nilai, ajaran, atau ajakan yang diungkapkan.
- c. In Which Channel (Melalui saluran apa): Menilai saluran komunikasi yang digunakan, yaitu platform media sosial TikTok.
- d. To Whom (Kepada siapa): Menganalisis audiens atau pengikut dari akun TikTok '@kadamsidik00', dengan fokus pada respons generasi muda.
- e. With What Effect (Dengan efek apa): Menilai dampak atau efek dari pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban, baik secara individual

²⁴ Harold D Lasswell, *The structure and function of communication in society, The communication of ideas*, 1948.

maupun dalam skala lebih luas.

Dengan menerapkan teori ini, penelitian dapat menggali pemahaman lebih dalam tentang dinamika pesan dakwah, saluran komunikasi, dan respons audiens di era digital, khususnya di platform TikTok. Analisis ini akan memberikan wawasan yang komprehensif tentang kontribusi pesan dakwah dalam konteks digital dan potensinya dalam memengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat.

3. Teori Ekologi Media

Teori Ekologi Media (Media Ecology Theory) yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan menyajikan pandangan unik tentang peran media dalam hubungannya dengan lingkungan dan manusia (²⁵ Dalam perspektif ini, media dianggap sebagai ekstensi dari indra manusia, khususnya indra penglihatan dan suara. McLuhan memandang media sebagai alat atau sarana yang memperluas kapasitas manusia untuk menerima informasi dari lingkungan sekitarnya.

Media, dalam konsep Ekologi Media, bukan hanya sebagai penyampai pesan atau informasi, tetapi juga sebagai bagian integral dari lingkungan yang memengaruhi cara manusia berinteraksi dan memahami dunia. McLuhan berpendapat bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk budaya dan masyarakat, serta memiliki dampak yang mendalam terhadap cara individu memproses informasi.

Dalam konteks penelitian ini, akun TikTok @kadamsidik00 dianggap sebagai media dakwah. Penelitian ini menekankan bahwa media dakwah, termasuk akun TikTok, merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam. Akun tersebut dianggap sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan kepada para pengikutnya.

Dalam teori Ekologi Media, keterkaitan antara teknologi dan komunikasi sangat ditekankan. Teknologi dianggap sebagai jembatan untuk memperoleh dan mencari informasi, sedangkan komunikasi dianggap sebagai proses untuk melahirkan informasi. Kemampuan individu dalam memahami teknologi dianggap sebagai kunci untuk mendapatkan informasi yang tepat dan akurat, sekaligus mendukung komunikasi yang efektif dengan orang lain di berbagai waktu dan tempat.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pandangan Ekologi Media untuk menggali peran akun TikTok @kadamsidik00 sebagai media dakwah dalam konteks penyebaran pesan-pesan dakwah Islam, dengan mempertimbangkan interaksi kompleks antara media, teknologi, dan komunikasi.

4. Media Sosial

Media sosial merupakan sekelompok alat komunikasi dari berbagai aplikasi berbasis internet. Sehingga bisa menjangkau lebih luas untuk berkomunikasi

²⁵ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: (Illuminations, Canadian Journal of Communication, 2013).

dengan orang lain.²⁶ Media sosial atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Semua itu merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.²⁷ Media sosial menurut para ahli adalah sebagai berikut:

a. Mandibergh

Media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).

b. Shirky

Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), berkerja sama (to co-operate) organisasi.

c. Van Dijk

Media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena media sosial bisa dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial²⁸. Dengan demikian dapat disimpulkan media sosial adalah alat atau media berkomunikasi, berinteraksi, bekerja sama, berbagi dengan orang lain serta dapat membentuk ikatan sosial secara individu.

Media sosial adalah media digital tempatnya fakta sosial terjadi dan ruang waktu para pengguna berinteraksi. Di zaman serba modern ini, banyak orang yang menyalurkan pekerjaan atau aktivitas sehari-hari ke dalam media sosial, adapun fungsi dari media sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Memperluas interaksi sosial dengan memanfaatkan internet.
- 2) Terciptanya komunikasi dialogis antara banyak audience.
- 3) Membuat transformasi manusia yang dulunya memakai isi pesan sekarang berubah menjadi pesan itu sendiri.²⁹
- 4) Membangun personal branding bagi para pengusaha.

²⁶ Gustafian Jayanata, Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2021.

²⁷ Meilla Dwi Nurmala, Stevany vany Afrizal, dan Tubagus Umar Wibowo, Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa, (Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika, 2022).

²⁸ Rulli Nasrullah, Etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet (Simbiosis Rekatama Media, 2017).

²⁹ Seputar Pengerahuan, Pengertian Media Sosial, Karakteristik, Fungsi, Jenis & Dampaknya, Retrieved Juli 29 2018.

- 5) Menjadi media komunikasi antar tokoh masyarakat atau pengusaha kepada pengguna media sosial lainnya.
- 6) Sebagai media usaha bagi yang memiliki usaha online.

Media sosial memiliki fungsi yang sangat banyak bagi dunia pendidikan sendiri media sosial sangat diperlukan. Dengan media sosial penggunanya dapat menjangkau berbagai hal seputar dunia pendidikan, baik berupa artikel, blog pendidikan ataupun jurnal. Saat inipun terdapat sarana belajar dari rumah yang memanfaatkan media sosial seperti ruang guru, brainly, dan masih banyak lagi. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial adalah sebagai berikut:

1) Kelebihan media sosial

- a) Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media social terkenal seperti Facebook, TikTok, dan Twitter.
- b) Memperluas pergaulan
Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
- c) Jarak dan waktu bukan lagi masalah.
Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
- d) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri.
Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
- e) Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja.
- f) Biaya lebih murah.
Bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial.

2) Kekurangan Media Sosial

- a) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari.
- b) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun Karena mudahnya

berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.

- c) Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet Dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet.
- d) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Seperti di kehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk.
- e) Masalah privasi
Dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial.
- f) Menimbulkan konflik
Dengan media sosial siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.³⁰

5. Tiktok Sebagai Media Dakwah

Dalam dinamika dakwah yang mencakup berbagai aspek, kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama yang perlu disesuaikan dengan perkembangan zaman. Prinsip "Al Islamu sholih likulli zaman wa makan" (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) menjadi landasan para da'i dalam menjalankan misi dakwah dengan penuh kesadaran akan tuntutan zaman³¹. Penting bagi para da'i untuk memiliki akses dan pengetahuan yang luas terhadap sumber daya teknologi yang tersedia.

Zaman Rasulullah dan para sahabatnya begitu sangat terbatas yakni hanya pada ada qouliyah al-alisan dan dakwah filyah Bilal Uswa ditambah dengan penggunaan media surat. Pada abad keempat belas Hijriah perkembangannya teknologi begitu berkembang sangat pesat dakwah menggunakan media media baru seperti majalah surat kabar, cerpen, kaset, film, radio, novel dan media lainnya yang mendorong dan membantu para pelaku dakwah.

Media dakwah merupakan media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. media ini dapat dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik secara lisan maupun tulisan. Jadi media dakwah adalah perantara atau sarana komunikasi yang menjadi wadah atau wahana

³⁰ Ptkomunikasi, Pengertian Media Sosial, Peran serta Fungsinya, *media social*, 2012, <https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/>.

³¹ Adi Wibowo, Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital, (Jurnal Islam Nusantara, 2019).

untuk merealisasikan ajaran Islam diantaranya menggunakan media cetak.

Para da'i tidak hanya dituntut untuk menguasai ilmu agama dan ilmu umum, tetapi juga perlu memahami media sebagai alat dan sarana untuk menyampaikan dakwah Islam. Dalam konteks ini, fenomena teknologi internet menjadi sangat relevan, dan aplikasi seperti TikTok telah menjadi tren dakwah yang sangat populer di kalangan masyarakat dari berbagai lapisan.

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasisosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya.

Dakwah melalui TikTok merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar agama Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan TikTok sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangi dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Karena pada dasarnya orang-orang pada masa kini lebih tertarik dengan sesuatu yang baru, daripada dakwah dengan menggunakan tabligh yang seringkali orang-orang mengabaikannya atau menganggapnya remeh dan tidak secara kondusif, jadi media social bisa dikatakan solusi untuk pengembangan dakwah sebagai media dakwah masa kini.

6. Profil Singkat Husain Basyaiban

Husain Basyaiban adalah seorang pembuat konten di TikTok yang memiliki wajah seperti orang Arab yang lahir di Makkah pada tanggal 12 Agustus 2002. Ia merupakan anak bungsu dari lima bersaudara, Husein adalah putra dari Kiai Sufyan. Ia sempat tinggal di Makkah selama lima setengah tahun karena ayah Husain menyelesaikan waktunya untuk menuntut ilmu di sana setelah itu pindah dan menetap di Indonesia, tepatnya di BilaPorah, Kabupaten Bangkalan, Madura, Jawa Timur hingga saat ini. Saat ini Husain sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Surabaya³².

Meskipun sebelumnya tidak begitu dikenal seperti sekarang, Husein, seperti remaja pada umumnya, Ia memutuskan untuk memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kebaikan. Akun Tiktok-nya, @kadamsidik00, pada November 2023, telah mencapai 6,0 juta pengikut, 338,4 juta suka, dan video yang diunggahnya mencapai lebih dari 17 juta viewers. Kehadirannya sebagai seorang aktor TikTok yang fokus pada dakwah semakin terasa karena sebagian besar kontennya

³² Budi satria Satria et al., Youth, Da'wah and Tik Tok: A Case Study of Husain Basyaiban, 2023, <https://doi.org/10.58794/jim.v1i2.496>.

berhubungan dengan ajaran agama..

Husein mulai mengunggah video di TikTok pada tanggal 18 Mei 2020, yang awalnya merespons pertanyaan dari salah satu pengikutnya. Video pertamanya membahas tentang hukum menyayat tangan saat berpuasa. Dengan tema-tema yang relevan dengan bulan Ramadan, pengikut Husein terus bertambah secara signifikan. Selain sebagai seorang yang menyerukan kebaikan melalui konten TikTok, Husein juga memiliki beberapa hobi lain, seperti bermain basket dan menonton anime, terutama One Piece, yang disukainya sejak remaja. Dia juga memiliki keterampilan beatbox yang ditunjukkan dalam salah satu kontennya pada 1 November 2021. Kesukaannya membaca Al-Qur'an juga sering ia bagikan kepada pengikutnya, mengajak mereka untuk selalu menyempatkan diri membaca Al-Qur'an³³.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif fenomena yang dialami subjek. Dengan kata lain, dalam penelitian kualitatif, peneliti mengumpulkan informasi tentang subjek penelitian dengan menggunakan konsep umum dan deskripsi tertulis dalam konteks alami tertentu dan menggunakan berbagai metode ilmiah³⁴. Penelitian ini akan berusaha mendapatkan informasi selengkap mungkin mengenai pesan-pesan dalam konten-konten dakwah pada akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00'.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian konten analisis. Penelitian analisis konten atau analisis isi adalah teknik penelitian yang mengkaji isi komunikasi, seperti materi tertulis, lisan, atau visual, untuk menganalisis dan memahami data. Ini adalah proses mengkategorikan informasi yang berkaitan dengan isu-isu utama penelitian³⁵. Penelitian ini akan menyelidiki secara mendalam pesan-pesan dalam konten-konten dakwah pada akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00'.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer:

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari saat penelitian oleh peneliti tanpa melalui perantara. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi konten-konten dakwah yang memiliki jumlah penonton terbanyak

³³ Clara Sinta Pratiwi, Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital Oleh, (*JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2022).

³⁴ Robert C. Bogdan & Sari Knopp Biklen, *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*, 1982.

³⁵ I Dewa Putu Wijana et al., *Metode Penelitian Bahasa*, 2021.

yang terdapat dalam akun TikTok Husain Basyaiban ‘kadamsidik00’.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada konten-konten dakwah dalam akun ‘@kadamsidik00’ dan Waktu penelitian dijadwalkan pada tanggal 15 November sampai dengan 15 Januari 2024.

4. Teknik Pengumpulan Data

Analisis isi merupakan teknik penelitian untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasih massa yang dilakukan secara objektik ialah salah satu ciri penting yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi, juga menggunakan manusia (human) tetapi harus dibatasi subjektifitasnya agar hasil analisis mencerminkan isi dari suatu teks, analisis ini juga dilakukan secara sistematis agar dapat bermakna dan semua tahapan dalam proses penelitian telah dirumuskan secara jelas. Setiap katagori yang dipakai menggunakan suatu definisi tertentu dan semua bahan dianalisis dengan katagori yang sama. Selain itu juga dilakukan secara relevan dan uraian analisisnya boleh saja menggunakan tata cara pengukuran kuantitatif, kualitatif, atau bahkan keduanya sekaligus³⁶.

R.Holsty mendefinisikan analisis ini sebagai teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menentukan karekteristik pesan dan dilakukan secara objektif sistematis³⁷. Analisis ini digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Ini adalah proses mengkategorikan informasi yang berkaitan dengan isu-isu utama penelitian, yang mencakup beberapa teknik seperti:

a. Menentukan Unit Analisis

Menentukan konten yang tepat untuk dievaluasi. Tergantung pada rumusan masalah penelitian, hal ini dapat berupa kata, frasa, kalimat, paragraf, atau teks lengkap. Dengan menonton video secara menyeluruh dan cermat diperlukan saat mengumpulkan data karena hal ini membantu peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk investigasi. Untuk mempermudah analisis data, peneliti harus membagi data ke dalam unit-unit kecil. Data kecil ini berfungsi sebagai data penelitian.

Peneliti memperoleh informasi dari konten-konten dakwah dalam video di akun TikTok Husain Basyaiban ‘kadamsidik00’. Setiap harinya selama tanggal yang telah ditentukan, peneliti akan menonton dan menelusuri konten-konten dalam akun TikTok tersebut secara lengkap. Peneliti kemudian akan menonton dan mendengarkan dengan berhati-hati agar tidak melewatkan satu pun pesan dalam video tersebut untuk mendapatkan data. Setelah

³⁶ Eriyanto, *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya* (Kencana Prenada Media Group, 2011).

³⁷ Abdurrahman Soejono dan H Abdurrahman, *Metode penelitian suatu pemikiran dan penerapan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1999.

itu, peneliti akan mengumpulkan minimal 5 konten video yang memiliki jumlah penonton terbanyak, untuk dibedah dan diteliti lebih lanjut dan harus memastikan bahwa data yang dikumpulkan memenuhi kriteria untuk disebut sebagai sampel data.

b. Menentukan Data

Menentukan data yang akurat yang terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian diperlukan untuk penentuan data. Data harus memiliki jumlah penonton terbanyak, juga beragam, lengkap, dan harus mewakili populasi yang diteliti. Data tersebut juga harus dapat diandalkan, valid, dan tepat. Konten-konten dakwah dalam akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00' dipilih sebagai objek penelitian, dan sampel data diambil dari konten-konten dakwah yang memiliki jumlah penonton terbanyak. Oleh karena itu, peneliti mencari pesan-pesan dalam konten-konten akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00'.

c. Pencatatan

Pencatatan meliputi pengumpulan dan pengorganisasian data dari berbagai sumber untuk membantu analisis dan interpretasi. Sangatlah penting untuk membuat sistem pencatatan yang efisien, akurat, dan terorganisir dengan baik. Catatan yang efektif membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola dan hubungan dalam data, serta menghasilkan wawasan dan saran untuk penyelidikan tambahan. Saat memproses data, harus didukung oleh minimalisasi data. Data yang penting untuk penelitian digunakan, dan sebaliknya. Strategi ini memudahkan peneliti untuk menentukan data.

Selanjutnya, peneliti menganalisis konten-konten yang sudah ditentukan dengan cermat untuk menemukan pesan-pesan dalam konten-konten dakwah yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00' Peneliti kemudian menggunakan metode catat, di mana peneliti mencatat kembali data setiap kali peneliti menemukan data potensial yang sesuai dengan kriteria dan kategori, dan peneliti mengulangi proses ini selama beberapa bulan untuk menemukan data yang relevan, dan data yang tidak relevan direduksi untuk memperkecil data dan mendapatkan data yang hanya diperlukan untuk penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan³⁸.

a. Reduksi Data

Dalam mereduksi data, peneliti melakukan pemadatan, memilih yang penting, memusatkan pada yang penting dan membuang yang tidak perlu. Dalam penelitian ini, informasi diklasifikasi atau direduksi berdasarkan kategori agar informasi lebih mudah

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan praktik*. Jakarta, (Rinneka Cipta, 2010).

ditemukan saat dibutuhkan dan mempermudah pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti akan melakukan reduksi data mengenai pesan-pesan dakwah pada konten-konten yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00'.

b. Penyajian Data

Pada penelitian ini, penyajian data menggunakan teks yang bersifat naratif, yaitu dengan mendeskripsikan dan menguraikan data sesuai dengan tinjauan tentang tujuan penelitian. Data yang akan disajikan adalah yang berkaitan dengan pesan-pesan dakwah pada konten-konten yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00'.

c. Penyimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data pada penelitian ini adalah menarik kesimpulan. Proses ini dilakukan dengan merumuskan makna dari hasil penelitian mengenai pesan-pesan dakwah pada konten-konten yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam akun TikTok Husain Basyaiban 'kadamsidik00', yang dilakukan dengan cara berulang atau melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan. Setelah menyimpulkan atau menafsirkan, langkah selanjutnya adalah melakukan verifikasi atau pembuktian.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian kualitatif sangat penting untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh secara akurat mencerminkan fenomena yang sedang diteliti. Adapun aspek-aspek keabsahan data yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini mencakup:

a. Kredibilitas (*Credibility*)

Pengujian kredibilitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan dengan cara memeriksa ulang data. Pemeriksaan ulang dapat dilakukan sebelum atau sesudah data dianalisis. Pemeriksaan dengan cara triangulasi dilakukan untuk meningkatkan derajat kepercayaan dan akurat data.³⁹

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Karena berdasarkan triangulasi sumber ini, peneliti harus mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain jika semakin banyak sumber maka akan semakin banyak pula hasilnya

b. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan berarti hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan pada situasi

³⁹ Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).

lain yang memiliki karakteristik dan konteks yang relatif sama. Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks lokasi penelitian dengan lokasi lain yang akan diterapkan.⁴⁰ Peneliti harus mencari dan mengumpulkan data empiris tentang kesamaan konteks.

Dalam penerapan keteralihan maka peneliti nantinya memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Karena jika pembaca mendapatkan gambaran yang jelas dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki derajat keteralihan.

c. Kebergantungan (*Dependability*)

Pengujian kebergantungan yang dilakukan dengan mengadakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian mulai dari menentukan masalah, menentukan sumber data, memeriksa keabsahan data, dan membuat kesimpulan.

Pada penelitian ini nantinya peneliti akan melakukan audit dengan cara peneliti akan berkonsultasi kembali kepada pembimbing, kemudian pembimbing akan mengaudit keseluruhan proses penelitian.

d. Kepastian (Konfirmabilitas)

Uji kepastian berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas.

Menguji kepastian atau konfirmabilitas berarti menguji keseluruhan proses dan hasil penelitian sehingga diperoleh kepastian.⁴¹ Didalam ujian ini nantinya peneliti menguji kembali data yang didapat terkait pengaruh aplikasi TikTok sebagai media dakwah pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Mataram.

Keempat aspek keabsahan data ini saling melengkapi, menciptakan kerangka kerja yang kokoh untuk memastikan bahwa hasil penelitian memiliki integritas dan relevansi yang tinggi. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk memberikan kontribusi yang berharga dalam konteks penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan karya ilmiah ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dengan struktur dan susunan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan

⁴⁰ M Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Books, 2021).

⁴¹ Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik*.

Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Setting Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

2. Bab II Pesan - Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok Husain Basyaiban “@kadamsidik00”

Bab ini berisi pembahasan mengenai rumusan masalah pertama yang terdiri dari Menganalisa dan memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok “@kadamsidik00”.

3. Bab III Respon Konten Dakwah Husain Basyaiban ‘@kadamsidik00’ Bagi Pengikut Dan Penontonnya

Bab ini berisi pembahasan rumusan masalah kedua yaitu mengenai Memahami respon konten dakwah Husain Basyaiban ‘@kadamsidik00’ bagi pengikut dan penontonnya manfaat penelitian.

4. Bab IV Penutup

Pada bab ini berisi Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan berisi inti dari hasil penelitian dan jawaban dari rumusan masalah yang telah diteliti dan saran berisi saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan judul penelitian ini.⁴²



⁴² Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram Tahun Akademik 2023/2024, 2023.

BAB II

PESAN-PESAN DAKWAH DALAM AKUN TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN “@kadamsidik00”

A. Gambaran Umum Akun Tiktok Husain Basyaiban “@kadamsidik00”

Dakwah adalah mengajak atau menyeru kepada kebaikan di jalan Allah SWT dengan menggunakan bahasa yang baik. Dakwah dilakukan dengan berbagai macam cara, untuk menarik perhatian sasaran dakwah atau yang biasa disebut mad'u. Dapat dikatakan bahwa kegiatan dakwah dengan menggunakan media juga memberikan efek atau pengaruh, baik efek afektif, kognitif, maupun behavioral. Pengaruh dakwah ini tentunya selaras atau sama dengan tujuan yang ingin dicapai dari dakwah. Secara kognitif, kegiatan dalam dakwah harus dapat membuat mad'u semakin paham dan bertambah pengetahuannya. Pengaruh afektif jika dakwah dapat menyentuh perasaan seseorang, menyentuh perasaan dan kesadaran dalam hati nurani mad'u. Sedangkan pengaruh behavioral apabila dakwah dapat menggerakkan mad'u untuk melakukan segala perbuatan atau tindakan tertentu sesuai dengan pesan dakwah yang disampaikan.

Husain Basyaiban adalah seorang pembuat konten di TikTok yang memiliki wajah seperti orang Arab yang lahir di Makkah pada tanggal 12 Agustus 2002. Ia merupakan anak dari seorang kyai. Ia tinggal di Makkah hanya selama lima setengah tahun karena ayah Husain menyelesaikan waktunya untuk menuntut ilmu di sana setelah itu pindah dan menetap di Indonesia, tepatnya di BilaPorah, Kabupaten Bangkalan, Madura, Jawa Timur hingga saat ini. Saat ini Husain sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Surabaya.

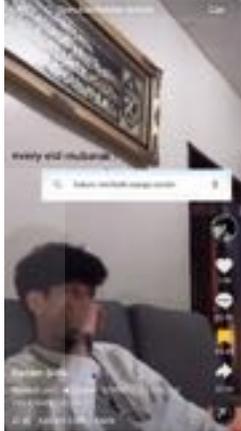
Kehidupan sehari-hari Husain sama dengan kehidupan orang normal lainnya, namun Husain berjuang di bidang pendidikan agama bersama ayahnya. Ia tidak pernah menjadi santri di pesantren. Ia menyampaikan dakwah di media sosial dari "ngaji" yang ia lakukan setiap hari bersama ayahnya dan belajar dengan gurunya sejak kecil hingga sekarang. Awal mula Husain membuat konten di TikTok adalah pada tanggal 18 Mei 2020 karena hal tersebut Husain mulai dikenal oleh masyarakat luas.

B. Pesan Dakwah Pada Akun TikTok Husain Basyaiban “@Kadamsidik00”

1. Data dan Temuan

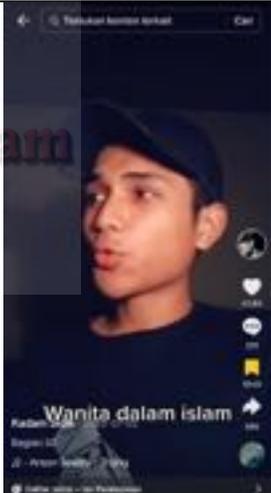
Adapun beberapa tema konten video dakwah di tik tok Husain Basyaiban yang menjadi viral dan banyak penontonnya adalah sebagai berikut:

TABEL 1

No	Judul Video	Durasi	Jumlah (View, Like, Komen, Save)	Pesan Dakwah	Gambar
1.	Hukum Menikahi Sepupu	00:59 menit	V: 5.8 Juta Like: 1.1 juta Komentar: 13.7 ribu Save: 35.5 ribu	Husain Basyaiban mengatakan "secara hukum itu sah atau tidak sah, itu sah tetapi tidak dianjurkan dan jika Anda melihatnya dari sudut pandang medis, kemungkinan besar anak-anak yang lahir dari hubungan yang terlalu dekat kemungkinan besar akan mengalami kecacatan tetapi kita tinggalkan semuanya. kepada Allah".	 <p>⁴³Gambar 2.1: 25-desember-2023</p>
2.	Husnuzon Kepada Allah	00:52 menit	Views: 551.8 ribu Likes: 125.4 ribu Komentar: 983 Save: 2,319	Husain Basyaiban mengatakan "di hari akhir nanti akan ada seorang hamba yang mengingat Allah swt dimasukkan ke dalam neraka karena dosa-dosa yang dilakukannya namun ketika sampai di pintu neraka, seseorang berkata Ya Allah tidak seperti ini yang saya pikirkan tentang Engkau saat saya masih di dunia. Aku mengira bahwa aku akan masuk surga, kemudian Allah memerintahkan orang tersebut untuk masuk surga karena sesungguhnya Allah	 <p>⁴⁴Gambar 2.2: 25-desember-2023</p>

⁴³ Husain Basyaiban, Hukum Menikahi Sepupu (TikTok Application, 2021).

⁴⁴ Husain Basyaiban, Husnuzan Kepada Allah (TikTok Application, 2021).

				tidak pernah mengecewakan hambanya yang berprasangka baik kepadaNya. inilah kunci bahwa kita sebagai seorang hamba harus selalu berprasangka baik kepada Allah swt. baik dalam suka maupun duka.	
3.	Tiga-Tipe Orang yang Tidak Boleh Anda Lupakan	00:40 menit	Views: 1.2 juta Likes: 235.3 ribu Komentar: 869 Save: 8,308	Husain Basyaiban mengatakan "orang yang tidak boleh kamu lupakan adalah pertama orang yang menolongmu saat kamu tertimpa musibah, kedua orang yang tiba-tiba menghilang darimu saat kamu tertimpa musibah dan ketiga orang yang menjerumuskanmu Anda dalam suatu masalah."	 <p>⁴⁵Gambar 2.3: 26-desember-2023</p>
4.	Perempuan dalam Islam	00:58 menit	Views: 206.3 ribu Likes: 47.8 ribu Komentar: 211 Save: 1,339	Husain Basyaiban mengatakan "seorang wanita adalah penentu surga bagi seorang anak, bagi seorang ayah dan bagi seorang saudara laki-laki. Nabi pernah menjelaskan bahwa seorang pria yang menikahi seorang wanita telah menyempurnakan separuh agamanya, menyempurnakan keimanan seorang pria. Ibu, anak perempuan, saudara perempuan, istri, dapat menjadi penentu bagi	 <p>⁴⁶Gambar 2.4: 27-desember-2023</p>

⁴⁵ Husain Basyaiban, 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan (TikTok Application, 2020).

⁴⁶ Husain Basyaiban, Wanita Dalam Islam (TikTok Application, 2020).

				seorang pria untuk masuk surga dan juga penentu masuk neraka.”	
5.	Tidur Setelah Sholat Subuh	00:59 menit	Views: 1.4 juta Likes: 333.0 ribu Komentar: 5,189 Save: 10.8 ribu	Husain Basyaiban mengatakan "tidur setelah shalat subuh adalah sesuatu yang sangat dibenci dan tidak disukai oleh para ulama terdahulu karena antara shalat subuh dan terbitnya matahari adalah waktu dimana Allah SWT menurunkan rahmat-Nya secara besar-besaran kepada kita, sehingga ada istilah lari dari rezeki orang yang tidur setelah shalat subuh."	 <p>⁴⁷Gambar 2.5: 23-desember-2023</p>
6.	6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal	03.00 Menit	Views: 2.9 juta Likes: 539.2 ribu Komentar: 5,796 Save: 42.9 ribu	Husain Basyaiban mengatakan "ghibah adalah menyebutkan sesuatu yang tidak disukai oleh saudaramu jadi selama yang dibicarakan itu bukan hal yang buruk maka itu tidak dianggap sebagai ghibah, kebanyakan orang salah paham karena mengira kalau membicarakan orang pasti ghibah, belum tentu ingat selama tidak mencemarkan nama baik maka tidak bisa disebut ghibah. Ada beberapa kondisi di mana Anda dapat menceritakan sesuatu yang tidak disukai saudara Anda dan Anda tidak mendapatkan dosa, Imam An Nawawi	 <p>⁴⁸Gambar 2.6: 20-desember-2023</p>

⁴⁷ Husain Basyaiban, Tidur Setelah Shalat Subuh (TikTok Application, 2022).

⁴⁸ Husain Basyaiban, 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal (TikTok Application, 2022).

				<p>disebutkan ada 6 syarat, yaitu pertama mengungkit-ungkit orang yang menzalimimu, kedua meminta pertolongan agar pelaku kemungkaran itu berubah, ketiga meminta fatwa kepada ulama, namun dianjurkan untuk tidak menyebut nama, keempat mentahdzir atau memperingatkan orang yang kemungkinan besar akan membawa dampak buruk bagi umat Islam, kelima ghibahin orang yang terang-terangan melakukan kemaksiatan (tidak berlaku bagi mereka yang rahasia), keenam adalah memperkenalkan dengan catatan bahwa itu bukan diperuntukan."</p>	
--	--	--	--	--	--

Tabel 2: Tema Video Konten Dakwah Di Tiktok Husain Basyaiban

2. Analisis dan Pembahasan

Dari setiap konten dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTiknya “kadamsidik00” selalu terdapat pesan-pesan yang dimaksudkan untuk setiap penontonnya. Konten-konten Husain Basyaiban tidak hanyalah sekedar konten biasa yang tidak memiliki makna dan pesan, melainkan terdapat penjabaran yang jelas untuk mengedukasi dan membantu para penonton dan pengikut untuk memahami pesan dan makna yang ingin ia sampaikan dalam konten tersebut.

Menemukan makna dalam pesan dakwah memerlukan pemahaman yang cermat terhadap konteks, teks, dan tujuan dari pesan tersebut. Berikut adalah beberapa langkah yang membantu dalam menemukan makna dalam pesan dakwah:

- a) **Pahami Konteks Dakwah:** Pahami latar belakang dan konteks pesan dakwah. Ketahui siapa yang menyampaikan pesan, kepada siapa, dan dalam situasi apa

pesan tersebut disampaikan. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi interpretasi pesan.

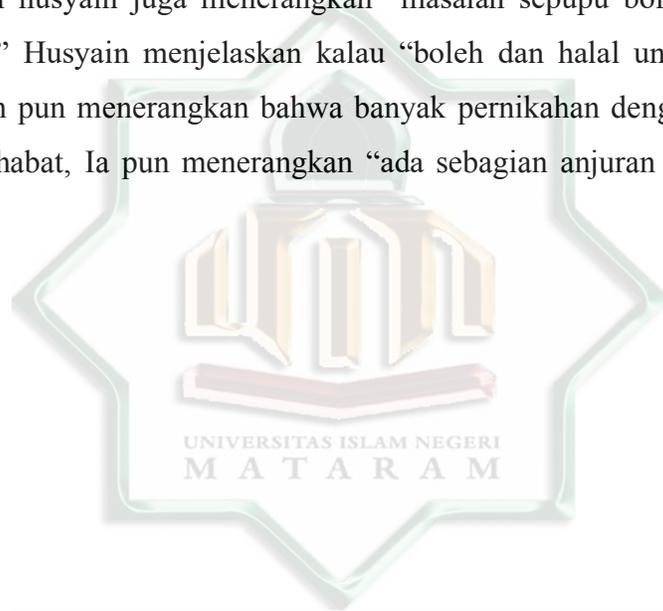
- b) **Analisis Teks Dakwah:** Baca atau dengarkan pesan dengan teliti. Identifikasi kata-kata kunci, struktur kalimat, dan gaya bahasa yang digunakan. Perhatikan apakah ada istilah-istilah khusus atau referensi ke sumber-sumber tertentu.
- c) **Kenali Tujuan Dakwah:** Pahami tujuan dari pesan dakwah tersebut. Mengetahui tujuan pesan dapat membantu Anda lebih memahami konteks dan fokusnya.
- d) **Perhatikan Nilai-Nilai Agama:** Pesan dakwah sering kali terkait dengan nilai-nilai agama. Perhatikan apakah terdapat ajaran atau prinsip agama tertentu yang disampaikan dalam pesan tersebut. Pahami bagaimana pesan tersebut berkaitan dengan nilai-nilai etika dan moral.
- e) **Kontekstualisasikan Pesan:** Tempatkan pesan dalam konteks yang lebih luas. Pertimbangkan isu-isu sosial, politik, atau ekonomi yang mungkin mempengaruhi pesan dakwah. Ini dapat membantu Anda melihat pesan sebagai bagian dari realitas yang lebih besar.
- f) **Gunakan Sumber Lain (sebagai perbandingan):** Jika pesan dakwah merujuk pada teks agama tertentu, kaji teks tersebut secara lebih mendalam. Baca tafsiran atau penjelasan dari ulama untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut tentang konteks dan makna ayat atau hadis yang diutarakannya.

Selain itu, Husain Basyaiban memahami dan mengenali siapa penontonnya dan bagaimana cara berkomunikasi kepada penontonnya agar pesan dakwah yang ingin ia sampaikan dapat dipahami dan dicerna dengan benar. Komunikasi antara konten kreator dan penonton dalam konteks media sosial seperti TikTok melibatkan serangkaian interaksi yang melibatkan berbagai elemen dan merupakan aspek krusial dalam membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan. Dengan menggunakan Teori Ekologi oleh McLuhan⁴⁹, maka peneliti dapat mengetahui pesan-pesan dakwah dalam konten-konten Husain Basyaiban sebagai berikut:

⁴⁹ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

perempuan; saudara-saudara ibumu yang perempuan; anak-anak perempuan dari saudara-saudaramu yang laki-laki; anak-anak perempuan dari saudara-saudaramu yang perempuan; ibu-ibumu yang menyusui kamu; saudara perempuan sepersusuan; ibu-ibu isterimu (mertua); anak-anak isterimu yang dalam pemeliharaanmu dari isteri yang telah kamu campuri, tetapi jika kamu belum campur dengan isteri itu (dan sudah kamu ceraikan), maka tidak berdosa kamu mengawininya; (dan diharamkan bagimu) isteri-isteri anak kandungmu (menantu); dan menghimpunkan (dalam perkawinan) dua perempuan yang bersaudara, kecuali yang telah terjadi pada masa lampau; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Q.S. al-Nisa“: 23)

Dan husyain juga menerangkan “masalah sepupu boleh atau tidak untuk di nikahi?” Husyain menjelaskan kalau “boleh dan halal untuk menikahi sepupu”, Husyain pun menerangkan bahwa banyak pernikahan dengan sepupu di kalangan para sahabat, Ia pun menerangkan “ada sebagian anjuran oleh para ulama untuk



Perpustakaan UIN Mataram

menikahi *Al-karabatul ba'idah* atau kerabat jauh atau kerabat yang tidak sepersususan, namun anjuran ini pernah di bantah juga oleh beberapa ulama lain”.

Hukum menikahi sepupu dapat dijelaskan dalam konteks hukum syariah dalam Islam. Dapat kita ketahui Syariah adalah sistem aturan dan ketentuan yang lengkap dan terperinci yang dipandang sebagai petunjuk dari Tuhan, digunakan untuk mengatur keterhubungan antara manusia dengan Tuhan, antar sesama manusia, dan antara manusia dengan lingkungan hidup. Syariah dapat dibagi menjadi dua aspek, yakni ibadah dan muamalah⁵⁰. Dalam Islam, menikahi sepupu secara prinsip diperbolehkan, dan hukumnya adalah mubah atau diperbolehkan. Mubah adalah kategori hukum yang menunjukkan sesuatu yang tidak diwajibkan atau dilarang, tetapi diperbolehkan jika dilakukan. Dalam Al-Qur'an, hubungan pernikahan dengan sepupu tidak dilarang, dan beberapa hadis juga mendukung kebolehan menikahi sepupu. Namun, penting untuk diingat bahwa meskipun diperbolehkan, keputusan untuk menikahi sepupu atau orang lain tetap harus memperhatikan nilai-nilai akhlak dan etika Islam, serta memperhatikan hukum-hukum pernikahan yang berlaku di masyarakat.

Dalam video yang disajikan, Husain Basyaiban mengeksplorasi aspek hukum menikahi sepupu dalam kerangka hukum Syariah Islam. Mengacu pada Surat An-Nisa, ayat 23, ia menegaskan bahwa meskipun secara teknis pernikahan ini diperbolehkan, namun tidak dianjurkan. Basyaiban menyarankan para penontonnya untuk mencari informasi tambahan mengenai hubungan mahram, menekankan bahwa ikatan kekeluargaan ini menentukan apa yang dilarang dalam pernikahan.

Sejalan dengan teori ekologi media McLuhan⁵¹, video ini menggunakan internet sebagai media penyebaran, menciptakan desa global dan menawarkan perspektif yang beragam tentang masalah yang diperdebatkan. Pesan tersebut menggarisbawahi diperbolehkannya pernikahan sepupu dalam Islam, namun menekankan pentingnya pertimbangan etika dan kepatuhan terhadap norma-norma pernikahan masyarakat. Basyaiban menyimpulkan dengan menganjurkan untuk bergantung pada Allah untuk keputusan akhir, memperkuat gagasan bahwa

⁵⁰ H Zainuddin Ali, Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia (Sinar Grafika, 2022).

⁵¹ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

keputusan akhir ada di tangan-Nya.

2) Husnuzon Kepada Allah SWT.

Dalam video ini, Husain Basyaiban membahas konsep Husnuzon, yaitu berprasangka baik kepada Allah. Ia mengilustrasikan pesan moral ini melalui cerita seorang hamba yang, meskipun memiliki dosa besar, akhirnya dimasukkan ke surga karena prasangka baiknya kepada Allah. Husyain juga menceritakan “ketika nabi Musa A.S beserta kaumnya ketika di kepung oleh Firaun dan bala tentaranya yang dalam kondisi benar-benar terkepung dan tidak ada jalan lain hingga kaum nabi Musa hampir saja putus asa lalu berkata kepada nabi Musa “kita telah tersusul wahai Musa da tidak ada jalan lain lagi” namun nabi Musa sangat percaya akan kuasa Allah S.W.T dan Musa mengatakan “sesungguhnya tuhanku bersamaku dan tuhanku akan memberikan petunjuk” lalu Allah memerintahkan nabi Musa menghentakkan tongkatnya hingga lautan terbelah dan belahannya seperti gunung, jadi percayalah kepada Allah, dan Allah bakal kasih petunjuk”.

Husnuzon kepada Allah SWT lebih dapat dikategorikan sebagai pesan dalam konteks akidah dan akhlak dalam Islam. Berikut penjelasan singkat mengenai kedua konsep tersebut:

- a) Akidah (Aqidah): Merujuk pada keyakinan atau kepercayaan dasar dalam Islam. Husnuzon kepada Allah adalah bagian dari akidah, karena mencerminkan keyakinan positif terhadap sifat-sifat Allah dan keadilan-Nya⁵².
- b) Akhlak: Merujuk pada etika atau perilaku yang baik. Sikap husnuzon juga termasuk dalam akhlak, karena mencerminkan perilaku positif terhadap Tuhan, yakni sikap optimis, percaya, dan berserah diri kepada-Nya⁵³.

Pesan dakwahnya menyoroti pentingnya berprasangka baik kepada Allah dalam setiap aspek kehidupan, baik dalam kesukaran maupun kebahagiaan.

Dalam konteks teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁵⁴, pesan Husain Basyaiban tentang Husnuzon kepada Allah dapat diartikulasikan sebagai fenomena yang mencerminkan pengaruh media terhadap pandangan dan perilaku individu

⁵² R Abuy Sodikin, Konsep agama dan islam, *Al Qalam*, 2003.

⁵³ H Samsul Munir Amin, *Ilmu akhlak* (Amzah, 2022).

⁵⁴ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, *Media Ecology: Illuminations*, (Canadian Journal of Communication 2013).

dalam memahami ajaran agama. Media, dalam hal ini video dakwah, menjadi medium penyampai konsep Husnuzon dan cerita-cerita moral. Internet sebagai media digital memperluas aksesibilitas terhadap ceramah dan kisah kebaikan Allah, menciptakan desa global di mana pemirsa dapat mengakses dan meresapi nilai-nilai agama. Dengan kata lain, media menjadi saluran yang memperluas dan membentuk pemahaman Husnuzon dalam masyarakat. Meskipun McLuhan tidak secara langsung membahas aspek agama dalam teorinya, prinsip "the medium is the message" dan konsep global village-nya dapat diterapkan untuk memahami bagaimana media, termasuk video dakwah, memainkan peran dalam menyampaikan pesan agama dan memengaruhi sikap serta keyakinan individu.

3) Tiga Tipe Orang yang Tidak Boleh Anda Lupakan

Dalam video ini, Husain Basyaiban membahas tiga tipe orang yang tidak boleh anda lupakan Husyain mengutip quotes dari “Gibran Khalil Gebran pentingnya mengingat tiga tipe orang dalam hidup, yaitu orang yang membantu kita ketika kita terpuruk dalam suatu musibah, dan orang yang tiba-tiba menghilang dari kita ketika kita jatuh dalam suatu musibah, dan yang ketiga orang yang menjerumuskan kita, menjatuhkan kita dalam masalah tersebut”. Pesannya adalah untuk menjaga hubungan yang positif dan hati-hati dalam pergaulan untuk menciptakan lingkungan sosial yang sehat.

Dalam konteks ini, pesan yang disampaikan oleh Husain Basyaiban lebih terkait dengan akhlak dan nasihat tentang hubungan sosial. Berbicara mengenai tiga tipe orang yang tidak boleh dilupakan, yaitu orang yang membantu ketika kita terpuruk, yang tiba-tiba menghilang ketika kita menghadapi musibah, dan yang menjerumuskan kita dalam masalah, menunjukkan fokus pada nilai-nilai moral, etika, dan kebijaksanaan dalam bergaul.

Pesan ini mendorong untuk menjaga hubungan yang positif, menghargai kontribusi positif dari orang-orang yang mendukung kita, serta berhati-hati dalam memilih pergaulan agar terhindar dari pengaruh negatif yang dapat membahayakan. Ini lebih bersifat sebagai nasihat etika dan praktis dalam menjalani kehidupan sehari-hari, bukan sekadar peraturan hukum atau ajaran agama secara spesifik.

Dalam konteks teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁵⁵, pesan Husain Basyaiban tentang tiga tipe orang yang tidak boleh dilupakan dapat dihubungkan dengan pengaruh media terhadap pembentukan nilai-nilai sosial dan budaya. Video ini dapat dipandang sebagai medium yang membawa pesan etika dan moral, yang diterima dan diinterpretasikan oleh audiensnya. McLuhan mengemukakan bahwa media tidak hanya mengantarkan pesan, tetapi juga membentuk persepsi dan pola pikir masyarakat.

Dalam hal ini, pesan mengenai menjaga hubungan positif, menghargai kontribusi positif, dan berhati-hati dalam memilih pergaulan dapat dilihat sebagai hasil interaksi dengan media, di mana video dakwah menjadi medium penyampai nilai-nilai tersebut. Selain itu, konsep McLuhan tentang "the medium is the message" mencerminkan bagaimana bentuk dan jenis media yang digunakan (dalam hal ini, video) dapat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima.

Penting untuk diingat bahwa McLuhan menekankan bahwa media tidak hanya membawa pesan, tetapi juga mempengaruhi persepsi dan interaksi sosial. Dalam hal ini, pesan Husain Basyaiban tentang menjaga hubungan positif dapat dianggap sebagai dampak dari interaksi dengan media, di mana video dakwah menjadi sarana untuk menyebarkan nilai-nilai moral dan etika dalam lingkungan sosial.

4) Perempuan dalam Islam

Dalam video ini, Husain Basyaiban membahas peran istimewa perempuan dalam Islam, Husyain menceritakan seseorang yang meminta izin kepada Rasulullah untuk ikut berperang pemuda itu berkata "wahai Rasulullah izinkan aku untuk ikut berperang" lalu Rasulullah bertanya kepadanya "apakah kamu memiliki seorang ibu?" dan ia menjawab "Iya" maka Rasulullah menjawab "berbaktilah kamu kepadanya karena sesungguhnya surga berada di bawah telapak kaki ibu" Husyain menjelaskan bahwa wanita itu menjadi penentu surga bagi anak, Husyain menjelaskan bahwa Rasulullah pernah menjelaskan "bahwasanya barangsiapa yang memiliki beberapa putri atau memiliki beberapa saudari kemudian memuliakan mereka, menunaikan hak mereka, mendidik mereka, bertakwa kepada Allah ketika

⁵⁵ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

akan memuliakan mereka, maka baginya mendapatkan surga” Husyain pun menjelaskan bahwa wanita bisa menjadi penentu bagi seorang ayah masuk surga dan bagi seorang saudara laki-laki masuk surga.

Rasulullah pun pernah menjelaskan bahwasanya seorang laki-laki yang menikahi seorang wanita maka dia telah menyempurnakan separuh agamanya, menyempurnakan iman seorang laki-laki. Husyainpun menekankan ibu, putri perempuan, saudari perempuan, dan istri adalah penentu surga bagi seorang laki-laki masuk surga dan begitu pula penentu neraka. Video ini menjelaskan pandangan Islam tentang pentingnya peran perempuan dalam membentuk iman dan moralitas. Pesannya adalah untuk menghormati dan mengapresiasi peran wanita dalam kehidupan sehari-hari.

Dan kita juga dapat menemukan playlist tentang “Isu Perempuan” pada tiktok Husyain, ini bisa menjadi bukti bahwasanya begitu spesialnya wanita dalam islam dan juga Husyain menunjukkan sifat memuliakan wanita sehingga ini dapat menjadi cerminan bagi pengikut dan penontonnya.

Dalam konteks ini, video yang dibahas oleh Husain Basyaiban membicarakan peran istimewa perempuan dalam Islam, dan pesan yang disampaikan lebih terkait dengan ajaran agama (akidah), etika, dan pandangan sosial dalam Islam. Beberapa poin utama yang dapat diidentifikasi:

- a) Pentingnya Peran Perempuan: Video ini menyoroti pentingnya peran perempuan dalam Islam, khususnya dalam konteks keluarga dan masyarakat. Hal ini tercermin dalam ajaran Rasulullah mengenai hubungan dengan ibu, putri, saudari, dan istri.
- b) Perempuan sebagai Penentu Surga: Dikemukakan bahwa perempuan dapat menjadi penentu bagi seorang laki-laki masuk surga melalui penghormatan, pelayanan, dan pemuliaan yang diberikan kepada mereka. Ini menunjukkan nilai-nilai etika, kebajikan, dan tanggung jawab dalam memperlakukan perempuan.
- c) Pandangan Islam tentang Pernikahan: Rasulullah dijelaskan menyatakan bahwa seorang laki-laki yang menikahi seorang wanita telah menyempurnakan separuh agamanya. Hal ini menunjukkan pentingnya pernikahan dalam Islam dan

penghormatan terhadap peran istimewa perempuan dalam membentuk iman dan moralitas.

- d) Penghargaan terhadap Perempuan: Video ini menekankan pentingnya menghormati, mengapresiasi, dan memuliakan perempuan. Penghargaan ini dilihat sebagai cerminan iman dan sebagai faktor penentu bagi keberhasilan spiritual seseorang.

Secara keseluruhan, pesan video ini lebih bersifat ajaran agama, etika, dan pandangan sosial dalam Islam, dengan menekankan pentingnya penghargaan dan pemuliaan terhadap perempuan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁵⁶, video yang dibahas oleh Husain Basyaiban tentang peran istimewa perempuan dalam Islam dapat dilihat sebagai sebuah medium yang membentuk persepsi dan pandangan masyarakat terhadap nilai-nilai agama dan sosial. Video dakwah yang disebarluaskan melalui platform seperti TikTok menciptakan lingkungan media baru yang memengaruhi cara individu memahami dan menjalani ajaran agama.

McLuhan mengemukakan konsep bahwa "*the medium is the message*," yang berarti bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk pengalaman dan persepsi manusia. Dalam hal ini, video tersebut bukan hanya membawa pesan tentang peran istimewa perempuan dalam Islam, tetapi juga membentuk cara pemirsa memandang dan memahami peran tersebut melalui medium TikTok.

Penggunaan TikTok sebagai platform media menunjukkan perubahan dalam ekosistem media yang mencerminkan dinamika dan evolusi media modern. Dalam konteks ini, McLuhan akan menekankan bahwa bentuk media yang digunakan, seperti video pendek di TikTok, memainkan peran penting dalam membentuk dan meresapi pesan yang disampaikan.

Selain itu, keberadaan playlist khusus tentang "Isu Perempuan" pada akun TikTok Husain Basyaiban menunjukkan bahwa media tersebut digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan pesan dan memengaruhi opini publik terkait isu-isu

⁵⁶ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

sosial dan agama. McLuhan menyoroti bahwa media menciptakan suatu desa global, dan dalam hal ini, platform media sosial menjadi desa di mana nilai-nilai agama dan pandangan sosial dapat tersebar dan dipahami oleh khalayak yang lebih luas.

5) Tidur Setelah Sholat Subuh

Dalam video ini, Husain Basyaiban menyampaikan pesan bahwa para ulama tidak menyukai kebiasaan tidur setelah sholat subuh. Ia menyoroti waktu tersebut sebagai periode penerimaan rahmat Allah yang besar. Video ini juga menghimbau dan mengajak penonton untuk menghargai dan memanfaatkan waktu tersebut dengan baik. Pesan ini mencerminkan pentingnya waktu ibadah dan pengaruhnya pada penerimaan rahmat Allah.

Pesan yang disampaikan dalam video "Tidur Setelah Sholat Subuh" oleh Husain Basyaiban lebih cenderung terkait dengan ajaran agama, khususnya aspek ibadah (akidah) dan etika waktu dalam Islam. Beberapa poin utama yang dapat diidentifikasi:

- a) Waktu Penerimaan Rahmat Allah: Video ini menyoroti waktu setelah sholat Subuh sebagai periode di mana Allah memberikan rahmat-Nya secara khusus. Hal ini mencerminkan ajaran agama mengenai pentingnya waktu-waktu tertentu dalam sehari sebagai momen yang istimewa untuk mendekatkan diri kepada Allah.
- b) Sikap Para Ulama: Husain Basyaiban menyampaikan bahwa para ulama tidak menyukai kebiasaan tidur setelah sholat Subuh. Ini mungkin merujuk pada anjuran untuk memanfaatkan waktu tersebut dengan beribadah atau melakukan kegiatan yang bermanfaat.
- c) Penghormatan terhadap Waktu Ibadah: Pesan video ini menekankan nilai etika waktu dalam Islam, yaitu menghormati dan memanfaatkan waktu-waktu ibadah dengan sebaik-baiknya. Ini mencerminkan pandangan bahwa waktu adalah amanah yang harus dihargai dan dimanfaatkan dengan baik.

Secara keseluruhan, video ini menunjukkan bagaimana ajaran agama Islam memandang waktu, khususnya waktu setelah sholat Subuh, sebagai waktu yang penuh berkah dan menjadi peluang untuk mendapatkan rahmat Allah. Pesan ini mengajak penonton untuk memahami dan menghormati nilai waktu dalam konteks

ibadah dan spiritualitas.

Dalam konteks teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁵⁷, video ini dapat dianggap sebagai medium yang membentuk persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan terkait waktu dan ibadah. Video tersebut merupakan bagian dari ekosistem media modern, dan McLuhan akan menyoroti pengaruh medium tersebut terhadap cara individu memandang dan meresapi pesan yang disampaikan.

McLuhan menekankan bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk pengalaman dan persepsi manusia. Dalam hal ini, video tersebut diplatform media sosial, mungkin seperti TikTok atau platform serupa, menciptakan suatu lingkungan media yang memberikan dampak terhadap pemahaman dan sikap penonton terkait pesan keagamaan.

Penggunaan media sosial sebagai medium menyampaikan pesan keagamaan menunjukkan perubahan dalam ekosistem media yang mencerminkan dinamika dan evolusi media modern. McLuhan akan menyoroti bahwa bentuk media yang digunakan, dalam hal ini, video pendek di platform media sosial, memainkan peran penting dalam membentuk dan meresapi pesan keagamaan terkait waktu dan ibadah.

Selain itu, kemungkinan terdapat interaksi antara penonton dalam bentuk komentar, like, atau share, juga merupakan bagian dari ekosistem media yang McLuhan gambarkan sebagai "*global village*." Video ini tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menciptakan diskusi dan interaksi di dalam komunitas daring, menciptakan dampak yang lebih luas dalam persepsi dan pemahaman terkait waktu dan ibadah.

6) 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal

Dalam video ini, Husain Basyaiban membahas kontroversi seputar ghibah (menggosip) dalam Islam, menyebutkan 6 kondisi di mana ghibah bisa dianggap halal. Di video ini Husyain mengutip hadits Rasulullah berikut ini:

⁵⁷ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, *Media Ecology: Illuminations*, (Canadian Journal of Communication, 2013).

zalimi si A, kita sebagai pihak yang di zalimi boleh buat membeladiri.

- b) Meminta tolong agar pelaku keburukan berubah, contohnya ada orang yang melakukan tindakan tidak keburukan dan kemudian kita melaporkannya kepada orang yang punya kendali atas dirinya.
- c) Untuk meminta fatwa, seperti contohnya kita meminta fatwa kepada syekh “wahai kiai ada kondisi begini-begini si A itu begini bagaimana hukumnya” itu boleh walaupun yang lebih di anjurkan untk tidak menyebutkan namanya.



Perpustakaan UIN Mataram

- d) Untuk mentahdzir atau memperingatkan umat Islam agar menjauhi orang ini. Seperti contohnya ada orang yang membuat fatwa yang aneh yang berbicara tidak jelas tentang agama, maka kita membuat video untuk mengklarifikasi pernyataan orang tersebut maka ini termasuk ghibah yang diperbolehkan.
- e) Membicarakan orang yang terang-terangan dalam maksiatnya (tidak berlaku untuk yang sembunyi-sembunyi). Husyain menjelaskan bahwa orang yang melakukan maksiat itu ada 2 ada yang sembunyi-sembunyi dalam melakukan kemaksiatannya dan ada yang terang-terangan melakukan kemaksiatannya dia tidak malu menampilkan dosanya seperti orang melakukan zina dan menjadikannya konten dan itu dalam keadaan konsen dia sendiri maka ini tidak berdosa orang yang mengghibahi orang-orang semacam ini.
- f) Untuk mengenalkan dengan catatan tidak untuk menjelekan. Seperti contohnya si A ini adalah orang yang gemuk, lalu kita berbicara dengan si B dan kita menyebutkan “si A” namun si B bingung “si A yang mana?”, lalu kita bilang ke si B “itu lo si A yang gemuk” dalam konteks ini kita bilang “gemuk” bukan untuk menghina tapi menjelaskan karakter si A. Maka ini juga termasuk yang diperbolehkan dengan catatan tidak menjelekan.

Pesan yang disampaikan dalam video "6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal" oleh Husain Basyaiban tampaknya lebih terkait dengan ajaran agama (akidah), etika, dan pandangan hukum dalam Islam. Beberapa poin utama yang dapat diidentifikasi:

- a) Definisi Ghibah Menurut Hadits: Video ini memulai dengan merinci definisi ghibah berdasarkan hadits Rasulullah SAW, di mana ghibah diartikan sebagai membicarakan saudara tentang sesuatu yang tidak disukainya. Hal ini mencerminkan upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep ghibah dalam Islam.
- b) Kondisi Halal Ghibah: Husain Basyaiban kemudian menjelaskan enam kondisi di mana ghibah bisa dianggap halal berdasarkan pendapat Imam Nawawi. Poin-poin tersebut melibatkan situasi yang melibatkan pembelaan diri, permintaan tolong untuk perubahan, mendapatkan fatwa, peringatan umat Islam dari kemungkar, membicarakan orang yang terang-terangan dalam maksiat, dan

mengenalkan tanpa menjelekkan.

- c) Perbedaan Pemahaman: Husain Basyaiban menyoroti bahwa tidak semua pembicaraan tentang orang lain dianggap ghibah. Ia menekankan bahwa asalkan pembicaraan tersebut tidak mengandung kejelekan atau niat menjelekkan, maka hal tersebut tidak dapat disebut sebagai ghibah.
- d) Contoh Situasi Halal Ghibah: Video memberikan beberapa contoh situasi di mana ghibah dapat dianggap halal, seperti ketika seseorang sedang dizalimi, meminta tolong agar pelaku keburukan berubah, meminta fatwa, memperingatkan umat Islam, membicarakan orang yang terang-terangan dalam maksiat, dan mengenalkan tanpa menjelekkan.

Pesan video ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konteks dan kondisi di mana pembicaraan tentang orang lain tidak dianggap sebagai ghibah dalam Islam, serta memahami nuansa kompleks ajaran Islam seputar masalah ini.

Dalam konteks teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁵⁸, video ini dapat dilihat sebagai bagian dari ekosistem media modern yang memengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan. Video tersebut sebagai medium memiliki peran dalam membentuk cara individu memandang dan menginterpretasikan konsep ghibah dalam Islam.

McLuhan menekankan bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk cara kita memahami dunia. Dalam hal ini, medium video di platform media sosial digunakan untuk mendiskusikan nuansa kompleks ajaran Islam seputar ghibah. Kehadiran video di media sosial menciptakan lingkungan di mana interaksi dan diskusi dapat terjadi, menciptakan dampak yang lebih luas dalam pemahaman masyarakat terhadap kontroversi seputar ghibah.

Penggunaan media sosial sebagai medium menyampaikan pesan keagamaan mencerminkan perubahan dalam ekosistem media modern, yang mencakup interaksi dan partisipasi aktif dari masyarakat. McLuhan dapat mengidentifikasi bahwa pesan tentang ghibah tidak hanya terkait dengan isi pesan itu sendiri, tetapi juga dengan

⁵⁸ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, *Media Ecology: Illuminations*, (Canadian Journal of Communication, 2013).

interaksi dan respons dari komunitas daring, yang menjadi bagian dari apa yang disebutnya sebagai "*global village*."

Dengan merelasikan konten video ke teori ekologi media McLuhan, kita dapat memahami bahwa medium dan ekosistem media tempat video tersebar memiliki peran kritis dalam membentuk persepsi dan respons terhadap ajaran agama, seperti konsep ghibah dalam Islam.

b. Tiktok Sebagai Media Dakwah

Berdasarkan data diatas mengenai konten-konten TikTok dari Husain Basyaiban, kita dapat melihat beberapa pola dan tema yang muncul, serta menganalisis potensi pengaruhnya menggunakan perspektif teori ekologi media dari Marshall McLuhan⁵⁹ sebagai berikut:

1) Konten Multifaset:

Husain Basyaiban menghasilkan konten yang sangat beragam, mencakup topik-topik seperti hukum Islam, konsep Husnuzon, peran perempuan dalam Islam, hubungan sosial, dan tafsir ayat-ayat Al-Qur'an. Keanekaragaman ini mencerminkan sifat media sosial yang memungkinkan para kreator konten untuk mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan dan keislaman.

2) Gaya Komunikasi Kreatif:

Husain Basyaiban memanfaatkan format video pendek TikTok dengan gaya komunikasi yang kreatif. Penggunaan tafsir ayat Al-Qur'an, cerita inspiratif, dan ilustrasi visual dapat meningkatkan daya tarik konten dan memudahkan penyerapan informasi oleh audiens.

3) Interaktivitas dan Keterlibatan Pengikut:

TikTok memungkinkan interaksi langsung antara kreator dan pengikut. Husain Basyaiban sering berinteraksi dengan komentar pengikut, menciptakan keterlibatan yang lebih erat dan responsif. Ini menciptakan lingkungan komunikatif yang aktif dan responsif.

⁵⁹ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

4) Penekanan pada Etika dan Nilai Islam:

Konten-konten tersebut membahas nilai-nilai etika dan ajaran Islam. Diskusi tentang hukum menikahi sepupu, husnuzon kepada Allah, peran perempuan dalam Islam, dan nasihat tentang hubungan sosial menunjukkan upaya untuk membangun kesadaran dan pemahaman Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari.

5) Penggunaan Ayat Al-Qur'an Sebagai Acuan:

Husain Basyaiban menggunakan ayat-ayat Al-Qur'an sebagai referensi dalam beberapa kontennya. Ini menciptakan otoritas dan dasar yang kuat untuk pesan-pesan yang disampaikan. Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an juga dapat memengaruhi audiens secara spiritual.

6) Penggunaan Bahasa Lokal dan Universal:

Konten-konten tersebut menggunakan bahasa Indonesia dan Arab, menciptakan keseimbangan antara bahasa lokal dan bahasa universal dalam menyampaikan pesan. Hal ini memungkinkan audiens dari berbagai latar belakang untuk memahami dan mengapresiasi kontennya.

7) Penekanan pada Kesetaraan dan Penghargaan Terhadap Perempuan:

Video tentang peran istimewa perempuan dalam Islam dan penekanan pada penghargaan terhadap perempuan menunjukkan usaha untuk menyampaikan pesan keadilan dan kesetaraan gender dalam konteks agama.

Dengan melihat karakteristik ini, kita dapat mengatakan bahwa Husain Basyaiban berhasil menciptakan ekosistem komunikasi yang beragam dan responsif di TikTok. Kontennya mencerminkan pendekatan yang holistik terhadap ajaran Islam, dan gaya komunikasinya yang kreatif memanfaatkan medium dengan efektif. Pendekatan ini sejalan dengan konsep ekologi media McLuhan yang mengakui interaksi kompleks antara medium, pesan, pembuat konten, dan audiens.

BAB III

RESPON KONTEN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN '@kadamsidik00' BAGI PENGIKUT DAN PENONTONNYA

A. Data dan Temuan

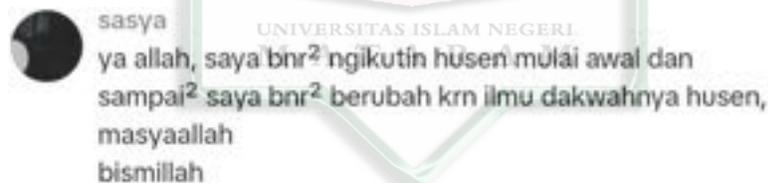
1. Pemahaman dan Ketaqwaan:

Pengikut dan penonton Husain Basyaiban cenderung dapat memahami lebih mendalam tentang ajaran Islam, hukum syariah, dan konsep-konsep keislaman melalui kontennya. Berikut beberapa contoh temuan dari respon para pengikut dan penonton konten Husain Basyaiban:



⁶⁰ Gambar 3.1

- @dindajly_05: makasih banyak kak ilmunya aku jadi lebih tahu banyak lagi tentang ilmu islam



⁶¹ Gambar 3.2

- @sasya: ya allah, saya bnr2 ngikutin husen mulai awal dan sampai2 saya bnr2 berubah krna ilmu dakwahnya husen, masyaallah, bismillah.

2. Sikap dan Etika:

Kebanyakan konten Husain Basyaiban menyoroti pesan-pesan etika, moralitas, dan kesadaran sosial dalam Islam. Pengikut cenderung menginternalisasi nilai-nilai etika yang disampaikan, seperti husnuzon, sikap berprasangka baik kepada Allah, dan nasihat tentang hubungan sosial, sehingga membentuk sikap dan perilaku yang lebih positif. Berikut contoh temuan dari respon para pengikut dan penonton konten Husain Basyaiban:

⁶⁰ Basyaiban, 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan.

⁶¹ Basyaiban, Husnudzan Kepada Allah.

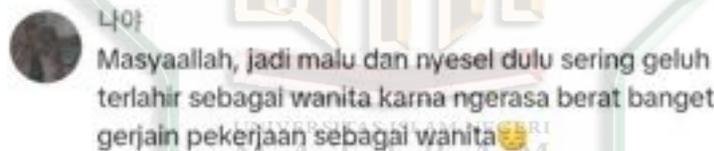


⁶² Gambar 3.3

- @fadhiaaaaa: Intinya Setiap Allah memberikan kita kesulitan maka Allah juga akan memberikan kemudahan.

3. Kesadaran Gender:

Konten Husain Basyaiban yang membahas peran istimewa perempuan dalam Islam memberikan kontribusi pada kesadaran gender. Pengikut dapat mengalami perubahan dalam persepsi terhadap peran perempuan dalam masyarakat dan agama. Pemahaman bahwa perempuan memiliki peran penting dalam membentuk iman dan moralitas dapat memengaruhi pola pikir. Berikut beberapa contoh temuan dari respon para pengikut dan penonton konten Husain Basyaiban:



⁶³ Gambar 3.4

- @나야: Masyaallah, jadi malu dan nyesel dulu sering geluh terlahir sebagai wanita karna ngerasa berat banget gerjain pekerjaan sebagai wanita



⁶⁴ Gambar 3.5

- @unknown: kekmna mau didik saudara perempuanku dia aja dibawa mamaku pergi, jdi dia ngikut agamanya mamaku aku jdi bingung mau didik kekmna

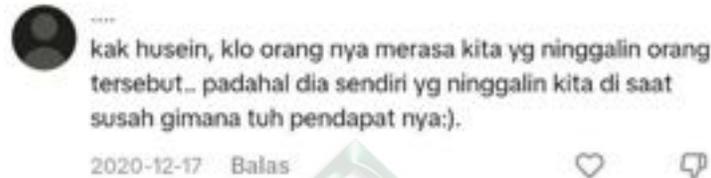
⁶² Basyaiban. Husnudzan Kepada Allah.

⁶³ Basyaiban, Wanita Dalam Islam.

⁶⁴ Basyaiban. Wanita Dalam Islam.

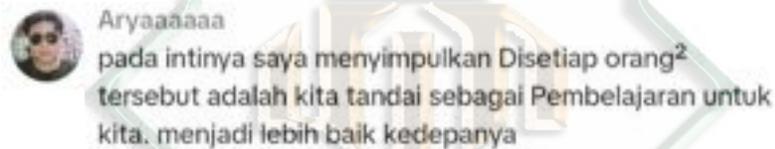
4. Hubungan Sosial:

Konten yang membahas tiga tipe orang yang tidak boleh dilupakan memberikan dampak pada hubungan sosial pengikut. Terdapat bukti kesadaran tentang pentingnya menjaga hubungan yang positif dan menghindari pengaruh negatif dalam kehidupan sehari-hari. Berikut beberapa contoh temuan dari respon para pengikut dan penonton konten Husain Basyaiban:



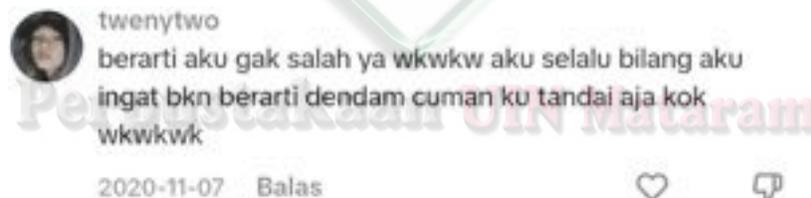
⁶⁵ Gambar 3.6

- @....: kak husein, klo orang nya merasa kita yg ninggalin orang tersebut.. padahal dia sendiri yg ninggalin kita di saat susah gimana tuh pendapat nya:).



⁶⁶ Gambar 3.7

- @Aryaaaaaa: pada intinya saya menyimpulkan Disetiap orang² tersebut adalah kita tandai sebagai Pembelajaran untuk kita. menjadi lebih baik kedepannya.



⁶⁷ Gambar 3.8

- @Twentytwo: berarti aku gak salah ya wkwkw aku selalu bilang aku ingat bkn berarti dendam cuman ku tandai aja kok wkwkwk

5. Persepsi Terhadap Ghibah:

Melalui penjelasan kondisi-kondisi di mana ghibah dianggap halal, Husain Basyaiban memberikan pemahaman yang lebih nuansawan terhadap konsep ghibah.

⁶⁵ Basyaiban, 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan.

⁶⁶ Basyaiban, 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan

⁶⁷ Basyaiban, 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan

Pengikut menjadi lebih bijak dalam menilai pembicaraan tentang orang lain, mengakui bahwa tidak semua pembicaraan dianggap ghibah jika tidak mengandung unsur kejelekan atau niat menjelekan. Berikut beberapa contoh temuan dari respon para pengikut dan penonton konten Husain Basyaiban:



⁶⁸ Gambar 3.9

- @billabonggg: terimakasih kak, aslinya saya agak lemot tapi krn dijelaskan beserta contohnya, jadi mudah dipahami



⁶⁹ Gambar 3.10

- @jjeasss: @ralphfiennesguev_ ghibah yang kita lakukan ternyata halal



⁷⁰ Gambar 3.11

- @a: @thaharaadzanialhamdulillah kita ghibah halal

⁶⁸ Basyaiban, 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal.

⁶⁹ Basyaiban, 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal.

⁷⁰ Basyaiban, 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal.



⁷¹ Gambar 3.12

- @kwashilah: Salah satu poin ghibah yg real terjadi di ana. Insyallah niatnya bukan ghibah kok

B. Analisis dan Pembahasan

Teori ekologi media oleh Marshall McLuhan⁷² menekankan peran media dalam membentuk persepsi dan pengalaman manusia, serta bagaimana media menciptakan lingkungan komunikasi yang memengaruhi individu dan masyarakat. Dalam konteks dakwah Husain Basyaiban, dapat di terapkan beberapa konsep teori ekologi media McLuhan:

1. Pemahaman dan Ketaqwaan:

Pemahaman dan ketaqwaan yang ditemukan dalam respon para pengikut dan penonton terhadap konten TikTok Husain Basyaiban dapat dihubungkan dengan teori ekologi media oleh McLuhan⁷³ Menurut teori tersebut, media berperan sebagai perpanjangan manusia dan dapat mengubah cara kita memandang dan berinteraksi dengan dunia.

Dalam hal ini, konten TikTok Husain Basyaiban berfungsi sebagai media yang memberikan perpanjangan dalam menyebarkan ajaran Islam dan ilmu dakwah. Para pengikut yang menyampaikan rasa terima kasih dan perubahan dalam pemahaman menunjukkan bagaimana konten tersebut menjadi perantara yang efektif dalam menyampaikan informasi keagamaan. McLuhan mengemukakan bahwa media bukan hanya sarana untuk mengantarkan pesan, tetapi juga dapat membentuk cara pandang dan pemahaman masyarakat terhadap suatu topik.

Respon dari @dindajly_05 yang menyatakan "makasih banyak kak ilmunya aku jadi lebih tahu banyak lagi tentang ilmu Islam" mencerminkan bagaimana konten media sosial seperti TikTok dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan individu tentang ajaran Islam. Begitu pula, respon dari @sasya yang menyatakan bahwa dia berubah karena ilmu dakwah Husain Basyaiban mencerminkan dampak perubahan pandangan atau sikap yang dapat dipicu oleh pengaruh media.

⁷¹ Basyaiban. 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal.

⁷² Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013)

⁷³ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

Dengan demikian, respon tersebut mencerminkan peran konten TikTok sebagai medium yang memperluas pemahaman dan ketaqwaan, sejalan dengan konsep perpanjangan manusia dalam teori ekologi media McLuhan.

2. Sikap dan Etika:

Pengaruh konten TikTok Husain Basyaiban terhadap sikap dan etika, seperti yang tercermin dalam respon pengikut seperti @fadhiaaaaa yang menyatakan "Intinya Setiap Allah memberikan kita kesulitan maka Allah juga akan memberikan kemudahan," dapat dihubungkan dengan teori ekologi media oleh McLuhan⁷⁴ Menurut teori ini, media bukan hanya untuk mengantarkan pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk sikap, nilai, dan etika individu serta masyarakat secara lebih luas.

Dalam konteks ini, konten TikTok Husain Basyaiban dapat dianggap sebagai medium yang memperluas pemahaman nilai-nilai etika dan moral dalam Islam. Respon tersebut mencerminkan adanya pemahaman terhadap ajaran agama, khususnya mengenai ketahanan dalam menghadapi kesulitan dan kepercayaan akan pertolongan Allah. Hal ini sesuai dengan konsep McLuhan bahwa media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat.

Pesan dari respon tersebut mencerminkan bahwa konten TikTok Husain Basyaiban mampu menciptakan dampak positif dalam membentuk sikap dan etika, sejalan dengan prinsip-prinsip keagamaan yang disampaikan. Dengan begitu, teori ekologi media McLuhan dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana media, dalam hal ini TikTok, dapat memengaruhi dan membentuk nilai-nilai, sikap, dan etika individu melalui penyampaian pesan moral dan keagamaan.

3. Kesadaran Gender:

Respon dari pengikut Husain Basyaiban yang menyatakan "Masyaallah, jadi malu dan nyesel dulu sering geluh terlahir sebagai wanita karna ngerasa berat banget gerjain pekerjaan sebagai wanita" (@L10f) dan "kekmna mau didik saudara perempuanku dia aja dibawa mamaku pergi, jdi dia ngikut agamanya mamaku aku jdi bingung mau didik kekmna" (@unknown) mencerminkan pengaruh konten tersebut terhadap perkembangan kesadaran gender.

Dalam teori ekologi media McLuhan⁷⁵, media tidak hanya sebagai penyampai pesan tetapi juga membentuk persepsi dan pola pikir masyarakat. Dalam hal ini, konten TikTok Husain Basyaiban yang membahas peran istimewa perempuan dalam Islam dapat dianggap sebagai medium yang ikut berkontribusi pada perkembangan kesadaran gender. Respon dari pengikut mencerminkan perubahan pemahaman terhadap peran perempuan dan penyesuaian sikap terhadap ajaran agama.

⁷⁴ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

⁷⁵ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

Melalui kontennya, Husain Basyaiban membawa pesan-pesan tentang pentingnya menghormati dan mengapresiasi peran perempuan dalam Islam. Respon dari pengikut tersebut mencerminkan adanya perubahan persepsi terhadap peran perempuan, baik dalam pekerjaan maupun dalam pengambilan keputusan keluarga. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa konten TikTok Husain Basyaiban memainkan peran dalam membentuk kesadaran gender melalui mediumnya, yang sesuai dengan teori ekologi media McLuhan.

4. Hubungan Sosial:

Respon dari pengikut Husain Basyaiban yang menyatakan "kak husein, klo orang nya merasa kita yg ninggalin orang tersebut.. padahal dia sendiri yg ninggalin kita di saat susah gimana tuh pendapat nya:)" (@....), "pada intinya saya menyimpulkan Disetiap orang2 tersebut adalah kita tandai sebagai Pembelajaran untuk kita. menjadi lebih baik kedepannya" (@Aryaaaaaa), dan "berarti aku gak salah ya wkwkw aku selalu bilang aku ingat bkn berarti dendam cuman ku tandai aja kok wkwkwk" (@Twentytwo) mencerminkan pengaruh konten tersebut terhadap hubungan sosial.

Dalam teori ekologi media McLuhan⁷⁶, media memiliki peran dalam membentuk dan memengaruhi hubungan sosial. Melalui kontennya, Husain Basyaiban membawa pesan-pesan tentang pentingnya menjaga hubungan yang positif dan hati-hati dalam pergaulan untuk menciptakan lingkungan sosial yang sehat. Respon dari pengikut tersebut mencerminkan perubahan dalam cara mereka memandang hubungan sosial, termasuk pemahaman bahwa setiap orang dan pengalaman merupakan pembelajaran untuk menjadi lebih baik ke depannya.

Respon tersebut juga mencerminkan pemahaman bahwa tanda atau ingatan terhadap orang tertentu tidak selalu berarti dendam, melainkan sebagai pembelajaran atau pengingat untuk menjadi lebih baik. Hal ini mencerminkan adanya perubahan sikap dan pandangan terhadap hubungan sosial yang dapat diatributkan kepada pengaruh konten Husain Basyaiban. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa konten TikTok Husain Basyaiban memainkan peran dalam membentuk dan memengaruhi hubungan sosial melalui mediumnya, sesuai dengan teori ekologi media McLuhan.

5. Persepsi Terhadap Ghibah:

Respon dari pengikut seperti "terimakasih kak, aslinya saya agak lemot tapi krn dijelaskan beserta contohnya, jadi mudah dipahami" (@billabonggg), "@alphfiennesguev_ ghibah yang kita lakukan ternyata halal" (@jjeasss), "@thaharaadzania Alhamdulillah kita ghibah halal" (@a), dan "Salah satu poin ghibah yg real terjadi di ana. InsyaAllah niatnya bukan ghibah kok" (@kwashilah) mencerminkan perubahan persepsi terhadap konsep ghibah setelah melihat konten Husain Basyaiban.

⁷⁶ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, *Media Ecology: Illuminations*, (Canadian Journal of Communication, 2013).

Dalam teori ekologi media McLuhan⁷⁷, media memengaruhi persepsi dan pemahaman manusia terhadap berbagai isu. Melalui kontennya, Husain Basyaiban memberikan penjelasan yang lebih nuansawan tentang konsep ghibah, sehingga pengikutnya dapat memiliki pemahaman yang lebih baik. Respon pengikut yang menyatakan bahwa ghibah yang mereka lakukan ternyata halal mencerminkan bagaimana media, dalam hal ini konten TikTok, memengaruhi persepsi dan pemahaman mereka terhadap suatu konsep.

Konten ini memberikan pengaruh dalam menyaring informasi dan memahami konteks di balik suatu pernyataan atau tindakan. Oleh karena itu, melalui medium TikTok, Husain Basyaiban berhasil membentuk dan memengaruhi persepsi pengikutnya terhadap konsep ghibah, sejalan dengan teori ekologi media McLuhan.



Perpustakaan UIN Mataram

⁷⁷ Eric, McLuhan dan Peter Zhang, Media Ecology: Illuminations, (Canadian Journal of Communication, 2013).

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui proses peneliti mengumpulkan informasi tentang subjek penelitian dengan menggunakan konsep umum dan deskripsi tertulis dalam konteks alami tertentu dan menggunakan berbagai metode ilmiah Selanjutnya dilakukan analisis terhadap data yang terkumpul, maka pada bab ini peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok "@kadamsidik00" mengikuti Teori Ekologi Media dari McLuhan. Dalam kontennya, Husain secara informatif dan edukatif menyampaikan ajaran Islam, membahas topik mulai dari hukum menikahi sepupu hingga peran perempuan dalam Islam. Kesimpulan utama dari enam konten video dalam akun TikTok Husain Basyaiban mencerminkan pendekatan yang menyeluruh terhadap dakwah Islam melalui media sosial. Video-video tersebut menyoroti berbagai aspek kehidupan sehari-hari dalam konteks ajaran agama Islam, seperti Akidah dan Akhlak, yang mana bermaksud merujuk pada keyakinan atau kepercayaan dasar dalam Islam dan merujuk pada etika atau perilaku yang baik. Selain itu, Husain Basyaiban juga membahas topik-topik lain, termasuk pernikahan, nilai-nilai moral, etika waktu, peran perempuan, dan konsep ghibah. Dalam konteks hukum syariah Islam, menikahi sepupu secara prinsip diperbolehkan, dan hukumnya adalah mubah atau diperbolehkan. Meskipun tidak ada larangan eksplisit dalam Al-Qur'an atau hadis, keputusan untuk menikahi sepupu tetap harus memperhatikan nilai-nilai akhlak dan etika Islam, serta mematuhi hukum-hukum pernikahan yang berlaku dalam masyarakat. Husain Basyaiban tidak hanya menyampaikan pesan agama secara edukatif tetapi juga mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dengan menggunakan platform TikTok. Pendekatan dakwahnya mencakup ajaran agama, etika, dan pandangan sosial, serta mengajak penonton untuk memahami dan menginternalisasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan medium media sosial, Husain Basyaiban menciptakan ruang diskusi dan interaksi dalam desa global digital, mencerminkan perubahan dalam ekosistem media modern dan peran pentingnya dalam menyebarkan pesan dakwah ke seluruh dunia.

2. Dalam respon para pengikut terhadap konten dakwah Husain Basyaiban di TikTok, terlihat dominan terisi dengan respon positif dan banyak juga pertanyaan dan dialog yang berlanjut dalam berbagai aspek kehidupan seperti tata kerama, etika, sifat, dan hubungan sosial. Respon positif, seperti ungkapan terima kasih dan perubahan sikap, mencerminkan dampak positif dari konten tersebut. Teori ekologi media McLuhan memperkuat pemahaman ini, menegaskan bahwa media, dalam hal ini TikTok, berfungsi sebagai perpanjangan manusia yang membentuk pola pikir dan interaksi sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa respon para penonton dan pengikut mencerminkan efektivitas konten TikTok Husain Basyaiban dalam membentuk budaya dan nilai-nilai masyarakat, sejalan dengan prinsip-prinsip teori ekologi media.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan, terdapat beberapa saran untuk penelitian kedepannya terkait dengan tema yang serupa:

1. Para generasi muda, khususnya para penonton konten, dapat lebih aktif terlibat dalam diskusi dan komunitas online terkait ajaran agama. Berpartisipasi secara aktif dapat memperkaya pemahaman dan mendukung penyebaran nilai-nilai positif. Selain itu, meskipun merespon positif terhadap konten, penting untuk tetap mempertahankan sikap kritis dan berpikir kritis terhadap informasi yang diterima. Ini akan membantu pengembangan pemahaman yang lebih mendalam.
2. Para konten kreator yang mengangkat topik-topik tentang agama lainnya dapat terus mengembangkan konten yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan audiens. Perhatikan tren dan isu-isu yang aktual untuk mempertahankan daya tarik dan dampak positif. Selain itu, dalam menyampaikan pesan, pertimbangkan untuk mencakup berbagai isu dan pandangan yang dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik kepada audiens. Ini dapat memperkaya wawasan dan mendukung inklusivitas. Kolaborasi dengan tokoh-tokoh agama atau konten kreator lain dapat memperluas jangkauan dan pengaruh positif. Kerjasama dapat membawa perspektif yang berbeda dan menciptakan konten yang lebih beragam.
3. Penelitian selanjutnya dapat lebih mendalam dalam mengeksplorasi dampak jangka panjang dari konten dakwah di media sosial terhadap perubahan sosial dan perkembangan nilai-nilai masyarakat. Studi perbandingan antara platform media sosial

lainnya juga dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana setiap platform memengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat terkait ajaran agama. Penelitian selanjutnya juga dapat lebih difokuskan pada analisis dampak sosial dan budaya konten dakwah di media sosial, termasuk bagaimana nilai-nilai tersebut memengaruhi norma-norma masyarakat dan budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, H Zainuddin. Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia. (Sinar Grafika, 2022).
- Amin, H Samsul Munir. *Ilmu akhlak*. (Amzah, 2022).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan praktik*. Jakarta: (Rinneka Cipta, 2010).
- Langgulong, Hasan. *Pendidikan Islam dalam abad ke 21*. Jakarta, (Pustaka Al-Husna Baru, 2003).
- Lasswell, Harold D. *The structure and function of communication in society. The communication of ideas*, 1948.
- Eriyanto. *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. (Kencana Prenada Media Group, 2011).
- McQuail, Denis. *Mass communication theory: An introduction*. (Sage Publications, Inc, 1987).
- Qaradhawi, Yusuf Al. *Fatwa-Fatwa Kontemporer 3*. (Gema Insani, 1995).
- Wijana, I Dewa Putu, Suhandono, Adi Sutrisno, Y Tri Mastoyo Jati Kesuma, Sajarwa, Tatang Hariri, dan Hendrokumoro. (Metode Penelitian Bahasa, 2021).
- Wijaya, Hengki. *ANALISIS DATA KUALITATIF: sebuah tinjauan teori & praktik*. (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).
- Priadana, M Sidik, dan Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Pascal Books, 2021).

Jurnal dan Skripsi:

- Ananda, Rizki. *Metode Dakwah Youtube Habib Husein Jafar Terhadap Religiusitas Remaja Gampong Beurawe Kota Banda Aceh*. (UIN Ar-Raniry Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2023).
- Bachtiar, M Anis. *Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer*. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Communication)*, 2013).
- Baidowi, Achmad, dan Moh Salehudin. *Strategi dakwah di era new normal*. (*Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2021).
- Bimantara, Yoga Satya. *Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun@Sinarkehidupan_16*, 2022.
[http://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/1/YOGA SATYA BIMATARA.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/1/YOGA%20SATYA%20BIMATARA.pdf).
- Efendi, Erwan, Muhammad Raefaldhi, dan M Salman Al Farisi. *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Berdakwah*. (*Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2024).

- Fauziah, Yuliani Resti. Konsep Diri Remaja Penggunaan Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Di Lingkungan Pergaulannya). (Universitas Komputer Indonesia, 2019).
- Febriana, Ayu. Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah ; Studi Kasus Ustad Syam , Di Akun @syam_elmarusy. (Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah 2021).
<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.
- Fitriani, Yuni. Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. (Paradigma ,2017).
- Hayati, Dinda Rizky. Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. *Skripsi*, 2021.
http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/SKRIPSI_DINDA_RIZKY_HAYATI_1717102009.pdf.
- Husna, Nihayatul. Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. (Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah, 2021).
- Indonesia, Kamus Besar Bahasa. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta: (Pusat Bahasa, 2008).
- Jayanata, Gustafian. Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2021).
- Latief, Muh Nur. Dakwah dalam Perspektif Media Sosial. (Jurnal Jurnalisa, 2018).
- McLuhan, Eric, dan Peter Zhang. Media Ecology: Illuminations. (Canadian Journal of Communication, 2013).
- Muzaqi, Achmad Hilmi. Pesan Dakwah Abdul Somad tentang Generasi Rabbani Masa kini di media sosial YouTube: Analisis Framing Gamson dan Modigliani. (IAIN Purwokerto, 2020).
- Nasrullah, Rulli. Etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet. (Simbiosis Rekatama Media, 2017).
- Nurmala, Meilla Dwi, Stevany vany Afrizal, dan Tubagus Umar Wibowo. Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. (Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika, 2022).
- Palupi, Rismaka, Umi Istiqomah, Fella Vidia Fravisdha, Nur Lail Septiana, dan Ailyn Maharung Sarapil. Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. (*Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 2021).
- Pengerahan, Seputar. Pengertian Media Sosial, Karakteristik, Fungsi, Jenis & Dampaknya. Retrieved Juli 29 (2018): 2020.
- Penyusun, Tim. Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram Tahun Akademik 2023/2024, 2023.
- Pratiwi, Clara Sinta. Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital Oleh. (*JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2022).
- Qonita, dan Wahyu Wibowo. Pengaruh *Perceived Popularity* Dan *Perceived Purchase Intention* Melalui *Attitude Towards Live Streaming* (Studi Kasus Pada Produk Kecantikan Lokal), 2023.
- Robert C. Bogdan & Sari Knopp Biklen. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methode*, 1982.
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, dan Nurul Ainun. Komunikasi dan

- media sosial. (*Jurnal The Messenge* , 2018).
- Satria, Budi satria, Jumiyati, Pipir Romadi, dan Riski Alwi,S.Sy.,MH. Youth, Da'wah and TikTok: A Case Study of Husain Basyaiban. 2023. <https://doi.org/10.58794/jim.v1i2.496>.
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, dan Meity Suryandari. Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>.
- Sodikin, R Abuy. Konsep agama dan islam. *Al Qalam*, 2003.
- Soejono, Abdurrahman, dan H Abdurrahman. Metode penelitian suatu pemikiran dan penerapan. (Jakarta: Rineka Cipta, 1999).
- Wibowo, Adi. Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. (*Jurnal Islam Nusantara*, 2019).

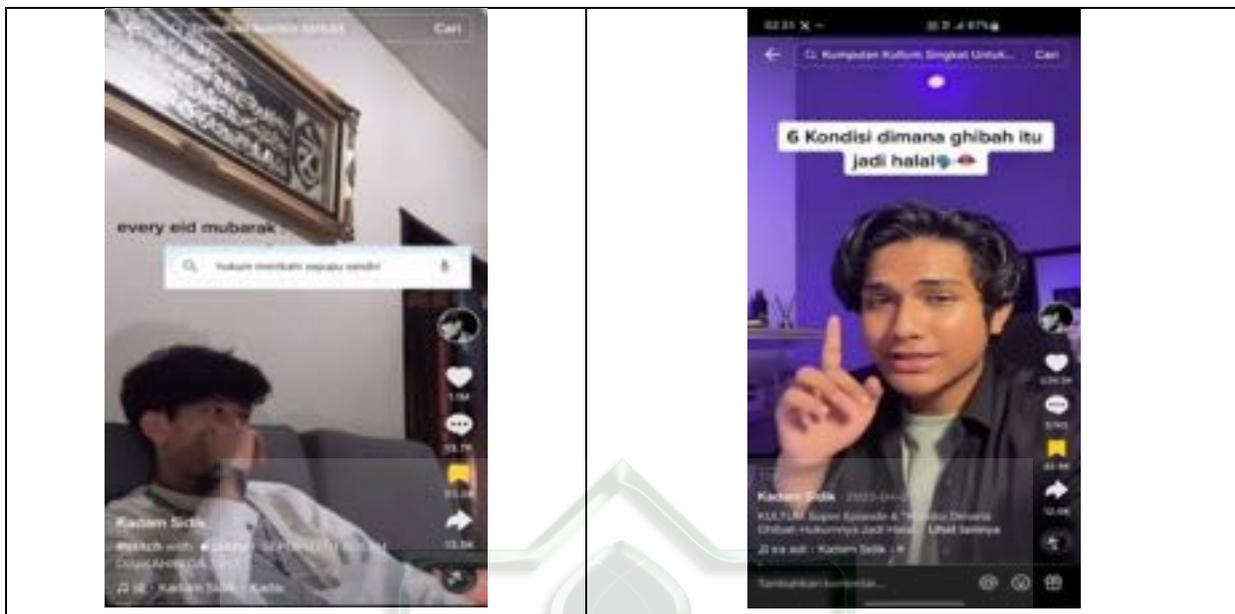
Website dan Aplikasi:

- Basyaiban, Husain. 3 Tipe Manusia Yang Gaboleh Kamu Lupakan. 2020.
- . 6 Kondisi Dimana Ghibah Menjadi Halal. 2022.
- . Hukum Menikahi Sepupu. 2021.
- . Husnudzan Kepada Allah. 2021.
- . Tidur Setelah Shalat Subuh. 2022.
- . Wanita Dalam Islam. 2020.
- Statista. 2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta. katadata.co.id, 2022, 1. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/2022-pengguna-media-sosial-indonesia-mencapai-125-juta>.
- Ptkomunikasi. Pengertian Media Sosial, Peran serta Fungsinya. *media social*, 2012. <https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/>.

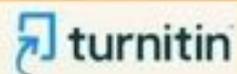
LAMPIRAN
LAMPIRAN DOKUMENTASI KONTEN
PADA PLATFORM TIKTOK '@kadamsidik00'



Perpustakaan UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate

No.3810/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/01/2024

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

HUMAYRA

190301095

FDIK/KPI

Dengan Judul SKRIPSI

ANALISIS PESAN PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK AKUN

"@KADAMSIDIK00"

SKRIPSI Tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 13 %

Submission Date : 19/01/2024



UPT Perpustakaan
UIN Mataram
Siti Nurriawaty, M.Hum
NIP. 197608282006042001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Sertifikat Bebas Pinjam

No.3456/Un.12/Perpus/sertifikat/BP/01/2024

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

HUMAYRA
190301095

FDIK/KPI

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jln. Gajah Mada No. 100 Jemberang Mataram NTB
Web: www.uinmataram.ac.id Email: info@uinmataram.ac.id

Nomor : 1172/Un.12/PP.00.9/FDIK/ R./2023 Mataram, 1 Desember 2023
Lampiran : 1 (Satu) Berkas Proposal
Hal : Permohonan Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth.
Kepala BANGKESBANGPOL MATARAM NTB
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Kami mohon kesediaan Bapak untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa di bawah ini :

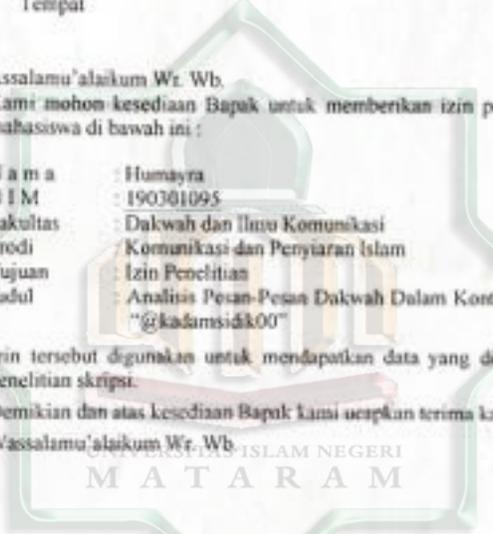
Nama : Humayra
NIM : 190301095
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tujuan : Izin Penelitian
Judul : Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Akun
"@kadamsiddk00"

Izin tersebut digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian skripsi.

Demikian dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan  Mataram



Dr. Muhammad Saleh, MA.
NIP. 19720912199803 1 001



PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI

Jalan Pendidikan Nomor 2 Tlp. (0370) 7565130 Fax. (0370) 7565130
 Email: sekretariat@kbbpnbtprov.go.id Website: <http://kbbpnbtprov.go.id>
 MATARAM Kode pos 83125

REKOMENDASI PENELITIAN
 NOMOR : 070 / 753 / 1178 / SKBPNB / 2024

1. Dasar :
 - a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
 - b. Surat Dan Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikas Universitas Islam Negeri Mataram
 Nomor : 1172/Un.12/PP.30/SFOK/120223
 Tanggal : 1 Desember 2023
 Perihal : Permohonan Rekomendasi Penelitian
2. Merimbang :
 Setelah mempelajari Proposal Survei/Rencana Kegiatan Penelitian yang diajukan, maka dapat diberikan Rekomendasi Penelitian kepada:

Nama	HUBAYRA
Alamat	Dusun Pajak Kati/Dasa, Genggong, Kec. Genggong Kab. Lombok Utara No Identitas 5208027112990053 No Tlpn. 081237056239
Pekerjaan	Mahasiswa Jurusan Komunikasi Pendidikan Islam
Bidang/Judul	ANALISIS PESAN - PESAN DAKWAH MUSLIM BASTYRIAN DALAM KONTEN TIKTOK AKUN "@kadamsidik00"
Lokasi	Platform Tiktok
Jumlah Peserta	1 (Satu) Orang
Lamanya	Desember 2023- Januari 2024
Status Penelitian	Baru
3. Hal-hal yang harus ditaati oleh Peneliti :
 Sebelum melakukan Kegiatan Penelitian agar melaporkan ketidangan kepada Bupati/Walikota atau Pejabat yang ditunjuk:
 - a. Penelitian yang dilakukan harus sesuai dengan judul beserta data dan berkas pada Surat Permohonan dan apabila melanggar ketentuan, maka Rekomendasi Penelitian akan dicabut sementara dan menghentikan segala kegiatan penelitian,
 - b. Peneliti harus menaati ketentuan Peraturan-Undangun, norma-norma dan adat istiadat yang berlaku dan penelitian yang dilakukan tidak menimbulkan keresahan di masyarakat, disintegrasi Bangsa atau keruhian NKRI Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian telah berakhir, se-fondkan pelaksanaan Kegiatan Penelitian tersebut belum selesai maka Peneliti harus mengajukan perpanjangan Rekomendasi Penelitian
 - c. Melaporkan hasil Kegiatan Penelitian kepada Gubernur Nusa Tenggara Barat melalui Kepala Dakerbang/ditragi Provinsi Nusa Tenggara Barat.
 Demikian Surat Rekomendasi Penelitian ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 MATARAM

Mataram, 17 Januari 2024
 AN KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI PROVINSI NTB
 [Stamp: BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI PROVINSI NTB, KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI, NIP. 1960104 199412 1 004]

Perpustakaan Universitas Mataram

- Tembusan disampaikan kepada Yth:
1. Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Provinsi NTB di Tempat
 2. Yang bersangkutan,
 3. Arsip.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Gajah Mada No. 100 Jempang Mataram NTB
Web: <http://uim-mataram.ac.id> Email: fdk@uim-mataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Humayra

Pembimbing I : Dr. Abdul Malik, M.Ag., M.Pd

NIM : 190301095

Pembimbing II : Athik Hidayatul Ummah, M.Si

NO	HARI/TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	20/11/2023	Sistematisa penulisan Fokus penelitian, metode penelitian	
2	22/11/2023	Ruditan sistematisa penulisan dampak negatif dan positif dari akun tersebut	
3	10/12/2023	Cobakan baru objek penelitian. Pesan dakwah, data, analisis	
4	30/11/2023	ACC BAB I	
5	14/12/2023	Sistematisa Ruditan, Forobasi teori, dengan data	
6	18/12/2023	ACC SKRIPSI	
7			
8			
9			

Judul Skripsi : Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten TikTok Akun "@kadamsidik0"

Mataram, 1 Desember 2023

Mesgetahui
Dekan,

Dr. Muhamad Saleh Ending, MA
NIP. 197209121998031001

Pembimbing II,

Athik Hidayatul Ummah, M.Si
NIP. 198801132019032013

Catatan :

* Nama, NIM, Pembimbing dan judul Skripsi yang diketik berdasarkan berita acara seminar (judul yang direkomendasikan pembimbing) diketik rapi dan diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk dicek/tefti dan ditandatangani setelah diparaf oleh bagian akademik dan distempel



KARTU KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Humayra
NIM : 190301095

Pembimbing I : Dr. Abdul Malik, M.Ag., M.Pd
Pembimbing II : Athik Hidayatul Ummah, M.Si

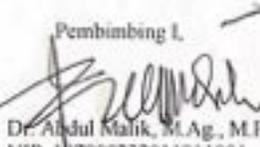
NO	HARI/TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	06/12/23	Judul, dan pada poin hard, yang am.	f.
2	07/12/23	Judul, metode, dan poin	f.
3	07/12/23	see	
4	10/12/23	Diperbaiki = 10 poin	
5			
6			
7			
8			
9			

Judul Skripsi : Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Konten Tektok Akun "@kadamsidik00"

Mataram, 1 Desember 2023

Mengetahui
Dekan,

Dr. Muhamad Saleh Ehding, MA
NIP. 197209121998031001

Pembimbing I,

Dr. Abdul Malik, M.Ag., M.Pd
NIP. 197909232011011004

Catatan:

* Nama, NIM, Pembimbing dan judul Skripsi yang diketik berdasarkan berita acara seminar (judul yang direkomendasikan pembimbing) diketik rapi dan diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk dicek/teksi dan ditandatangani setelah diparaf oleh bagian akademik dan distempel