



Analisis Isi Pesan Dakwah Da'i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok

Sintia Putri Andani, Parihat Kamil*

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 5/10/2023

Revised : 6/12/2023

Published : 21/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 69 - 74

Terbitan : Desember 2023

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penggunaan media sosial TikTok sebagai metode dakwah Islam, menggantikan pembelajaran di masjid. Akun TikTok @Kadamsidik, dengan audience yang besar, menjadi platform efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada remaja yang cenderung lebih suka bermain gadget. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa Husain Basyaiban menggunakan tiga metode dakwah: Al-Hikmah, Al-Mauidzah Al-Hasanah, dan Metode Al-Mujadalah bilati hiya al-ahsan. Pesan dakwah dalam konten TikTok @Kadamsidik terfokus pada trilogi ajaran Islam: Aqidah, Syaria'h, dan Akhlaq. Kategori video Syaria'h menjadi yang paling dominan. Implikasi penelitian ini mencakup harapan agar mahasiswa Fakultas Dakwah dapat melakukan penelitian analitis lebih lanjut dalam berbagai media, seperti video, film, dan buku, untuk memperkaya pengetahuan. Selain itu, para da'i dan mad'u diharapkan dapat memanfaatkan berbagai jejaring sosial, terutama TikTok, sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah Islam.

Kata Kunci : Pesan Dakwah; Tiktok, Husain Basyaiban; Remaja.

ABSTRACT

This research explores the use of the TikTok social media platform as a method of Islamic preaching (dakwah), replacing traditional mosque-based learning. The TikTok account @Kadamsidik, with a large audience, serves as an effective platform for delivering dakwah messages to teenagers who are more inclined towards gadget-based activities. The study employs a qualitative descriptive method with data collection techniques such as documentation and observation. The findings, analyzed using Roland Barthes' Semiotic Analysis, reveal that Husain Basyaiban employs three dakwah methods: Al-Hikmah, Al-Mauidzah Al-Hasanah, and Al-Mujadalah bilati hiya al-ahsan. The dakwah messages in the TikTok content @Kadamsidik focus on the Islamic teachings trilogy: Aqidah, Syaria'h, and Akhlaq. The Syaria'h category stands out as the most dominant in the TikTok content. The implications of this research include the hope that students from the Faculty of Dakwah can conduct further analytical research across various media platforms such as videos, films, and books to enrich their knowledge. Additionally, it is encouraged for preachers (da'i) and the audience (mad'u) to utilize various social media networks, particularly TikTok, as a means to disseminate Islamic dakwah.

Keywords : The Message Of Dakwah Ticktock; Hussain Basyaiban; Teenagers

@ 2023 Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Pengetahuan pendidikan agama Islam diperoleh biasanya melalui pembelajaran yang dilaksanakan di masjid terdekat yang disebut "Majlis Taklim". Namun tidak banyak anak muda saat ini yang mau meluangkan waktu meski hanya satu jam untuk mempelajari ajaran Islam yang diajarkan seorang guru di masjid (Aliyudin, 2009). Generasi saat ini lebih suka berselancar berjam-jam bermain gadget. Banyak majlis taklim memiliki ide untuk melakukan studi dan menyampaikan materi mereka secara online melalui media sosial (Kurnia *et al.*, 2020). Metode yang dipakai oleh para pendakwah, mereka tidak cuma berceramah bil-kitabah atau bil-kalam tetapi pula memakai metode audiovisual. Terkait pada *passion* ataupun tren saat ini. Rancangan ini yang menarik dan membuat jumlah *followers* pengguna media sosial dari hari ke hari terus meningkat serta bertambah massa baik golongan anak-anak, remaja hingga yang berusia.

Dakwah berarti memberikan ajaran Islam kepada orang lain, ini bisa diberikan secara individu atau kepada khalayak banyak orang. yang disampaikannya pun berbuat kebaikan serta mencegah hal-hal atau perbuatan yg dibenci Allah dan Rasul-Nya (*amr ma'ruf nahi munkar*) (Qadaruddin & Muhammad Abdullah, 2019). Ini merujuk dalam makna QS. An-Nahl, ayat 125.

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

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk". (QS. An-Nahl: 125).

Banyak majlis taklim memiliki ide untuk melakukan studi dan menyampaikan materi mereka secara *online* melalui media sosial. Banyak metode yang dipakai oleh para pendakwah, mereka tidak cuma berceramah *bil-kitabah* atau *bil-kalam* tetapi pula memakai metode audiovisual. Terkait pada *passion* ataupun tren saat ini. Rancangan ini yang menarik dan membuat jumlah *followers* pengguna media sosial dari hari ke hari terus meningkat serta bertambah massa baik golongan anak-anak, remaja hingga yang berusia.

Perkembangan dakwah di era sekarang cukup signifikan, kemajuan media dakwah meliputi berbagai hal dan salah satunya yang sekarang paling populer adalah media TikTok (Susilowati, 2018). Berdasarkan informasi dari Kepala Kebijakan Publik TikTok Indonesia, Eryastha, usia rata-rata pengguna TikTok di Indonesia adalah 14 – 24 tahun. Misalkan saja generasi Y (*millennial*) dan Z (*generasi di bawahnya*).

Maka berbagai fitur di dalam TikTok tersebut dianggap sesuai dengan sifat-sifat usia muda yang umumnya selalu ingin menunjukkan diri mereka dengan cara membuat konten kreatif. Berdasarkan riset melalui observasi *online* terhadap beberapa konten akun kreator dakwah di aplikasi TikTok ada bermacam-macam metode yang diterapkan dalam penyampaian pesan dakwah (Wibowo, 2019). Jadi metode yang digunakan dirancang untuk semenarik mungkin dengan mengadaptasi konsep konten yang diminati kepada generasi sekarang. Hal ini akan memudahkan orang-orang untuk menggunakan media sosial di mana pun mereka berada.

Oleh sebab itu, perlu adanya contoh komunikasi remaja dakwah dengan model dan strategi yg efektif serta efisien terhadap remaja (Wahyu Ilahi, 2010). Sehingga bisa memahami dan menerapkan petunjuk ajaran agama Islam secara benar pada kehidupan sehari-harinya. Setiap individu lahir dalam keadaan belum mengetahui mana yang benar dan mana yang keliru serta belum tahu batasan dan peraturan moral yang berlaku dalam lingkungannya. Oleh sebab itu, agar seorang remaja mampu tumbuh dengan moral yg baik dibutuhkan *training* moral terhadap remaja yg dimulai sejak bayi lahir.

Munculnya dakwah di TikTok menjadi metode penting dalam pengembangan dakwah Islam secara positif. Terutama, di kalangan remaja hingga dewasa (Febriana, 2021). Menurut Monks (2008) masa remaja ialah fase peralihan antara masa kanak-kanak serta dewasa. Fase ini mencerminkan bahwa cara berpikir remaja masih pada batasan berpikir nyata, kondisi ini terjadi sebab terdapat proses pendewasaan yg terjadi di remaja. Masa remaja berlangsung dari usia 12 hingga 21 tahun, dengan pembagian sebagai berikut: a. Masa remaja awal (*Early adolescent*) pada usia 12-15 tahun. b. Masa remaja pertengahan (*Middle adolescent*) pada usia 15-18 tahun. c. Masa remaja terakhir (*Late adolescent*) pada usia 18-21 tahun.

Namun, tantangan ini tidaklah mudah untuk diatasi karena banyak faktor luar yang memengaruhi kelompok remaja dan melemahkan pembentukan identitas mereka. Selain beberapa faktor eksternal, ada juga faktor internal yang memiliki pengaruh lebih besar pada kepribadian mereka, seperti dukungan dari orang tua serta lingkungan sekitarnya.

Hal ini sangat berpengaruh pada mereka, salah satu faktor yg memengaruhi remaja adalah sikap meremehkan dan mengabaikan proses pengasuhan. Semakin banyak faktor yang memengaruhi remaja pada membentuk kepribadian mereka, semakin banyak juga sikap menyimpang yang akan timbul. Perlu dicari solusi (penyelesaiannya) agar tak mengancam dirinya dan orang lain.

Sebagaimana TikTok sendiri adalah sebuah aplikasi menarik yang hampir digunakan oleh jutaan pengguna terutama para remaja. Yang akan penulis bahas serta fokuskan di dalam aplikasi TikTok ini adalah pemilik akun TikTok Husain Basyaiban karena ia adalah konten kreator yang banyak membuat konten dakwah di dalamnya (Riska Amelia, 2021).

Materi Agama yang disajikan dalam kontennya pun beragam, memuat ajaran Hukum Islam (Fiqh), Akidah Akhlak dan lain sebagainya. Isi dakwah sangat penting serta harus diperhatikan karena materi dakwah sangat memengaruhi minat remaja untuk mendengarkan dakwah (Karimah, 2021).

Metode dan kontennya biasanya harus berkenaan dengan kondisi remaja karena latar belakang remaja yang berbeda-beda. Sehingga dakwah turut berperan dalam mencari pemecahan dari masalah-masalah yang dimiliki para kalangan remaja agar remaja tersebut tidak melenceng dari ketentuan agama dan norma yang berlaku. Selanjutnya isi yang disampaikan pun harus sesuai menggunakan perkembangan era dan berdasarkan pada perkara-masalah yang dihadapi sehingga dakwah menjadi solusi serta jawaban dari permasalahan-perseteruan yang akan dihadapi.

Penelitian ini penting buat dilakukan sebab dakwah menggunakan memakai media TikTok ini artinya cara lain baru dan inovasi dalam kemajuan dunia dakwah. Sebab pada dasarnya dakwah merupakan mengajak di hal-hal yang baik sesuai menggunakan ajaran agama Islam. Hal tersebut mampu dilakukan tanpa bertemu langsung dengan objek dakwahnya. Melalui media TikTok dakwah dapat tersaji dengan menarik yg dapat ditinjau orang tanpa batasan kawasan serta saat. Melihat pemaparan dan kenyataan dakwah melalui media sosial mirip yang dilakukan oleh akun @Kadamsidik.

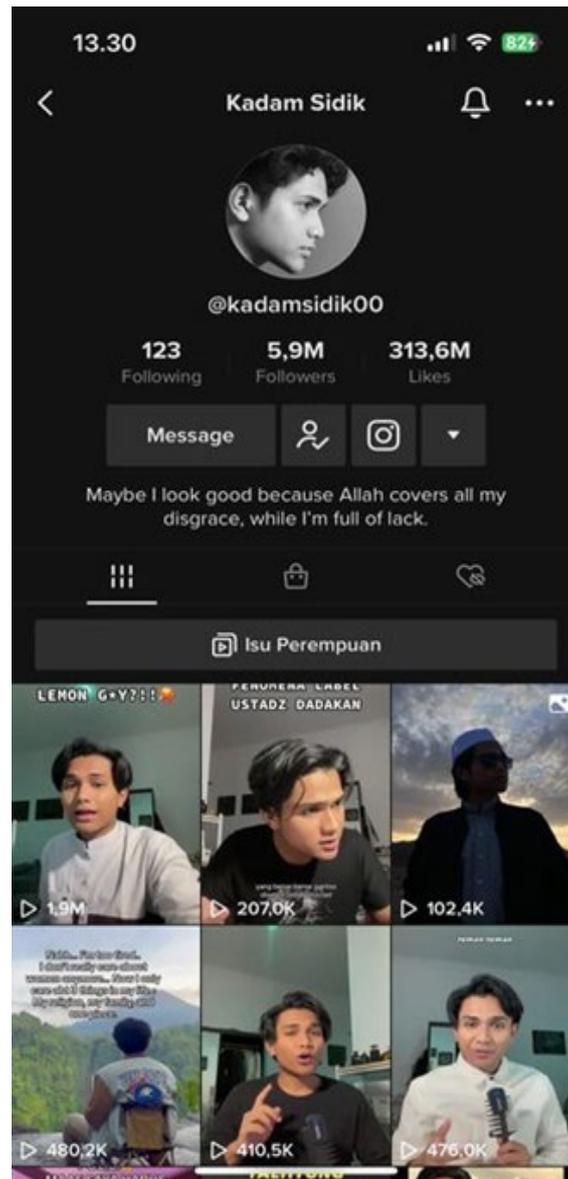
Akunnya Husain cukup memiliki *audience* yang banyak, salah satunya menurut Yulia (2023) akun Husain cukup menarik untuk di-*follow* karena kita bisa mengkaji konteks dakwah yang sedang marak dibahas serta isi kontennya bersifat edukatif. Hal ini yang membuat cepat masuk pesan-pesan dakwah yang disampaikan terutama kalangan remaja yang memang mendominasi. Dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut Pertama bagaimana metode dakwah Husain Basyaiban dalam mengkomunikasikan pesan dakwah di kalangan Remaja?. Kedua bagaimana isi pesan dakwah Husain Basyaiban dalam konten TikTok @Kadamsidik?. Ketiga apa pesan dakwah yang paling banyak keluar dalam konten TikTok @Kadamsidik?.

B. Metode Penelitian

Peneliti menerapkan metode kualitatif yang dapat menghasilkan data deskriptif dan untuk mendapatkan data dan informasi yang valid peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi dan observasi (Satori, 2014). Dan Analisis dalam penelitian ini memakai Analisis Semiotika Roland Barthes yaitu dengan menggunakan 3 tahapan yaitu Denotasi, Konotasi serta Mitos. dengan melakukan analisis hasil kurun waktu 2 bulan terhitung dari tanggal 23 Maret 2023- 21 Mei 2023. jumlah video yang terbit terhitung ada 31 video.

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai akun TikTok Husain dan metode dalam penyampaian, yang diuji dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.



Gambar 1. Profil akun TikTok Husain @Kadamsidik

Akun @Kadamsidik merupakan akun pemilik Husain Basyaiban, akun tersebut memiliki 5.9 juta *followers*, 127 *following*, 314,5 juta like dan 1.100 Video sampai pada bulan mei 2022. Akun TikTok Husain dapat dilihat masuk kedalam kategori metode dakwah *Bil Hikmah*, *Mau'idzatil Hasanah*, dan *Al-Mujadalah Bi-Al-Lati Hiya Ahsan* yang mana penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban adalah mengemas videonya dengan 3 metode tersebut sehingga dakwah yang dihasilkan lebih menarik dan mudah dipahami.

Pengamatan yang dilakukan peneliti dengan cara mengobservasi dengan seksama yang terdapat pada potongan setiap video konten dakwah Husain demi menghasilkan data yang tepat terkait kesesuaian metode dakwah. Mengapa demikian, penelitian menyimpulkan bahwa terdapat 3 jenis metode dakwah karena Al-Hikmah yaitu metode dakwah yang lebih memfokuskan pada tujuannya yaitu untuk mengubah hati orang yang masih awam tentang agama islam yang didasarkan karena ada sasaran yang baru mengenal Islam dan tidak mengenal Islam secara mendalam.

Selanjutnya metode dakwah *Al-Mauidzah Al-Hasanah* yang mana dapat dipahami sebagai simbol berupa petunjuk, dan argumen yang memuaskan dengan tutur ucapan lembut dan kasih sayang. Dan yang ketiga adalah Metode *al-mujadalah bil lati hiya al-ahsan* yang ditujukan kepada orang-orang yang bodoh dan tetap teguh pada kebodohnya. Sehingga mereka membutuhkan alasan yang kuat untuk menghentikan kebiasaan mereka. Observasi yang dilakukan peneliti dengan cara mengamati dengan potongan konten video yang ada.

Adapun hasil pembahasan rumusan kedua yaitu yang masuk kedalam kategori konten yang mengandung trilogi ajaran Islam yakni hanya 20 video yang makna pembagiannya yang masuk kedalam video konten Akhlak terhitung ada 7 yaitu: Taehyung&Jennie, opini yang sering dipakai oleh pelaku pelecehan seksual, kata tobrut, yang kentut sembarangan, sungkem kepada om/tante, komunitas ml pakai username Al-Qur'an, cara Rasulullah SAW. memakan kurma. dan yang masuk ke dalam kategori Syari'ah ada yaitu: mencukur rambut bawah, perintah sholat, menikahkan orang lain, besok lebaran, nge-push ibadah, wanita haid dimalam lailatul qadr, perihal shalat malam lailatul qadr, melihat orang yang tidak berpuasa dijalan, kebangun tiba-tiba terkejut, inhaelar saat puasa, masturbasi tidak membatalkan puasa. dan yang terakhir yang masuk kedalam konten Aqidah ada 2 video yaitu madzhab Bung Karno, urusan agama. Sisanya adalah video yang mengandung *endorse* (iklan).

Lalu hasil pembahasan ketiga diselaraskan dengan rumusan masalah bahwa pada akhirnya pesan yang paling banyak keluar dari konten dakwah Husain yaitu pesan dakwah yang berkenaan dengan tema syari'ah yang di analisis dengan teori Roland Barthes dengan makna Denotasi, Konotasi dan Mitos. Akan tetapi tidak semua video nya memunculkan symbol atau tanda ketiganya. Tetapi di 11 video tersebut semua memunculkan makna Denotasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian metode dakwah yang digunakan Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan di Kalangan Remaja yang pertama *Al-Hikmah* yaitu metode dakwah yang lebih memfokuskan pada tujuannya yaitu untuk mengubah hati orang yang masih awam tentang agama Islam. Dimana video konten dakwah yang disampaikan melalui videonya disesuaikan dengan tingkat kecerdasan, bahasa, dan lingkungan pendengarnya. Kedua metode dakwah *Al-Mauidzah Al-Hasanah* yang artinya argumen yang memuaskan dengan tutur ucapan lembut dan kasih sayang. Lebih jelasnya adalah wejangan berupa bimbingan untuk kebaikan yang dilakukan dengan tulus, mudah dimengerti, dan menyentuh hati pendengarnya. Dan yang ketiga adalah *Metode al-mujadalah bil lati hiya al-ahsan* sebagai metode dakwah yang ditujukan kepada orang-orang yang bodoh dan tetap teguh pada kebodohnya. Sehingga mereka membutuhkan alasan yang kuat untuk menghentikan kebiasaan mereka. Isi Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam konten TikTiknya @Kadamsidik selama pengamatan peneliti mengumpulkan 3 kategori konten yang mengandung trilogi ajaran Islam yakni Aqidah, Syaria'h, serta Akhlaq. Isi pesan dakwah yang paling banyak keluar dalam Konten TikTok @Kadamsidik. Dalam analisis isi video konten TikTok Husain, bahwa yang paling banyak keluar menjadi pembahasan dalam konten TikTok yaitu rincian kategori video Syaria'h. yang mana hasilnya terdapat beberapa penanda dari pertanda yang muncul dalam video tersebut. Semua itu menggambarkan tanda-tanda yang memiliki makna dan dianalisis oleh peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Daftar Pustaka

- [1] Aliyudin, E. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Tim Widya Pajajara.
- [2] Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, di Akun @syam_elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 180–194.
- [3] Karimah, S. F. (2021). Peranan Dakwah Kismis Purwakarta secara Online dalam Menyiarkan Islam. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 7–10. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.18>

- [4] Kurnia, S. S., Ahmadi, D., & Firmansyah, F. (2020). Investigative News of Online Media. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 36(1), 1–11.
- [5] Qadaruddin, & Muhammad Abdullah. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*.
- [6] Riska Amelia. (2021). *Pesan Dakwah Husain Bayaiban Dalam Konten TikTok*. UIN Sutha.
- [7] Satori, D. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 03(02), 339–356.
- [9] Wahyu Ilaihi. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [10] Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.