

**SKRIPSI**

**DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH  
HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK**

**Oleh:**

**RENITA OKTAVIA SHABILLA  
NPM. 1803062066**



**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H/2025 M**

**DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN  
BASYAIBAN MELALUI TIKTOK**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

**RENITA OKTAVIA SHABILLA**  
NPM. 1803062066

Pembimbing: Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1446 H/2025 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);

**NOTA DINAS**

Nomor :-  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
IAIN Metro  
Di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : RENITA OKTAVIA SHABILLA  
NPM : 1803062066  
Fakultas : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul : DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE  
Skripsi DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah untuk dimunaqosyah . Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Mengetahui,  
Ketua Jurusan KPI

  
Agam Anatama, M.Kom.I  
NIP. 20020039203

Metro, 22 Mei 2025

Dosen Pembimbing

  
Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I  
NIP. 198710032023211027

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE  
DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK  
Nama : RENITA OKTAVIA SHABILLA  
NPM : 1803062066  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

## MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 22 Mei 2025

Dosen Pembimbing



**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**  
NIP. 198710032023211027



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-0527/In.28.4/J/PP.00.5/07/2025

Skripsi dengan Judul “DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK”, Disusun oleh Renita Oktavia Shabilla, NPM. 1803062066, Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Rabu, 28 Mei 2025.

**TIM PENGUJI MUNAQOSYAH**

Ketua / Moderator : Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I.

Penguji I : Agam Anantama, M.I.Kom

Penguji II : Dede Mercy Rolando, M.Sos.

Sekretaris : Mukhayatun Solehah, M.PH.

(.....  
(.....  
(.....  
(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah



Dr. Albarra Sarbaini, M.Pd  
NIP. 197709032011011002

## ABSTRAK

### DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK

Oleh :  
**Renita Oktavia Shabilla**

Pesatnya perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi dakwah, dari yang semula bersifat konvensional menjadi lebih modern dan menjangkau audiens yang lebih luas. TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial paling populer di kalangan generasi muda menjadi wadah baru bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan keislaman secara kreatif dan efisien. Husein Basyaiban adalah salah satu tokoh dakwah yang memanfaatkan media ini untuk menyebarkan ajaran Islam dengan gaya yang khas, lugas, dan mudah diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode dakwah yang digunakan oleh Husein Basyaiban melalui TikTok serta gaya komunikasinya dalam menyampaikan pesan keagamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Data diperoleh melalui dokumentasi video dakwah yang diunggah oleh Husein di TikTok serta wawancara dengan tiga orang pengikut aktif yang menjadi informan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode yang digunakan adalah dakwah bil lisan, yang dikemas dalam bentuk video singkat namun sarat makna. Gaya komunikasinya mencerminkan tipe dominan, dramatis, dan atentif, yang membuat pesan dakwah terasa kuat namun tetap bersahabat. Tema yang diangkat sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens, seperti menjaga lisan, hukum puasa, dan etika sosial, sehingga mendorong peningkatan pemahaman dan kesadaran keagamaan. Konten dakwah digital yang dilakukan Husein terbukti efektif menjangkau generasi muda melalui bahasa yang sederhana namun menyentuh sisi spiritual mereka.

*Kata kunci: Metode Dakwah, Media Sosial, Dakwah Digital, Husein Basyaiban.*

## ABSTRACT

### DAKWAH IN THE DIGITAL ERA: AN ANALYSIS OF HUSEIN BASYAIBAN'S DAKWAH METHODS THROUGH TIKTOK

By:  
**Renita Oktavia Shabilla**

The rapid development of digital media has transformed the pattern of da'wah communication from a conventional approach to a more modern one that reaches a broader audience. TikTok, as one of the most popular social media platforms among the younger generation, has become a new medium for preachers to deliver Islamic messages creatively and efficiently. Husein Basyaiban is one such da'i (preacher) who utilizes this platform to spread Islamic teachings in a distinctive, straightforward, and easily digestible style.

This study aims to analyze the da'wah methods used by Husein Basyaiban on TikTok and his communication style in conveying religious messages. It adopts a descriptive qualitative approach using content analysis methods. The data were obtained through documentation of Husein's TikTok videos and interviews with three active followers who served as informants in this research.

The findings indicate that the method used is da'wah bil lisan (verbal preaching), presented in short yet meaningful videos. His communication style reflects dominant, dramatic, and attentive traits, making the messages impactful yet friendly. The themes he discusses are highly relevant to the daily lives of his audience, such as guarding one's speech, fasting laws, and social ethics, which foster a deeper understanding and awareness of religious values. Husein's digital da'wah content has proven effective in reaching younger generations through simple language that resonates with their spiritual sensibilities.

Keywords: *Da'wah Methods, Social Media, Digital Da'wah, Husein Basyaiban.*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Renita Oktavia Shabilla  
NPM : 1803062066  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuludin, Adab, dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya terkecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 15 Mei 2025  
Mahasiswa Peneliti



**Renita Oktavia Shabilla**  
NPM. 1803062066

## MOTTO

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

"Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat"  
(Hadis Riwayat al-Bukhari, no. 3461)

"Dakwah adalah seni menyentuh hati manusia dengan bahasa yang mereka pahami."  
Dr. Aidh al-Qarni (penulis La Tahzan)

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SubhanawaTa'ala atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ketekunan bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini peneliti persembahkan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Terima kasih kepada orang tuaku yang menjadi alasan utama saya untuk bertahan dalam setiap proses yang saya jalani selama perkuliahan. Untuk cinta pertamaku, ayahanda tercinta Abdul Soeb, serta kedua pintu surgaku, Ibunda Ida Farida dan Ibunda Turah. Dua sosok ibu luar biasa yang dengan kasih sayang, kesabaran, dan ketulusan hati telah merawat, membimbing, serta memberikan dukungan moral dan material dalam setiap langkah kehidupan saya. Atas cinta yang tak terbatas dan doa yang selalu menyertai, skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud rasa syukur dan tanggung jawab atas kepercayaan serta pengorbanan yang telah diberikan kepada saya hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Bapak Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbinganmu merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukuri. Terima kasih bapak, semoga jerih payahmu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
3. Adikku Reisyia Amelia Putri tersayang, terimakasih telah menjadi penyemangatku selama mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Krisdian Saputra. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan semangat, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada penulis, dan berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.

5. Sahabat peneliti, Indah Rustiya, Nur Wita Komala, dan Devi Nitriana, yang telah banyak membantu dan menemani dalam proses penyelesaian kuliah selama ini, menjadi tempat keluh kesah, Terimakasih selalu ada dalam masa-masa sulit ini.
6. Almamater tercinta, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, tempat saya menimba ilmu, mengasah diri, dan bertumbuh menjadi pribadi yang lebih matang secara intelektual, spiritual, dan sosial.
7. Terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri “Renita Oktavia Shabilla” terimakasih sudah bertahan sampai di titik ini, terimakasih untuk tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Dr. Albarra Sarbaini, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Agam Anantama, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dede Mercy Rolando, M.Sos, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Informan yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi untuk membantu menyelesaikan proposal penelitian ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

Metro, 15 Mei 2025  
Peneliti,



**Renita Oktavia Shabilla**

NPM. 1803062066

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Ruang Lingkup Dakwah.....	14
1. Pengertian Dakwah.....	14
2. Tujuan Dakwah .....	15
3. Dasar Hukum Dakwah.....	15
4. Unsur-Unsur Dakwah .....	17
5. Metode Dakwah.....	21
B. Gaya Komunikasi .....	26
1. Gaya Komunikasi Dakwah .....	26
2. Gaya Komunikasi Menurut Robert W. Norton.....	27
C. Sejarah Aplikasi Tiktok.....	30

1. Pengertian Aplikasi Tiktok.....	30
2. Sejarah Aplikasi Tiktok .....	30
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
B. Sumber Data .....	35
C. Teknik Pengumpulan Data .....	36
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	38
E. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Husain Basyaiban .....	40
B. Konten TikTok Husain Basyaiban .....	43
C. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	50
D. Pembahasan .....	62
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Favorit Gen Z Indonesia Awal 2024 .....	3
Gambar 4.1 Profil Husain Basyaiban .....	39
Gambar 4.2 Postingan Konten @kadamsidik00 .....	43
Gambar 4.3 Unggahan dengan Tema Pertanyaan Seputar Ramadhan.....	44
Gambar 4.4 Unggahan dengan Tema Cuci Muka atau Mandi saat Puasa .....	46
Gambar 4.5 Unggahan dengan Tema Efek Kemaksiatan .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai seorang Muslim, istilah dakwah tentu sudah dikenal. Dakwah berarti mengajak, menyeru, atau memanggil manusia untuk mendekat kepada Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Dalam pelaksanaannya, dakwah bersifat persuasif, yaitu disampaikan dengan cara yang lembut dan penuh kelembutan. Tindakan yang mengandung unsur paksaan, kekerasan, intimidasi, teror, atau ancaman tidak dapat dianggap sebagai bentuk dakwah yang benar dalam ajaran Islam.<sup>1</sup>

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dakwah bukanlah tentang hasil akhir semata, melainkan lebih menitikberatkan pada pelaksanaan tugas dan proses penyampaian. Manusia memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan ajaran Islam dengan keyakinan dan keikhlasan, tanpa harus terbebani oleh keberhasilan dakwah itu sendiri. Sebab, keberhasilan tersebut sepenuhnya berada dalam kehendak dan kuasa Allah SWT. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Ali Imran ayat 104:

وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah,” *Jurnal Studi Komunikasi* 2, No.1 (Maret 2018), hlm. 126

<sup>2</sup> Rauf Aziz Abdul, *Al Qur'anul Karim Al Hafiz*, (Cordoba, Bandung, 2020) hlm. 63

Ayat ini mengandung makna bahwa sebaiknya ada sekelompok orang di antara umat Islam yang menjalankan tugas dakwah, yaitu mengajak sesama manusia kepada kebaikan (*ma'ruf*) dan mencegah dari perbuatan buruk (*mungkar*). Mereka yang menjalankan tugas ini digambarkan sebagai golongan yang akan memperoleh keberuntungan. Dakwah menjadi jalan untuk membimbing manusia menuju keberuntungan, baik di dunia maupun di akhirat.<sup>3</sup>

Dakwah merupakan salah satu bentuk aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan keimanan sesuai dengan ajaran Islam. Perkembangan teknologi membawa banyak manfaat dan membuka peluang besar dalam pelaksanaan dakwah. Di era globalisasi yang terus berkembang, media massa telah mengalami kemajuan yang luar biasa. Berbagai jenis media, baik cetak maupun elektronik seperti surat kabar, televisi, radio, hingga internet telah menjadi sarana komunikasi modern yang tersebar luas dan menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat.<sup>4</sup>

Kemajuan teknologi informasi di era digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Perubahan ini juga berdampak pada cara dakwah disampaikan kepada masyarakat. Jika dahulu dakwah lebih banyak dilakukan secara langsung melalui ceramah di masjid,

---

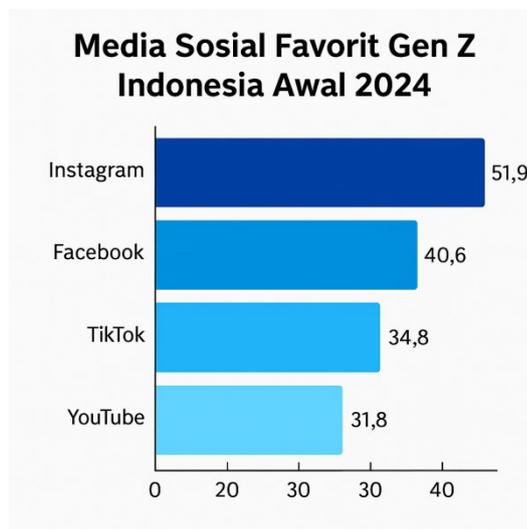
<sup>3</sup> Ibid, hlm. 63

<sup>4</sup> Rolando, DM (2022). Analisis Pengelolaan Konten Aplikasi Islam Sebagai Media Informasi. Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran, jurnal.staithawalib.ac.id.

pengajian, atau media cetak, kini dakwah mulai merambah ke berbagai platform digital, termasuk media sosial.<sup>5</sup>

Berdasarkan survey asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dipublikasikan oleh Katadata pada awal 2024, Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh Generasi Z di Indonesia. Sebanyak 51,9% responden Gen Z mengakses Instagram secara rutin, menjadikannya platform paling populer di kalangan usia 12–27 tahun saat survei dilakukan.<sup>6</sup> Selain Instagram, platform lain yang juga banyak digunakan oleh Gen Z Indonesia adalah Facebook, TikTok, dan YouTube. Namun, Instagram tetap menempati posisi teratas dalam preferensi mereka.

**Gambar 1.1**  
**Media Sosial Favorit Gen Z Indonesia Awal 2024**  
Sumber Katadata.co.id



<sup>5</sup> Fathurrohman, Widodo Anton, Dakwah Islam Era Revolusi Industri, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2019, hlm. 1-2

<sup>6</sup> <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ed1436089ba/media-sosial-favorit-gen-z-indonesia-awal-2024>

Seorang *da'i* dituntut untuk mampu melihat peluang sekaligus menghadapi tantangan di era revolusi industri 4.0, terutama dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang relevan dan dapat diterima oleh generasi muda Muslim di Indonesia. Dalam konteks dakwah digital, para *da'i* memegang peran yang sangat penting sebagai garda terdepan dalam menyebarkan ajaran Islam. Mereka memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi keagamaan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.<sup>7</sup>

Kemunculan internet membuka kesempatan besar bagi para *da'i* untuk memperluas jangkauan dakwah, sekaligus menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga keaslian pesan yang disampaikan. Melalui media digital, dakwah dapat dilakukan dengan cara yang lebih efisien dan tepat sasaran. Sebab, dakwah bersifat universal, mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat dari berbagai latar belakang sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, hingga teknologi.

Salah satu media internet yang digunakan kebanyakan *da'i* dalam berdakwah saat ini adalah Tiktok. Tiktok adalah media yang sedang populer dikalangan Generasi Z dan banyak diminati karena menyediakan fitur-fitur yang cukup menarik sehingga memudahkan penggunaanya untuk membuat berbagai macam konten, misalnya konten pendidikan, kesehatan, hiburan, dan tentunya konten keagamaan yang berwujud dakwah melalui konten.

Menurut laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* tahun 2024, Indonesia menempati peringkat ke-4 dunia dalam jumlah pengguna TikTok terbanyak, dengan lebih dari 120 juta pengguna aktif. Fakta ini memperkuat potensi besar

---

<sup>7</sup> Ibid, hlm. 2-3

platform ini sebagai media dakwah yang menjangkau generasi muda, terutama Generasi Z yang cenderung menghabiskan waktu di platform digital. Hal ini menjadikan dakwah melalui media sosial tidak hanya relevan, tapi juga strategis secara komunikasi keagamaan.<sup>8</sup>

Tiktok adalah media yang tepat untuk dijadikan sebagai media dakwah online dengan pengguna aktif sekitar 109,9 juta yang menjadikan tiktok memiliki peluang yang besar sebagai sasaran untuk berdakwah. Di Indonesia sendiri pengguna tiktok terbanyak adalah usia remaja dan hal inilah yang meningkatkan adanya potensi negatif bagi penggunanya, hal ini terjadi karena tidak adanya batasan usia dan juga peraturan khusus terkait konten yang di upload pada aplikasi tersebut. Disisi lain, aplikasi ini juga memberikan potensi positif, hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan positif seperti konten pendidikan, konten kesehatan, dan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Metode Dakwah pada akun tiktok Husain Basyaiban.

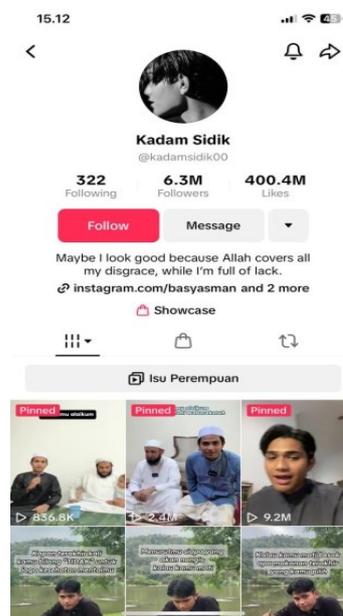
Dikutip dari iNews.id, Husain Basyaiban atau yang lebih dikenal dengan nama panggung Kadam Sidik, adalah seorang pendakwah muda asal Indonesia yang lahir di Makkah pada 12 Agustus 2002. Sebagai putra dari Kiai Sufyan, seorang tokoh agama di Bangkalan, Madura, Husain tumbuh dalam lingkungan yang kental dengan nilai-nilai keislaman. Pendidikan formalnya dimulai di SDN Jaddih 01 Bangkalan, dilanjutkan ke MTsN Bangkalan, dan saat ini ia sedang menempuh studi Hadis di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA). Sejak awal tahun 2022, Kadam Sidik mulai dikenal luas

---

<sup>8</sup> We Are Social & Hootsuite. *Digital 2024: Global Overview Report*.

melalui konten dakwahnya di TikTok, dengan gaya penyampaian yang santai, lugas, dan mudah dipahami oleh generasi muda. Akun TikTok-nya, @kadamsidik00, telah mengumpulkan lebih dari enam juta pengikut, menjadikannya salah satu figur penting dalam dakwah digital di Indonesia. Selain aktif di media sosial, ia juga mengembangkan bisnis di bidang busana muslim melalui Muta Indonesia dan platform konten islami Tawazun.id. Dengan pendekatan dakwah yang relevan dan inovatif, Kadam Sidik berhasil menjembatani nilai-nilai keislaman dengan kehidupan modern anak muda masa kini.<sup>9</sup>

**Gambar 1.2**  
**Akun Official TikTok Husain Basyaiban**



<sup>9</sup> <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/profil-dan-biodata-kadam-sidik-alias-husain-basyaiban-pendakwah-muda-yang-sempat-dukung-anies-baswedan-di-pilpres-2024>

Akun tiktok Husain Basyaiban memiliki username @kadamsidik00, akun ini memiliki 6,3 juta pengikut, 400,4 juta suka, dan 322 video. Akun yang memiliki 6,3 juta pengikut ini banyak diminati dan banyak ditonton oleh masyarakat khususnya para Generasi Z yang bisa dilihat dari komentar-komentar pada setiap konten dakwahnya.

Penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban yakni melalui beberapa metode dakwah yaitu, metode dakwah fardiah, metode ammah, metode dakwah bil-lisan, metode dakwah bil-hal, metode dakwah bitadwin dan metode dakwah bil hikmah.

Dalam akun TikTok-nya, Husein Basyaiban yang dikenal dengan nama Kadam Sidik menggunakan gaya bahasa dakwah yang santai, lugas, dan kontekstual, yang sangat sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai mayoritas audiensnya. Ia menghindari penggunaan istilah-istilah agama yang terlalu berat atau kaku, dan lebih memilih diksi yang ringan, humoris, dan akrab dengan keseharian anak muda. Gaya bertuturnya sering kali menyerupai bahasa pergaulan sehari-hari, yang membuat kontennya terasa lebih dekat dan membumi, bukan menggurui.

Selain itu, Husein kerap menyisipkan analogi sederhana, ungkapan-ungkapan Madura atau Jawa Timur, serta bahasa gaul populer di kalangan Gen Z, yang memperkuat daya tarik dan keaslian pesan dakwahnya. Ia juga mengemas pesan moral atau nilai-nilai keislaman dengan narasi pendek yang mudah dipahami dan cepat dicerna, menyesuaikan dengan durasi konten TikTok yang terbatas.

Dengan memadukan unsur edukatif, hiburan, dan spiritual, gaya bahasa dakwah Husein Basyaiban di TikTok berhasil membangun komunikasi yang dua arah dan responsif. Ia tidak hanya menyampaikan materi keagamaan, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan para pengikutnya melalui komentar, duet, dan candaan khas yang membuat dakwah terasa menyenangkan, tidak mengintimidasi. Gaya ini mencerminkan pergeseran metode dakwah di era digital, dari yang bersifat satu arah dan formal menuju pendekatan yang dialogis, personal, dan berorientasi pada pengalaman keseharian audiens.

Kecenderungan Generasi Z mengakses Tiktok dapat dilihat dari jenis konten yang mereka sukai, di dakwah misalnya Generasi Z memilih kreator yang usianya tidak terpaut jauh dari usianya, seperti Husein Basyaiban. Karena jika usia mereka tidak terpaut jauh, pesan yang disampaikan akan lebih mudah untuk dicerna dengan bahasa khas anak muda pada umumnya. Meski begitu, Generasi Z tidak benar-benar seperti diskusi yang berat dan bertele-tele. Mereka cenderung memilih kreator yang unik, menarik, dan mudah dipahami. Dakwah online bagi Generasi Z melalui tiktok oleh Husain Basyaiban disini akan difokuskan hanya pada metode dakwah bil-lisan. Metode dakwah bil-lisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan antara lain ceramah, khutbah, diskusi, nasehat dan lain-lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dakwah di Era Digital: Analisis Metode Dakwah Husein Basyaiban melalui TikTok.”**

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas penulis merumuskan suatu masalah yakni “Bagaimana Metode dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

Berawal dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Dakwah di Era Digital: Analisis Metode Dakwah Husein Basyaiban melalui TikTok” yaitu untuk mengetahui bagaimana Metode dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban.

### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil dari proses penelitian, hendaknya dapat diambil manfaatnya baik bagi penulis maupun pembaca.

#### **1. Manfaat secara akademis**

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan menyangkut hal-hal terkait dengan metode dakwah.
- b. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

#### **B. Manfaat Secara Praktis**

- a. Bagi para peneliti kedepan, bisa menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk memudahkan mereka dalam meneliti tentang dakwah terkait metode dakwah.

- b. Bagi para Pendakwah, dapat mengetahui bagaimana metode dakwah yang dilakukan.
- c. Memberikan kemudahan bagi para pembaca untuk merealisasikannya dalam kehidupan nyata.

#### D. Penelitian Relevan

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

**Tabel 1.1**  
**Ringkasan Penelitian Relevan**

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Riska Amelia, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, tahun 2021. Dengan judul skripsi “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok.” <sup>10</sup>	Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Data yang peneliti tersebut peroleh berasal dari video konten tiktok, untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti memaparkan serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui pesan dakwah apa	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah melalui aplikasi Tiktok.	Perbedaannya yaitu penelitian Riska Amelia lebih berfokus pada pesan-pesan dakwah apa saja dan bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos yang ada pada konten dakwah oleh Husain Basyaiban, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada apa saja tema konteks dakwah yang

<sup>10</sup> Riska Amelia, Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok, (Jambi: Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021)

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
		yang terkandung dalam konten tiktok Husain Basyaiban serta mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos dalam konten tiktok Husain Basyaiban.		disampaikan dan bagaimana gaya bahasa yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam berdakwah.
2.	Yosieana Duli Deslima Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2018 dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.” <sup>11</sup>	mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menyampaikan pesan dakwah Islam. Fitur instastory, foto dan video digunakan sesuai kapasitas, keinginan, dan yang dianggap mudah dalam pembuatan pesan dakwah. Selain mahasiswa berlaku sebagai seorang <i>da'i</i> yang menyampaikan pesan dakwah di media Instagram, mahasiswa KPI juga menjadi seorang <i>mad'u</i> yang menerima pesan dakwah yang disampaikan melalui media Instagram.	Berfokus pada dakwah di media sosial.	Subjek penelitian terdahulu berfokus pada media Instagram sebagai media untuk berdakwah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada media Tiktok.

<sup>11</sup> Yosiena Duli Deslima, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), h.

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Septina Wulandari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, tahun 2018 dengan judul “Facebook Sebagai Media Dakwah.” <sup>12</sup>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif-kualitatif adalah ingin menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah untuk memahami dan menyimpulkan. Penelitian ini berusaha menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.	Berkfokus pada penggunaan media sosial sebagai media untuk berdakwah,	Subjek penelitian terdahulu menggunakan media Facebook sebagai media dakwah, dan objek penelitiannya adalah pendakwah di Kota Banda Aceh, sementara subjek penelitian penulis adalah media Tiktok, dan objeknya adalah Husain Basyaiban.
4	Meiliya Cahya Yustina, Najwa Zahratul, Nisrina Huwaidah, Hisny Fajrussalam, Ossi Marga Ramadhan dalam jurnal yang berjudul “Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok” <sup>13</sup>	Metode dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban dikategorikan menjadi tiga metode, yakni metode Hikmah, Al-Mauidzah al-Hasanah dan Al-Mujadalah al-Ahsan. Kemudian dalam perkembangan akun TikTok Husain Basyaiban pada 28 September 2022 sampai 5 Oktober 2022, akun @basyaman00 memiliki 5,5 juta pengikut dan	Kedua penelitian sama-sama membahas dakwah dalam konteks penggunaan media sosial sebagai platform penyebaran dakwah. Fokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk menyampaikan ajaran Islam.	Penelitian terdahulu mengklasifikasikan metode dakwah yang dipakai Husain Basyaiban ke dalam tiga kategori (Hikmah, Al-Mauidzah al-Hasanah, dan Al-Mujadalah al-Ahsan).

<sup>12</sup> Septina Wulandari, Facebook Sebagai Media Dakwah, (Banda Aceh: Skripsi UIN ArRaniry, 2018)

<sup>13</sup> Yustina, Z, Huwaidah, F, & ... (2022). Analisis metode dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok. At-Tabsyir: Jurnal, journal.iainkudus.ac.id

<b>No</b>	<b>Nama/Judul Penelitian</b>	<b>Hasil penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
		rata-rata 950 ribu viewers. Diharapkan penelitian ini dapat dikaji dan diteliti lebih dalam oleh peneliti lain, baik dengan metode maupun objek penelitian lainnya.		

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Ruang Lingkup Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

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

Secara bahasa, istilah *dakwah* berasal dari kata dalam bahasa Arab دعا *دعا* يدعو - دعوة, yang memiliki arti memanggil, menyeru, mengajak, atau mengundang. Dalam pengertian etimologis, istilah dakwah bisa merujuk pada ajakan menuju kebaikan, yang dilakukan oleh Allah SWT, para Nabi dan Rasul, serta orang-orang yang beriman dan beramal saleh. Namun, kata ini juga dapat bermakna ajakan menuju keburukan, yang berasal dari setan, kaum kafir, orang-orang munafik, dan sejenisnya.<sup>1</sup>

Dakwah merupakan bagian dari perjuangan hidup dalam menegakkan hukum-hukum Ilahi dalam seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat. Tujuannya adalah agar ajaran Islam menjadi dasar, roh, dan

---

<sup>1</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, Pengantar Ilmu Dakwah, Jawa Timur : CV Qiara Media, 2019, Hlm 2.

warna utama dalam setiap perilaku dan interaksi sosial manusia di kehidupan sehari-hari.

## 2. Tujuan Dakwah

Secara umum, tujuan dakwah adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktifitas dakwah. Sedangkan secara khusus, tujuan dakwah adalah perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksud agar dalam seluruh pelaksanaan aktifitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci.<sup>2</sup>

## 3. Dasar Hukum Dakwah

Ada pandangan yang menyatakan bahwa dakwah hukumnya fardu 'ain didasarkan hadits Nabi saw :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ،  
وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ.

*“Barang siapa di antara kamu melihat kemunkaran, hendaklah merubahnya dengan tangan, jika tidak mampu dengan lisan, jika tidak mampu dengan hati dan itu selemah-lemah dari pada iman”<sup>3</sup>*

Jumhur ulama menganggap berdakwah hukumnya wajib kifayah, karena berdakwah harus memiliki ilmu dan ma'rifah agar terealisasi tujuan dakwah dan sampai kepada obyek dakwah secara sempurna, jauh dari keraguan dan kesalahan. Sebagaimana pendapat Ibnu Taimiyah, orang yang

<sup>2</sup> Muhammad Munir. Metode Dakwah. Jakarta: Kencana. Hlm 60-62

<sup>3</sup> Musnad Imam Ahmad bin Hambal, Juz II, Cet.Kedua, Beirut: Dar al-Fikr, 1978M/1398H. Hlm 20.

wajib berdakwah adalah yang memenuhi syarat-syarat sebagaimana dalam hadits yang dikutipnya: Seyogyanya bagi siapa yang amar ma'ruf dan nahi munkar agar dia mengetahui apa yang telah diperintahkan dan apa yang telah dilarangnya, lembut dalam memerintah dan melarang, dan bijaksana memerintah dan melarang. Para ulama telah menjelaskan bahwa dakwah itu Hukumnya fardlu kifayah. Karena itu, apabila di suatu tempat sudah ada para *da'i* yang telah menegakkan; dakwah, maka kewajiban dakwah bagi yang lain akan gugur dengan sendirinya. Jika di suatu tempat (daerah) membutuhkan dakwah secara kontinyu, maka dalam keadaan seperti ini dakwah menjadi fardlu kifayah, artinya apabila dakwah telah dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan dan keahlian, maka beban kewajiban itu akan gugur bagi yang lain.

Dalam kondisi yang demikian itu, dakwah bagi yang lain menjadi sunnah muakad dan merupakan amal shalih. Sebaliknya, apabila di suatu tempat atau daerah tertentu tidak ada yang melaksanakan dakwah sama sekali, maka dosanya ditanggung oleh seluruh umat dan beban kewajiban ditanggung oleh semuanya. Dalam kondisi semacam ini, setiap pribadi umat Islam diharuskan berdakwah menurut kadar kemampuannya. Dengan demikian, dakwah bisa menjadi fardlu 'ain apabila di suatu tempat tidak ada seorang pun yang melakukan dakwah dan dakwah bisa menjadi fardlu kifayah apabila di suatu tempat sudah ada orang yang melakukan dakwah. Demikian juga, ketika jumlah *da'i* masih sedikit, sementara tingkat

kemunkaran sangat tinggi dan kebodohan merajalela, maka dakwah menjadi wajib 'ain bagi setiap individu sesuai dengan kemampuannya.<sup>4</sup>

#### 4. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (obyek dakwah), materi dakwah, *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

##### a. *Da'i* (pelaku dakwah)

Kata *da'i* ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyempurnakan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Atau kata lain dari *da'i* adalah subjek dakwah. Biasa disebut dengan pelaku aktivitas dakwah. Maksudnya, seorang *da'i* hendaknya mengikuti cara-cara yang telah ditempuh oleh Rasulullah, sehingga hasil yang diperoleh pun bisa mendekati kesuksesan seperti yang pernah di raih Rasulullah saw.<sup>5</sup>

##### b. *Mad'u* (Obyek dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah *mad'u*, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai

---

<sup>4</sup> Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, Al Munzir, Vol.9.No. 1 . Hlm 35

<sup>5</sup> Sasono, Adi. Solusi Islam atas Problematika Umat. Cet. I. Jakarta: Gema Insani Press,1987.  
Hlm 52

individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam; sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan. Mereka yang menerima dakwah ini lebih tepat disebut *mad'u* dakwah daripada sebutan objek dakwah, sebab sebutan yang kedua lebih mencerminkan kepasifan penerima dakwah; padahal sebenarnya dakwah adalah suatu tindakan menjadikan orang lain sebagai kawan berpikir tentang keimanan, syari'ah, dan akhlak kemudian untuk diupayakan dihayati dan diamalkan bersama-sama.<sup>6</sup>

c. *Wasilah* (media dakwah)

*Wasilah* (media) dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak:

- 1) Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

---

<sup>6</sup> Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, Al Munzir, Vol.9.No. 1 . Hlm 38

- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi) spanduk, flash-card, dan sebagainya.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya, televisi, film, slide, ohap, internet, dan sebagainya.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*. Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif wasilah yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya.<sup>7</sup>

d. *Thariqah* (metode)

Hal yang sangat erat kaitannya dengan metode wasilah adalah metode dakwah *thariqah* (metode) dakwah. Kalau *wasilah* adalah alat-alat yang dipakai untuk mengoperkan atau menyampaikan ajaran Islam maka *thariqah* adalah metode yang digunakan dalam dakwah. Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang *da'i* untuk

---

<sup>7</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, Jakarta: Prenada Media, 2004. Hlm. 121

menyampaikan materi dakwah yaitu al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>8</sup>

e. *Atsar* (efek dakwah)

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, wasilah, thariqah tertentu, maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada *mad'u*, (mitra/penerima dakwah). *Atsar* itu sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas/sisa, atau tanda. Istilah ini selanjutnya digunakan untuk menunjukkan suatu ucapan atau perbuatan yang berasal dari sahabat atau tabi'in yang pada perkembangan selanjutnya dianggap sebagai hadits, karena memiliki ciri-ciri sebagai hadits *Atsar* (efek) sering disebut dengan feed back (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategis dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah langkah berikutnya (corrective action) demikian juga strategi dakwah termasuk

---

<sup>8</sup> M. Syafaat Habib, Buku Pedoman Dakwah, Cet 1, Jakarta: Wijaya, 1992. hlm. 160

dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan. Evaluasi dan koreksi terhadap *atsar* dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial atau setengah-setengah.<sup>9</sup>

## 5. Metode Dakwah

Kalau kita membaca sejarah dakwah Rasulullah tentang bagaimana cara, metode dakwah Rasulullah, maka kita akan mendapatkan bahwa Rasulullah berdakwah dengan keterusterangan, keberanian, kekuatan, menentang setiap hal yang bertentangan ajaran agama Islam. Mengembang dakwah Islam mengharuskan kedaulatan mutlak tanpa mempertimbangkan keinginan masyarakat, sesuai adat istiadat, seorang pengembang dakwah tidak akan bermuka dua, atau berbasa basi dihadapan jamaah, karena masyarakat telah dilanda pragmatisme, hedonisme, liberalisme, sekularisme. Namun perlu diketahui bahwa mengembang dakwah bukan hanya membaca sejarah dakwah Rasulullah akan tetapi pengembang dakwah perlu membekali diri dengan ayat-ayat metode dakwah sebagai bahan pertimbangan. Alquran diturunkan oleh Allah swt. sebagai kitab dakwah, yakni ajakan untuk menuju kepada Allah swt. dan mengikuti jejak Rasul-Nya, Nabi Muhammad saw yang juga berarti ajakan untuk mentaati dan mengikuti ajaran agama Islam yang dikehendaki oleh Allah untuk diikuti oleh manusia. Oleh karena itu, banyak ayat Alquran yang mengungkap masalah dakwah, termasuk di dalamnya Alquran menjelaskan

---

<sup>9</sup> Abuddin Nata, Metodologi Studi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998. Hlm 363

berbagai metode dakwah. Metode dakwah yang dimaksudkan adalah cara-cara menyampaikan ajaran Islam kepada individu, kelompok ataupun masyarakat agar ajaran itu dapat diterima, diyakini serta dijalankan.<sup>10</sup>

a. Pengertian metode dakwah

Dari segi bahasa “metode” berasal dari dua perkataan yaitu meta (melalui) dan hodos (jalan, cara). Dengan demikian dapat diartikan bahwa metode merupakan cara atau jalan yang dilalui dalam mencapai tujuan. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.<sup>11</sup>

b. Macam-macam metode dakwah

Al-Qur’an merupakan sumber utama rujukan dakwah, setelah itu hadist, ijma, dan qiiyas. Sebagai sumber utama yang dijadikan pedoman dalam berdakwah, Al-Qur’an memberikan tuntunan cara yang sesuai untuk para *da’i* menyampaikan pesan-pesan dakwah. Ada tiga cara metode dakwah menurut Al-Qur’an (Q.S An-Nahl [16]: 125), yaitu metode bil hikmah, metode al-mau’idza al-hasanah dan metode dakwah almujadalah. Untuk lebih mengerti tentang metode tersebut, berikut penjelasan dari ketiga metode dakwah tersebut:

1) Metode *Bi al-hikmah*

---

<sup>10</sup> Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah. Cetakan keempat Jakarta : Pustaka Al Kautsar. 2010. Hlm 207.

<sup>11</sup> Hasanuddin. Drama Karya Dalam Dua Dimensi. Bandung: Angkasa.1996. Hlm 35.

Kata “hikmah” dalam al-Qur’an disebutkan sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma’rifat. Bentuk masdarnya adalah “hukumah” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukuman berarti mencegah kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.

### 2) Metode *al-Mau'idzah al-Hasanah*

Secara bahasa, *mau'idzah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu mau'idzah dan hasanah. Kata mau'idzah berasal dari kata *wa'adzaya'idzu-wa'dzan-'idzalan* yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara hasanah merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan.

### 3) Metode *al-Mujadalah*

Menurut Warson dikutip dari Munir dari segi etimologi (bahasa) lafadz mujadalah terambil dari kata “jadala” yang bermakna memintal, memilin. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim mengikuti wazan Faa ala, “Jaa dala” dapat bermakna berdebat, dan “mujadalah” perdebatan.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Muhammad Munir. Metode Dakwah. Jakarta: Kencana.2009. Hlm 17

#### 4) Metode *Bil lisan*

Dakwah *bil lisan* adalah metode penyampaian ajaran Islam melalui ucapan atau lisan secara langsung maupun tidak langsung, yang bertujuan untuk mengajak orang lain menuju jalan kebaikan sesuai ajaran Islam. Metode ini mencakup ceramah, khutbah, diskusi, dialog, pengajian, atau bentuk komunikasi verbal lainnya.<sup>13</sup>

Dakwah *bil lisan* memiliki sejumlah karakteristik, antara lain:<sup>14</sup>

- Komunikatif dan Interaktif, memungkinkan terjadinya dua arah komunikasi antara pendakwah dan objek dakwah.
- Langsung dan Personal, biasanya dilakukan secara langsung, memungkinkan kedekatan emosional.
- Fleksibel, karena dapat disampaikan dalam berbagai situasi seperti ceramah umum, dialog kelompok kecil, atau diskusi.
- Memerlukan Kecakapan Berbicara, seperti penguasaan bahasa, retorika, dan pengetahuan keislaman.

#### c. Sumber metode dakwah

##### 1) Al-Qur'an

Di dalam sunnah rasul, banyak kita temui hadits-hadits yang berkaitan dengan dakwah. Begitu juga dalam sejarah hidup dan

---

<sup>13</sup> Hasanuddin. (2020). *Metode Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.

<sup>14</sup> Nasution, A. (2021). *Strategi dan Metode Dakwah Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

perjuangannya dan cara-cara yang beliau pakai dalam menyiarkan dakwahnya baik ketika beliau berjuang di Makkah maupun di Madinah. Semua ini memberikan contoh dalam metode dakwahnya. Karena setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah ketika itu dialami juga oleh juru dakwah sekarang ini.

## 2) Sunnah Rasul dan Hadist

Di dalam sunnah rasul, banyak kita temui hadits-hadits yang berkaitan dengan dakwah. Begitu juga dalam sejarah hidup dan perjuangannya dan cara-cara yang beliau pakai dalam menyiarkan dakwahnya baik ketika beliau berjuang di Makkah maupun di Madinah. Semua ini memberikan contoh dalam metode dakwahnya. Karena setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah ketika itu dialami juga oleh juru dakwah sekarang ini.

## 3) Sejarah Hidup Para Sahabat dan Fuqaha

Dalam sejarah hidup para sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah. Karena mereka adalah orang yang ahli dalam bidang agama. Muadz bin Jabal dan para sahabat lainnya merupakan figur yang patut dicontoh sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan misi dakwah.

## **B. Gaya Komunikasi**

### **1. Gaya Komunikasi Dakwah**

Gaya adalah pola tingkah laku atau sikap seseorang. Gaya komunikasi berarti pola tingkah laku atau cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara seseorang berperilaku ketika mengirim dan menerima pesan. Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan komunikasi individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi, termasuk nada dan volume atas semua pesan yang diucapkan.<sup>15</sup>

Ditinjau dari pengertiannya, komunikasi dan dakwah memiliki hakikat yang sama, yaitu sama-sama menyampaikan pesan. Hanya saja yang membedakan adalah muatan pesan yang disampaikan. Komunikasi memuat pesan-pesan umum sedangkan dakwah memuat pesan-pesan yang berisikan nilai-nilai ajaran islam. Dengan ini maka gaya dakwah sama macamnya dengan gaya komunikasi, begitupula gaya komunikasi dakwah.

Oleh karena itu, gaya komunikasi dakwah berarti pola tingkah laku atau cara komunikator dakwah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada komunikan dakwah. Seorang komunikator yang baik harus memiliki gaya komunikasi yang baik pula untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara komunikator dan komunikan.

---

<sup>15</sup> Alo Liliweri, Komunikasi Antarpersonal, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2017) hal. 259

## 2. Gaya komunikasi Menurut Robert W. Norton

Menurut Norton Gaya Komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Gaya komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang sepenuhnya sebagai suatu kepribadian unik.

Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda. Menurut Norton komunikasi telah mengelompokkan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi kedalam sepuluh jenis, yaitu:

- a) Gaya dominan (*dominant style*), gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
- b) Gaya dramatis (*dramatic style*), yaitu gaya seorang individu yang selalu “hidup” ketika bercakap-cakap.
- c) Gaya kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentative atau cepat menantang orang lain.
- d) Gaya animasi (*animated style*) yaitu gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa non verbal.
- e) Gaya berkesan (*impression style*) yaitu gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat dan sangat mengesankan.
- f) Gaya santai (*relaxed style*) yaitu gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.

- g) Gaya atentif (*attentive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.
- h) Gaya terbuka (*open style*) yaitu gaya berkomunikasi seseorang secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blakblakan.
- i) Gaya bersahabat (*friendly style*) yaitu gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respon positif dan mendukung.
- j) Gaya yang tepat (*precise style*) yaitu gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.<sup>16</sup>

Sedangkan menurut Carl Jung. Ada empat gaya komunikasi yang didasarkan pada kecenderungan orientasi individu pada tugas yang dibandingkan dengan individu yang berorientasi pada relasinya dengan orang lain. Empat gaya tersebut yaitu:

- a) Gaya pengendali (*controller style*), yaitu gaya individu yang dapat mengendalikan diri, orang lain dan juga dapat mengendalikan situasi.

---

<sup>16</sup> Alo Liliweri, Komunikasi Serba Ada Serba Makna, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011) hal. 309-310

- b) Gaya kolaborator (*collaborator style*), yaitu gaya individu yang santai dan suka mengajukan banyak pertanyaan. Individu ini juga sangat emosional sehingga selalu tampil dengan nada suara yang ekspresif.
- c) Gaya analisis (*analyzer style*), yaitu gaya individu yang sangat berorientasi pada hal-hal dengan tingkat rincian yang tinggi, seorang yang mengandalkan logika ketika menganalisis sesuatu.
- d) Gaya sosial (*social style*), yaitu gaya orang yang suka bergaul, tampil santai dan sangat menikmati suasana sosial ketika bertemu dengan orang lain.<sup>17</sup>

Dari beberapa macam gaya komunikasi yang dipaparkan tersebut, ada tiga jenis gaya umum dalam komunikasi, yaitu:

- a) Gaya komunikasi pasif (*passive style*), yaitu gaya individu yang cenderung menilai kehadiran orang lain lebih penting daripada dirinya sendiri. Individu ini biasanya menghindari cara mengungkapkan pendapat atau perasaan secara terbuka.
- b) Gaya komunikasi asertif (*assertive style*), yaitu gaya individu yang membela hak-hak nya sendiri dengan tidak mengabaikan hak orang lain. Orang dengan gaya komunikasi ini bersifat tegas, percaya diri, biasa tampil dengan tenang, bersikap jujur, mengatakan sesuatu langsung pada intinya dan sangat menghargai dirinya sendiri.
- c) Gaya komunikasi agresif (*aggressive style*), yaitu gaya individu yang merasa dirinya superior, mau menang sendiri, tidak memperhitungkan

---

<sup>17</sup> Ibid, hal 259

perasaan dan hak-hak orang lain. Orang dengan gaya ini sering dipersepsikan sebagai orang sombong, suka menuntut, suka cari masalah dalam persaingan dan mencoba untuk mendominasi diri sendiri.<sup>18</sup>

## **C. Sejarah Aplikasi Tiktok**

### **1. Pengertian Aplikasi Tiktok**

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

### **2. Sejarah Aplikasi Tiktok**

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan september tahun 2016 yang dikembangkan oleh

---

<sup>18</sup> Ibid, hal 261

developer asal Tiongkok. ByteDance Inc, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video music dan jejaring sosial bernama Tiktok. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, tik tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang, jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Banyak juga dari setiap orang atau setiap individu yang mencoba eksis seperti Bowo dan Nuraini, bagi pengguna tiktok dengan menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ajang eksistensi diri dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh serta menggunakan media sosial tiktok. Hal tersebut membuat para pengguna merasa senang karena bisa terhibur jika mereka menggunakan video tersebut.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Dwi Putri Robiatul Adawiyah, Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Jurnal Komunikasi. Vol. 14 No. 2. Hlm 136

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tiktok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

#### a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tiktok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi

bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi Tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.<sup>1</sup>

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang Tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi Tiktok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi Tiktok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti Tiktok.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ibid. 138

<sup>2</sup> Ibid. 140

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dengan hasil akhir berupa kata-kata tertulis. Menurut Bodgan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk diperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.<sup>1</sup> Penelitian ini akan menggunakan metode *content analysis* yaitu mendeskripsikan dan menganalisis tentang metode dakwah Husein Basyaiban dalam media sosial tiktok. Data yang peneliti peroleh berasal dari dokumentasi video tikok. Untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti memaparkan serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif ialah sifat penelitian yang memaparkan fenomena yang ada menggunakan data yang diteliti dan dijelaskan secara sistematis.<sup>2</sup> Penelitian

---

<sup>1</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), hal. 4

<sup>2</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021): 6.

ini memberikan gambaran yang jelas mengenai metode dakwah Husein Basyaiban dalam media sosial tiktok.

Penelitian kualitatif ialah penelitian yang dilakukan dengan pendekatan non statistik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam.<sup>3</sup> Peneliti akan mendeskripsikan secara sistematis mengenai metode dakwah Husein Basyaiban dalam media sosial tiktok.

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yakni:

### **1. Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh dari informan dan langsung diberikan kepada peneliti.<sup>4</sup> Sumber data primer pada penelitian ini yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari video atau audio visual yang diposting oleh akun Husain Basyaiban di media sosial tiktok, dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti. Penelitian ini akan menganalisis 3 konten Husain Basyaiban di media sosial tiktok @kadamsidik00. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan *followers* Tik Tok Husain Bayaiban.

---

<sup>3</sup> Salim and Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2012): 41.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Kedua (Bandung: Alfabeta, 2022): 194.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, surat kabar, internet, majalah, catatan dan transkrip serta dokumentasi.

### C. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.<sup>5</sup> Observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat disebut juga pengamatan langsung artinya penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, dan rekaman suara.<sup>6</sup>

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

---

<sup>5</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 171

<sup>6</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Metode Penelitian, Pendekatan... h.152

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diambil dari data yang sudah jadi. Pengambilan data secara dokumentasi bisa untuk data dalam bentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi dan peraturan kebijakan<sup>7</sup>. Mengacu pengertian tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan mencari data dengan cara mengumpulkan video-video konten Husain Basyaiban di aplikasi tiktok. Video-video yang dikumpulkan ialah telah dipilih tema-tema yang sesuai dengan penelitian ini. Lalu data-data tersebut akan dianalisis sehingga terbentuk kumpulan data yang telah dideskripsikan.

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

## 3. Studi Pustaka

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

---

<sup>7</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Press, 2020): 69.

#### **D. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teknik.<sup>8</sup> Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data melalui pemeriksaan data dari sumber yang sama menggunakan metode yang berbeda. sebagai contoh, data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Ketika hasil dari pengujian data berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi dengan sumber data untuk memastikan kebenaran data, atau data tersebut benar seluruhnya, namun dengan sudut pandang yang berbeda.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles and Huberman. Analisis data dilakukan saat penelitian sedang berlangsung dan setelah selesai dalam waktu tertentu. Saat wawancara peneliti sudah menganalisis jawaban yang diterima. Bila jawaban yang diterima belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan wawancara lagi sehingga mendapatkan data yang kredibel.

Tahap-tahap yang dilakukan peneliti untuk menganalisa data dalam penelitian ini yakni:<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020): 70.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*: 321.

### **1. *Data Reduction* (Reduksi Data)**

Memilih dan merangkum data yang penting dan sesuai dengan prospek bisnis jual beli online pada usaha dagang dalam meningkatkan ekonomi pedagang. Pada tahap ini peneliti melakukan pengelompokan data yang sudah didapatkan untuk mempermudah pelaksanaan analisis data.

### **2. *Data Display* (Penyajian Data)**

Penyajian data yang dilakukan peneliti yakni dengan menarasikan mengenai data yang sudah dipilih sesuai dengan tema yang sudah diangkat.

### **3. *Conclusion Verification* (Penarikan Kesimpulan)**

Pada tahap ini yakni dilakukan penarikan kesimpulan oleh peneliti guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Husain Basyaiban**

**Gambar 4.1**  
**Profil Husain Basyaiban**



Husain Basyaiban merupakan salah satu sosok pendakwah muda Indonesia yang namanya semakin dikenal luas melalui platform media sosial, khususnya TikTok dan Instagram. Ia lahir di Mekkah, Arab Saudi, pada tanggal 12 Agustus 2002, dari keluarga yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Ayahnya adalah seorang kiai terkemuka asal Bangkalan, Jawa Timur, bernama Kiai Sufyan, yang oleh Husain kerap dipanggil dengan sebutan "Abuya". Ayahnya dikenal memiliki pengaruh besar dalam perkembangan dakwah dan pendidikan agama di wilayah Madura. Sementara itu, identitas sang ibu tidak pernah diungkap secara publik karena Husain memilih untuk menjaga privasi keluarga perempuannya. Menurutnya, prinsip

ini adalah bentuk penghormatan terhadap nilai kesopanan dan adab dalam keluarga yang menjunjung tinggi kehormatan perempuan.<sup>44</sup>

Husain dikenal sebagai pemuda keturunan Arab yang tumbuh dalam lingkungan religius dan penuh nilai-nilai keilmuan. Ia memiliki empat saudara kandung laki-laki, serta beberapa keponakan yang sering muncul dalam unggahan media sosialnya, khususnya di Instagram. Dalam salah satu video TikTok-nya, ia sempat menyebut bahwa keluarganya, terutama Abuya, Umi, dan para kakaknya adalah tipe "tsundere" — istilah populer dari budaya Jepang yang menggambarkan seseorang yang terlihat cuek namun sebenarnya peduli dan penuh kasih sayang. Ungkapan ini menunjukkan kedekatan emosional antara dirinya dan keluarganya yang meskipun tampak tegas, tetapi sangat memperhatikan satu sama lain.<sup>45</sup>

Di tengah kesibukannya sebagai mahasiswa dan anggota keluarga, Husain memiliki sejumlah hobi yang tak lepas dari nilai keislaman. Ia gemar membaca Al-Qur'an, berdakwah, dan berbicara di depan umum (public speaking). Kemampuan retorikanya yang kuat dan gaya penyampaian yang santai namun tetap sarat makna membuatnya mudah diterima oleh kalangan muda. Melalui akun TikTok-nya @kadamsidik00 yang kini memiliki 6,3 juta pengikut, serta akun Instagram @basyaman yang diikuti oleh 2,4 juta orang, Husain aktif menyebarkan

---

<sup>44</sup> iNews.id. (2023). *Profil dan Biodata Husain Basyaiban, Mahasiswa UINSA Surabaya yang Viral di TikTok*. Diakses dari: <https://www.inews.id/news/edukasi/profil-dan-biodata-husain-basyaiban>

<sup>45</sup> IntipSeleb. (2023). *Profil Husain Basyaiban, Pendakwah Muda Viral Asal Bangkalan*. Diakses dari: <https://www.intipseleb.com/lokal/83509-profil-husain-basyaiban-pendakwah-muda-viral-asal-bangkalan>

dakwah Islam dengan pendekatan kekinian. Isi dakwahnya pun tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga sosial, akhlak, hingga edukasi kehidupan sehari-hari. Banyak netizen memuji gaya berdakwah Husain yang ringan, jenaka, namun tetap mengena dan sesuai dalil syar'i.<sup>46</sup>

Pendidikan Husain pun mencerminkan konsistensinya dalam bidang agama. Ia menempuh pendidikan dasar di SDN Jaddih 01 Bangkalan, kemudian melanjutkan ke MTsN Bangkalan dan MAN Bangkalan. Saat ini, ia tercatat sebagai mahasiswa aktif di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya, jurusan Ilmu Hadis. Dalam kesehariannya di kampus, Husain juga dikenal aktif dalam kegiatan keagamaan dan pengabdian masyarakat. Ia pernah mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Pasuruan, Jawa Timur, dengan tema “Stunting dan DRPPA (Desa Ramah Perempuan dan Peduli Anak)”, yang menunjukkan perhatiannya terhadap isu sosial dan kesehatan masyarakat.<sup>47</sup>

Selain berdakwah, Husain juga aktif berwirausaha. Ia mengembangkan lini bisnis di bidang fashion muslim dengan merek “Muta Indonesia”, serta menjual produk parfum khas Makkah dan mengelola platform dakwah digital bernama Tawazun.idn. Cita-citanya cukup besar: ia ingin membangun sebuah pesantren terbuka yang dapat menampung santri dari kalangan dhuafa atau masyarakat

---

<sup>46</sup> Satria, B., Prasetyo, D., & Nurrohim, A. (2023). *Youth, Da'wah and TikTok: A Case Study of Husain Basyaiban*. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, Vol. 2(3).

<sup>47</sup> iNews.id. (2023). *Profil dan Biodata Husain Basyaiban, Mahasiswa UINSA Surabaya yang Viral di TikTok*. Diakses dari: <https://www.inews.id/news/edukasi/profil-dan-biodata-husain-basyaiban>

kurang mampu, agar semua orang bisa mengakses pendidikan agama yang berkualitas. Pandangan Husain dalam berdakwah menunjukkan sinergi antara tradisi dan teknologi. Ia tidak menolak modernitas, namun menggunakannya sebagai alat dakwah yang efektif. Metode dakwah Husain tergolong unik karena mampu memadukan pendekatan teks-teks klasik (kitab kuning) dengan cara penyampaian digital yang dekat dengan keseharian generasi Z.<sup>48</sup>

Husain Basyaiban merupakan contoh nyata dari generasi muda Muslim yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga kuat dalam nilai-nilai spiritual dan sosial. Ia menjadi inspirasi bagi banyak pemuda di Indonesia yang ingin berdakwah secara relevan dengan zaman, tanpa meninggalkan esensi ajaran Islam yang penuh kasih sayang dan rahmat bagi seluruh alam.

## **B. Konten TikTok Husain Basyaiban**

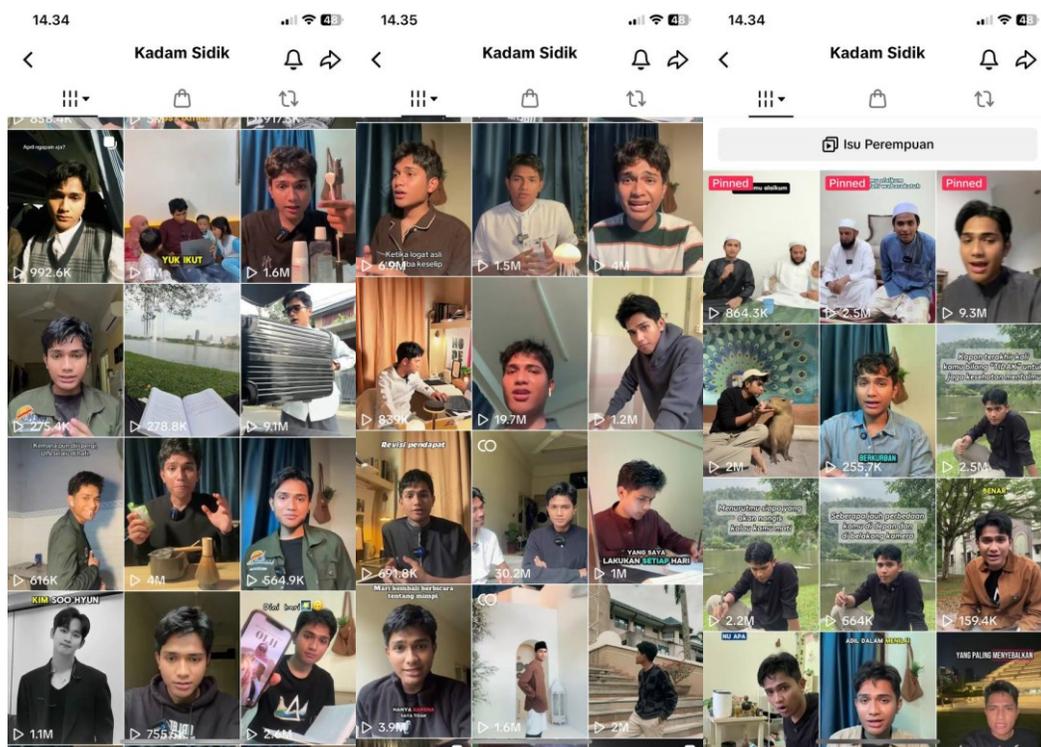
Husain Basyaiban sebagai pengguna TikTok menunjukkan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan kebanyakan pengguna lainnya. Ia tidak memanfaatkan platform tersebut untuk mengikuti tren populer seperti video joget yang sering viral, melainkan memilih untuk mengisinya dengan konten yang berisi pesan-pesan moral dan keagamaan yang lugas, sarat makna, serta memberikan manfaat nyata bagi para pengikutnya, terutama dari kalangan generasi muda. Akun TikTok miliknya secara konsisten digunakan sebagai sarana dakwah, di mana ia

---

<sup>48</sup> Satria, B., Prasetyo, D., & Nurrohim, A. (2023). *Youth, Da'wah and TikTok: A Case Study of Husain Basyaiban*. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, Vol. 2(3).

secara rutin membagikan video pendek berisi nasihat dan ajakan kebaikan. Sebagian besar isi dari konten tersebut merupakan hasil dari pemikiran dan refleksi pribadinya, meskipun ada juga beberapa konten yang terinspirasi dari permintaan atau arahan gurunya, yang menunjukkan bahwa ia tetap menjunjung tinggi nilai belajar dan bimbingan dari para pendidiknya.<sup>49</sup>

**Gambar 4.2**  
Postingan Konten Kadam Sidik pada Akun TikTok @kadamsidik00



<sup>49</sup> Dian Nur Utami, *Metode Dakwan Husain Basyaiban Melalui TikTok*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.

**Gambar 4.3**  
**Unggahan dengan Tema Pertanyaan Seputar Ramadhan**



Video TikTok yang diunggah oleh Husein Basyaiban pada tanggal 1 Maret 2025 ini membahas berbagai pertanyaan umum seputar hal-hal yang membatalkan dan tidak membatalkan puasa di bulan Ramadhan dan telah ditonton lebih dari 30 juta kali serta mendapatkan 2,9 juta suka. Dalam video tersebut, Husein secara ringkas dan lugas menjawab pertanyaan seperti apakah mimpi basah membatalkan puasa, hukum menyikat gigi saat puasa, mencium pasangan, penggunaan parfum, merokok dan vape, penggunaan inhaler, berenang, menangis, kentut, suntik obat, hingga penggunaan obat tetes mata. Ia menjelaskan bahwa mimpi basah tidak membatalkan puasa karena terjadi di luar kesengajaan, sementara menyikat gigi atau memakai parfum tidak membatalkan tetapi dapat menjadi makruh jika dilakukan

secara berlebihan atau setelah waktu zawal. Hal-hal seperti merokok dan vape termasuk membatalkan puasa karena masuk ke dalam rongga tubuh secara sengaja. Husein juga menegaskan bahwa berciuman dengan pasangan meskipun halal, bisa menjadi makruh jika memicu syahwat yang berujung membatalkan puasa. Beberapa aktivitas seperti menangis, kentut, memakai parfum, atau berenang tidak membatalkan puasa, tetapi tetap harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak mengganggu niat dan kekhusyukan.

Video ini disampaikan dengan gaya dakwah bil lisan digital, di mana kekuatan verbal dan ekspresi wajah menjadi media utama untuk menyampaikan pesan keagamaan. Husein memanfaatkan intonasi tegas, pilihan kata yang sederhana, dan struktur penyampaian yang sistematis untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut secara singkat namun informatif. Gaya penyampaiannya mencerminkan kombinasi antara gaya dominan dan atentif, seperti yang dijelaskan oleh Robert W. Norton dalam teori gaya komunikasi, yaitu kemampuan komunikator dalam mengendalikan arah pesan sekaligus menunjukkan perhatian penuh terhadap kebutuhan audiens. Konten ini sekaligus mencerminkan dakwah responsif yang menjawab keresahan umat secara langsung dan praktis.

Tingginya angka penayangan video ini, yang mencapai lebih dari 30 juta views, menunjukkan bahwa pendekatan dakwah semacam ini sangat diminati oleh masyarakat, terutama generasi muda. Format pendek, tema yang relevan, serta penyampaian yang jelas menjadikan dakwah ini bukan hanya informatif tetapi juga menggugah kesadaran keagamaan. Melalui video ini, Husein tidak hanya menjawab

persoalan hukum puasa secara fikih, tetapi juga mengajak umat untuk lebih memahami ibadah secara utuh—bukan hanya dari sisi ritual, tetapi juga kesadaran, niat, dan akhlak yang menyertainya.

**Gambar 4.4**  
**Unggahan dengan Tema Cuci Muka atau Mandi saat Puasa, batalkah?**



Video yang diunggah pada 5 Maret 2025 ini menyampaikan pesan dakwah seputar menjaga kebersihan wajah saat berpuasa di bulan Ramadan. Dalam video tersebut, Kadam Sidik menjelaskan bahwa mencuci muka tidak membatalkan puasa selama dilakukan dengan hati-hati dan tidak sampai menyebabkan air masuk ke dalam rongga tubuh seperti mulut atau tenggorokan. Ia menekankan bahwa Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi kebersihan, sebagaimana sabda Rasulullah SAW bahwa kebersihan adalah sebagian dari iman. Oleh karena itu, menjaga kebersihan diri, termasuk wajah, tetap penting meskipun sedang berpuasa. Video ini juga memberikan edukasi kepada umat Muslim agar tidak ragu menjaga

penampilan dan kebersihan selama Ramadan, asalkan dilakukan sesuai tuntunan syariat. Dalam konteks ini, Kadam menyampaikan bahwa kesalehan tidak hanya diukur dari ibadah yang bersifat ritual, tetapi juga dari perilaku dan perawatan diri yang mencerminkan akhlak Islami. Melalui konten ini, Kadam tidak hanya meluruskan kesalahpahaman umum tentang praktik berpuasa, tetapi juga mengajak penontonnya untuk menjadi Muslim yang bersih, rapi, dan tetap memperhatikan penampilan sebagai bentuk penghormatan terhadap ibadah yang sedang dijalani.

**Gambar 4.5**  
**Unggahan dengan Tema Efek Kemaksiatan**



Video yang diunggah pada 28 Oktober 2024 ini memuat pesan dakwah yang kuat tentang dampak buruk dari kemaksiatan terhadap hati dan ibadah seseorang. Dalam video tersebut, Kadam Sidik menyampaikan bahwa salah satu efek dari terus-menerus melakukan maksiat adalah hilangnya kenikmatan dalam beribadah,

seperti salat yang terasa hampa, dan hilangnya rasa bersalah saat melakukan dosa. Pesan ini menjadi peringatan penting bagi umat Islam agar tidak meremehkan dosa-dosa kecil karena jika dibiarkan, hati akan menjadi keras dan sulit menerima kebenaran. Kadam mengajak audiens untuk segera bertaubat dan menjaga hati dari kemaksiatan yang berulang. Konten ini menekankan pentingnya menjaga kesucian hati, karena hati yang bersih akan memancarkan keikhlasan dalam ibadah, sementara hati yang gelap karena dosa akan sulit merasakan manisnya iman.

**Gambar 3.6**  
**Unggahan dengan Tema Efek Kemaksiatan**



Video yang diunggah pada 16 Agustus 2024 ini memuat pesan dakwah yang sangat menyentuh tentang bahaya terbiasanya lisan dengan ucapan buruk, khususnya dalam menghadapi situasi kaget atau kesakitan. Dalam video tersebut, Kadam Sidik menegur kebiasaan sebagian orang yang ketika terkejut atau merasa

sakit, justru yang keluar dari lisannya adalah kata-kata kotor atau umpatan — yang diibaratkannya seperti “kebun binatang.” Ia kemudian mengingatkan dengan nada serius bahwa kematian bisa datang kapan saja, dan sangat mungkin seseorang meninggal dalam kondisi sedang sakit atau panik. Jika dalam kondisi tersebut lisan terbiasa mengucap hal buruk, maka dikhawatirkan yang keluar saat sakaratul maut bukanlah “*lā ilāha illallāh*”, melainkan ucapan-ucapan kotor yang biasa diucapkan selama hidup. Pesan utama dari dakwah ini adalah pentingnya menjaga lisan dan membiasakan diri mengucap zikir serta perkataan yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Karena sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW, seseorang akan meninggal sesuai dengan kebiasaannya. Konten ini menjadi peringatan keras namun penuh kasih agar umat Islam tidak meremehkan kebiasaan buruk yang terlihat sepele, namun bisa membawa dampak besar di akhir hayatnya.

### C. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Sebelum memaparkan hasil penelitian ini, peneliti terlebih dahulu menjelaskan langkah-langkah yang ditempuh selama penelitian. Tahap pertama adalah pengajuan surat pengantar penelitian dari Dekan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah (FUAD). Setelah mendapatkan persetujuan, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan. Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, yang membahas Bagaimana metode dakwah *Bil lisan* yang dilakukan oleh Husain Basyaiban, peneliti melakukan wawancara kepada 3 *followers* akun TikTok @kadamsidik00 dengan mengajukan pertanyaan sesuai dengan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya.

## 1. Analisis Hasil Wawancara Responden 1

Responden 1 adalah Dea Septi seorang pengajar berusia 26 tahun yang berdomisili di Bandar Lampung. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa keputusan Dea untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban dilatarbelakangi oleh ketertarikannya terhadap gaya penyampaian dakwah yang lugas namun tetap sopan. Hal ini menunjukkan bahwa konten Husain mampu membangun keterikatan emosional dan intelektual dengan pengikutnya, khususnya dari kalangan muda.

Pertanyaan pertama yang diajukan peneliti adalah apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?

*“Saya tertarik karena kontennya beda dari yang lain. Dia menyampaikan dakwah dengan gaya yang lugas tapi tetap sopan, dan kadang malah terasa seperti teman sendiri yang menasihati.”*

Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa responden tertarik mengikuti akun Husain Basyaiban karena gaya penyampaian dakwahnya yang tidak kaku dan terasa personal. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang bersifat hangat, sederhana, dan tidak menggurui sangat diminati oleh generasi muda. Gaya dakwah yang membumi membuat pesan-pesan agama lebih mudah diterima oleh audiens.

Peneliti bertanya bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?

*“Menurut saya cara dia cukup efektif, terutama untuk anak muda. Bahasa yang digunakan tidak terlalu berat, jadi mudah dimengerti bahkan oleh orang yang tidak punya latar belakang pendidikan agama.”*

Responden menilai bahwa metode penyampaian Husain sangat relevan untuk kalangan muda karena menggunakan bahasa sederhana. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan dakwah digital bukan hanya pada substansi pesan, tetapi juga pada kemampuan komunikator menyampaikan pesan dengan bahasa yang sesuai dengan segmen audiens.

Selanjutnya, peneliti bertanya menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?

*“Yang paling khas itu suaranya yang tegas dan ekspresinya yang serius. Tapi justru itu yang membuat pesannya terasa kuat dan nggak main-main. Dia juga sering pakai kutipan Al-Qur’an atau hadis secara langsung.”*

Keunikan yang ditangkap oleh responden menunjukkan bahwa unsur visual dan vokal (intonasi suara dan ekspresi wajah) memiliki kekuatan dalam membentuk karakter pendakwah di media sosial. Selain itu, penggunaan dalil langsung dari Al-Qur’an dan hadis memberi kesan kuat akan keotentikan dan keilmuan isi dakwah yang disampaikan.

Pertanyaan selanjutnya adalah apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?

*“Saya paling suka waktu dia bahas tentang lisan, seperti ucapan spontan saat kaget atau marah. Itu relatable banget, dan saya jadi sadar bahwa saya juga masih sering ngomong sembarangan.”*

Topik tentang menjaga lisan dianggap sangat relevan oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang menyentuh permasalahan sehari-hari (seperti kebiasaan bicara) cenderung lebih berdampak dan mudah diingat. Dakwah yang membahas isu personal dan sosial dengan pendekatan praktis dinilai lebih menyentuh hati audiens.

Pertanyaan yang kelima yakni Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?

*“Saya mulai follow sejak akhir tahun 2023. Awalnya dari FYP TikTok, ada video dia yang menegur orang yang suka bercanda soal agama. Dari situ saya penasaran dan mulai lihat-lihat kontennya.”*

Responden mengenal Husain dari fitur *For You Page (FYP)* TikTok. Ini menguatkan bahwa algoritma media sosial menjadi jalur strategis bagi penyebaran dakwah. Video yang menarik dan menegur secara santun mampu memicu rasa penasaran dan mendorong pengguna untuk mengeksplorasi lebih banyak konten dari akun tersebut.

Selanjutnya, peneliti bertanya mengenai apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?

*“Biasanya saya renungin sendiri dulu, kadang juga langsung saya save atau kirim ke teman yang menurut saya butuh nasihat itu juga. Kadang saya tulis di notes buat pengingat diri.”*

Dari jawaban ini terlihat bahwa konten tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga ditindaklanjuti secara aktif oleh responden. Aktivitas seperti menyimpan, membagikan, dan menulis ulang sebagai catatan pribadi

menunjukkan bahwa dakwah yang efektif mendorong audiens untuk melakukan refleksi dan berbagi manfaat dengan orang lain.

Pertanyaan terakhir adalah menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?

*“Penting banget. Banyak anak muda sekarang yang kurang dapet nasihat agama dari lingkungan sekitar. Jadi akun seperti dia bisa jadi perantara buat mengingatkan, apalagi lewat platform yang akrab dengan kita.”*

Responden melihat akun dakwah seperti Husain Basyaiban sebagai media penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada generasi muda yang minim akses dakwah tradisional. Hal ini memperkuat pandangan bahwa media sosial saat ini telah menjadi kanal dakwah alternatif yang efektif dan strategis, khususnya dalam menjangkau kalangan milenial dan Gen Z.<sup>50</sup>

## 2. Analisis Hasil Wawancara Responden 2

Responden 2 adalah Ilham Fadilah, seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang berdomisili di Bekasi. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Ilham memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban karena tertarik dengan gaya dakwahnya yang *to the point* dan membahas hal-hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Ketegasan dan keseriusan dalam penyampaian dakwah menjadi daya tarik tersendiri baginya. Hal ini menunjukkan bahwa konten Husain tidak hanya menyentuh aspek keagamaan,

---

<sup>50</sup> Wawancara Follower Tiktok Husain Basyaiban, Dea Septi, 5 Mei 2025

tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens muda yang sedang mencari keteladanan dalam bentuk yang lebih nyata dan langsung.

Pertanyaan pertama oleh peneliti adalah apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?

*“Awalnya saya nggak sengaja lihat kontennya lewat FYP, terus saya ngerasa cocok dengan cara penyampaiannya yang nggak bertele-tele. Isi kontennya juga to the point, langsung menyinggung hal yang sering kita lakuin sehari-hari.”*

Responden mengikuti akun Husain Basyaiban karena kontennya muncul secara organik di FYP TikTok dan langsung terasa relevan dengan kehidupan sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial menjadi jalur penting dalam menjangkau audiens baru, dan gaya dakwah yang langsung, lugas, serta membahas persoalan aktual menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan muda.

Selanjutnya, peneliti bertanya mengenai bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?

*“Saya suka karena dia berbicara seperti orang tua yang peduli. Tegas tapi tetap sopan. Dia juga nggak terlalu banyak bercanda, jadi kesannya serius dan beneran niat ngajak kebaikan.”*

Gaya penyampaian dakwah yang tegas namun sopan dianggap efektif oleh responden. Husain Basyaiban dinilai tidak asal-asalan dalam menyampaikan dakwah. Ia tampil sebagai sosok yang konsisten dan serius dalam mengajak ke jalan kebaikan. Hal ini memperlihatkan bahwa kalangan

muda tidak selalu menyukai konten yang ringan dan lucu, tetapi juga menghargai ketulusan dan keseriusan dalam berdakwah.

Pertanyaan selanjutnya adalah menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?

*“Yang saya lihat, dia selalu pakai pakaian hitam dan ekspresinya hampir selalu serius. Tapi justru itu jadi ciri khasnya. Selain itu, dia juga jarang bahas hal-hal yang terlalu umum. Biasanya topiknya agak dalam, misalnya soal adab, niat, atau tauhid.”*

Ciri khas Husain Basyaiban yang paling mencolok menurut responden adalah penampilan visual dan pilihan topik dakwah. Gaya serius, berpakaian sederhana, serta membahas hal-hal mendasar dalam agama seperti niat dan tauhid menciptakan identitas yang kuat di tengah ragam konten dakwah lainnya yang cenderung lebih santai. Hal ini memperkuat daya ingat dan kesan mendalam bagi penonton.

Pertanyaan ke empat yang diajukan peneliti adalah apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?

*“Saya paling suka waktu dia bahas soal sikap cuek terhadap salat. Karena kadang saya sendiri masih suka lalai. Dia bilang kalau kita jarang salat, janggan heran kalau hidup kita terasa sempit dan itu ngena banget.”*

Topik yang paling membekas bagi responden adalah tentang kelalaian salat. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang membahas ibadah wajib dengan pendekatan reflektif sangat efektif dalam menyentuh sisi spiritual penonton.

Respons “ngena banget” mencerminkan bahwa dakwah Husain mampu menciptakan kesadaran diri yang kuat melalui penyampaian yang jujur dan lugas.

Peneliti juga bertanya sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?

*“Sekitar awal tahun 2024. Saya pertama lihat dari repost orang di Instagram. Waktu saya buka TikTok-nya, ternyata isi kontennya konsisten dan langsung banyak yang menyentuh saya.”*

Responden mulai mengenal akun Husain melalui konten yang dibagikan ulang di media sosial lain (Instagram), lalu berlanjut ke eksplorasi konten di TikTok. Ini menunjukkan bahwa distribusi dakwah tidak hanya terbatas pada satu platform, melainkan juga menyebar melalui lintas media sosial. Konsistensi isi juga menjadi faktor yang membuat responden tertarik untuk terus mengikuti.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti adalah apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?

*“Biasanya saya diam sejenak, mikir. Kadang langsung saya screenshot atau saya save, buat saya lihat lagi nanti kalau butuh pengingat. Kadang juga saya pakai buat status WA.”*

Dari jawaban ini dapat disimpulkan bahwa konten Husain tidak hanya menjadi tontonan pasif, tetapi juga mendorong aktivitas lanjutan seperti refleksi pribadi, menyimpan kutipan, dan berbagi ke media sosial pribadi. Ini

menunjukkan bahwa dakwah yang menyentuh tidak berhenti di layar, tetapi bisa terus hidup di ruang pribadi dan sosial audiens.

Pertanyaan terakhir dari peneliti adalah, menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?

*“Penting banget sih. Banyak anak muda sekarang yang nggak punya akses atau malu datang ke kajian. Tapi lewat TikTok, kita tetap bisa dapet nasihat yang keras tapi menyentuh. Jadi semacam teguran halus tapi dalam format yang relate.”*

Responden melihat akun Husain Basyaiban sebagai alternatif penting bagi anak muda yang tidak terjangkau oleh forum keagamaan formal. TikTok menjadi ruang dakwah yang “relate” dengan keseharian anak muda. Teguran yang keras namun tidak menyakitkan dianggap menjadi gaya yang efektif untuk menyentuh hati tanpa membuat defensif.<sup>51</sup>

### 3. Analisis Hasil Wawancara Responden 3

Responden 3 adalah Nur Aini, seorang mahasiswi berusia 19 tahun yang berdomisili di Semarang. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Siti mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban karena merasa tersentuh oleh pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan singkat namun mengena. Gaya penyampaian yang tegas dan tidak bertele-tele menjadi nilai lebih yang membuatnya betah mengikuti akun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang langsung, padat, dan relevan sangat diminati oleh

---

<sup>51</sup> Wawancara Follower Tiktok Husain Basyaiban, Ilham Fadilah, 7 Mei 2025

generasi muda saat ini, terutama di tengah maraknya konten hiburan di media sosial.

Peneliti mengajukan pertanyaan pertama yakni apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?

*“Saya pertama kali lihat videonya waktu lagi scroll TikTok malam-malam. Isi pesannya langsung kena ke hati, padahal cuma video pendek. Karena itu saya langsung follow, biar nggak ketinggalan nasihat-nasihat berikutnya.”*

Responden menunjukkan bahwa daya tarik utama dari akun Husain Basyaiban adalah kekuatan pesan yang disampaikan dalam waktu singkat. Konten pendek namun menyentuh secara emosional terbukti efektif dalam menarik perhatian pengguna media sosial. Format yang ringkas membuat pesan lebih mudah dicerna dan diingat.

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?

*“Menurut saya cara beliau itu tegas tapi tetap nyaman didengar. Nggak terlalu lembut, tapi juga nggak kasar. Terasa sekali kalau beliau ingin benar-benar menyadarkan, bukan sekadar buat konten saja.”*

Gaya penyampaian yang tegas namun tidak kasar dipandang positif oleh responden. Ia merasa bahwa Husain menyampaikan dakwah dengan niat yang tulus dan bukan hanya untuk popularitas. Hal ini memperkuat persepsi bahwa keaslian niat dalam berdakwah menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan audiens, terutama generasi muda yang cenderung sensitif terhadap ketulusan.

Pertanyaan ketiga adalah, menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?

*“Kontennya pendek tapi penuh makna. Kadang cuma satu menit, tapi pesannya dalam banget. Terus ekspresi wajah beliau yang serius bikin kita jadi ikut serius juga waktu nonton.”*

Ciri khas yang ditangkap oleh responden adalah kedalaman pesan dalam durasi yang singkat dan ekspresi serius dari pendakwah. Ini menunjukkan bahwa durasi bukanlah hambatan dalam menyampaikan dakwah yang kuat. Bahkan ekspresi wajah yang konsisten pun dapat menjadi elemen nonverbal yang memperkuat pesan yang disampaikan.

Kemudian peneliti bertanya apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?

*“Saya paling suka waktu beliau bahas tentang pentingnya menjaga aurat dan tidak bercanda berlebihan tentang agama. Karena di lingkungan saya banyak yang suka anggap hal-hal itu sepele. Jadi saya merasa diingatkan dan lebih hati-hati dalam bersikap.”*

Topik-topik sensitif seperti aurat dan bercanda soal agama dianggap penting oleh responden karena relevan dengan lingkungan sosialnya. Dakwah yang menyoroti masalah-masalah yang sering dianggap remeh namun berdampak besar dianggap lebih bermakna. Ini menunjukkan bahwa dakwah yang menyentuh aspek keseharian sosial anak muda lebih mudah diterima dan direnungkan.

Pertanyaan kelima yang diajukan peneliti adalah sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?

*“Kalau nggak salah sejak awal 2024. Waktu itu banyak teman saya juga yang share videonya di story WhatsApp. Dari situ saya mulai sering lihat di TikTok dan akhirnya follow.”*

Konten dakwah Husain menyebar tidak hanya melalui TikTok, tetapi juga melalui media sosial lain seperti WhatsApp. Ini menunjukkan efek viralitas dari konten dakwah yang kuat, di mana distribusi konten menjadi lintas platform secara organik karena daya tarik pesan yang kuat dan relevan.

Pertanyaan berikutnya adalah apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?

*“Saya biasanya screenshot kutipan yang menurut saya penting. Kadang juga saya catat di jurnal pribadi saya biar bisa dibaca ulang kalau lagi futur atau malas ibadah.”*

Responden tidak hanya mengonsumsi konten secara pasif, tetapi juga menyimpan kutipan sebagai bentuk internalisasi nilai. Tindakan mencatat dan menyimpan menunjukkan adanya penghargaan terhadap isi dakwah dan niat untuk menjadikan pesan tersebut sebagai pengingat jangka panjang, terutama saat mengalami penurunan semangat ibadah (futur).

Pertanyaan terakhir yang diajukan peneliti adalah, menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?

*“Menurut saya sangat membantu. Karena sekarang anak muda lebih sering buka TikTok daripada baca buku agama. Jadi kalau ada yang berdakwah di TikTok dengan konten yang jelas dan dalil yang kuat, itu sangat bermanfaat buat pengingat kita sehari-hari.”*

Responden menyadari pergeseran media belajar agama dari buku ke platform digital. Ia melihat bahwa akun dakwah seperti Husain sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan anak muda yang lebih visual dan cepat dalam menerima informasi. Validitas isi dakwah juga menjadi perhatian, di mana dalil yang kuat menjadi nilai tambah yang penting.<sup>52</sup>

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan wawancara terhadap tiga orang responden, yaitu Dea Septi (responden 1), M. Ilham Fadilah (responden 2), dan Nur Aini (responden 3), ditemukan bahwa ketiganya memiliki kesan yang positif dan mendalam terhadap konten dakwah Husain Basyaiban di TikTok. Meskipun mereka memiliki latar belakang dan lokasi berbeda, seluruh responden merasakan bahwa konten yang disampaikan Husain berhasil menyentuh aspek emosional, spiritual, dan kesadaran keagamaan mereka. Hal ini sangat erat kaitannya dengan metode dakwah *bil lisan*, yaitu menyampaikan ajaran agama secara verbal atau lisan, baik secara langsung maupun melalui media.

Husain Basyaiban menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah *bil lisan* digital, di mana pesan-pesan agama disampaikan melalui suara, ekspresi

---

<sup>52</sup> Wawancara Follower Tiktok Husain Basyaiban, Nur Aini, 9 Mei 2025

wajah, dan intonasi yang kuat. Meskipun tidak dilakukan secara tatap muka, unsur verbal tetap menjadi medium utama penyampaian pesan dakwahnya.

Ketiga responden sepakat bahwa gaya penyampaian Husain sangat khas: lugas, tegas, namun tetap sopan dan tidak menggurui. Responden 1 (Dea) merasa bahwa gaya seperti ini menciptakan kedekatan emosional, seolah-olah dinasihati oleh teman atau saudara yang peduli. Responden 2 (Ilham) menyebutnya seperti teguran dari orang tua yang peduli, sementara Responden 3 (Nur) menyebutnya sebagai nasihat yang singkat tapi mengena. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan lisan dalam menyampaikan dakwah masih sangat efektif di era digital, selama penyampaian dilakukan dengan niat tulus dan pendekatan yang tepat sasaran.

Topik-topik yang disampaikan Husain, seperti menjaga lisan saat emosi, kelalaian salat, aurat, bercanda soal agama, hingga sikap terhadap ibadah, dinilai sangat relevan oleh ketiga responden. Dalam konteks dakwah *bil lisan*, pemilihan tema yang dekat dengan keseharian audiens membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diresapi. Hal ini juga memperlihatkan pemahaman Husain terhadap kebutuhan psikologis dan spiritual generasi muda, yang seringkali membutuhkan pendekatan verbal yang tidak terlalu formal, tetapi tetap bernilai religius.

Meskipun dakwah *bil lisan* berfokus pada ujaran atau kata-kata, dalam konten video TikTok ekspresi wajah dan intonasi menjadi unsur penekanan yang sangat penting. Semua responden menyinggung gaya bicara Husain yang tegas dengan ekspresi serius, yang justru memperkuat kesan ketulusan dan kekuatan pesan. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks modern, dakwah *bil lisan* tidak hanya

mengandalkan suara, tetapi juga didukung oleh komunikasi nonverbal yang mempertegas makna lisan tersebut.

Responden tidak hanya menonton konten Husain, tetapi juga melakukan tindakan lanjutan seperti menyimpan video, membagikannya ke teman atau keluarga, membuat catatan pribadi, hingga menjadikan konten tersebut sebagai status atau pengingat harian. Ini merupakan indikator keberhasilan dakwah *bil lisan*, di mana pesan yang disampaikan secara verbal menggerakkan audiens untuk melakukan refleksi dan penyebaran nilai kepada lingkungannya.

Ketiga responden mengakui bahwa mereka jarang atau tidak selalu memiliki akses ke kajian langsung, baik karena faktor waktu, lingkungan, maupun rasa malu. Dalam kondisi ini, dakwah *bil lisan* via TikTok menjadi solusi efektif dan fleksibel. Husain Basyaiban berperan sebagai "ustaz digital" yang mampu hadir di tengah kehidupan mereka lewat medium yang sudah akrab dan mudah diakses.

Melalui pendekatan dakwah *bil lisan*, Husain Basyaiban berhasil membangun hubungan yang kuat antara pesan agama dan kebutuhan spiritual generasi muda. Dengan konten yang singkat, tegas, dan relevan, disertai penggunaan media sosial secara bijak, ia mampu menghadirkan bentuk dakwah kontemporer yang tetap menjaga nilai tradisional: menyeru pada kebaikan dengan lisan yang jelas, lugas, dan menyentuh hati.

Gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Husein Basyaiban dalam media sosial TikTok mengacu pada teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert W. Norton. Norton menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan cara

seseorang berinteraksi secara verbal maupun paraverbal, mencerminkan bagaimana pesan dimaknai oleh penerimanya.<sup>53</sup> Gaya komunikasi berperan penting dalam menentukan keberhasilan penyampaian pesan, terutama dalam konteks dakwah yang membutuhkan kejelasan, empati, dan daya tarik penyampaian.

Hasil observasi terhadap konten dakwah dan wawancara dengan followers akun TikTok @kadamsidik00 menunjukkan bahwa Husein Basyaiban menggabungkan beberapa gaya komunikasi secara bersamaan. Gaya dominannya terlihat dari cara penyampaian yang tegas, penggunaan suara dengan tekanan yang kuat, serta ekspresi wajah yang menunjukkan keseriusan dalam menyampaikan pesan keagamaan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan responden Ilham, *“Saya suka karena dia berbicara seperti orang tua yang peduli. Tegas tapi tetap sopan.”*

Gaya dramatis muncul melalui penekanan suara dan pilihan diksi yang kuat dalam setiap video dakwahnya. Durasi video yang singkat tidak mengurangi kedalaman pesan karena ekspresi dan nada suara dikemas secara menarik. Responden Nur Aini menyebutkan, *“Kontennya pendek tapi penuh makna. Kadang cuma satu menit, tapi pesannya dalam banget.”*

Gaya atentif tampak dari pilihan topik dakwah yang dekat dengan realitas kehidupan anak muda. Isu-isu seperti menjaga aurat, pentingnya salat, dan adab dalam berbicara dipilih dengan cermat agar sesuai dengan kebutuhan spiritual

---

<sup>53</sup> Robert W. Norton, dikutip dalam Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 57.

audiens. Responden Dea mengatakan, *“Dia menyampaikan dakwah dengan gaya yang lugas tapi tetap sopan, dan kadang malah terasa seperti teman sendiri yang menasihati.”*

Konten Husein Basyaiban juga menunjukkan gaya bersahabat dan terbuka, terlihat dari penggunaan bahasa sehari-hari, analogi ringan, serta selipan humor khas Madura. Penyampaian seperti ini menjadikan pesan dakwah terasa akrab dan tidak berjarak dengan audiensnya. Gabungan dari gaya komunikasi tersebut menunjukkan kemampuan Husein Basyaiban dalam menyesuaikan bentuk dakwah dengan karakteristik media sosial dan pola komunikasi generasi digital. Gaya penyampaian yang jelas, relevan, dan mengena menjadikan pesan-pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima oleh khalayak luas.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga responden yang merupakan pengikut akun TikTok Husain Basyaiban, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui metode dakwah *bil lisan* memiliki efektivitas yang tinggi dalam menyentuh kesadaran religius generasi muda. Keunikan penyampaian Husain, seperti durasi video yang singkat, ekspresi wajah yang serius, dan pemilihan topik yang relevan dengan problematika anak muda seperti salat, aurat, bercanda soal agama, dan kelalaian ibadah mampu membangun daya tarik tersendiri. Kontennya tidak hanya ditonton, tetapi juga disimpan, dicatat, bahkan dibagikan kembali oleh para pengikutnya sebagai bentuk internalisasi nilai dakwah.

Hal ini menunjukkan bahwa dakwah *bil lisan* melalui media sosial berpotensi besar dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara luas dan efektif, selama dikemas dengan pendekatan yang kontekstual, komunikatif, dan menyentuh sisi psikologis audiens.

#### B. Saran

Melalui hasil penelitian ini, disarankan agar para pendakwah dapat memanfaatkan metode dakwah *bil lisan* secara optimal di media sosial, dengan mengedepankan gaya penyampaian yang tegas, relevan, dan menyentuh persoalan nyata di kalangan anak muda, sebagaimana dilakukan oleh Husain

Basyaiban. Generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial juga diharapkan lebih bijak dalam memilih konten dakwah yang dapat membangun kesadaran keagamaan secara mendalam. Penelitian ini dapat menjadi acuan awal bagi studi lanjutan yang ingin mengkaji pengaruh dakwah digital secara lebih luas, dengan cakupan responden dan pendekatan metode dakwah yang beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bayanuni Muhammad Abu Al-Fath. (2010). *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Cetakan keempat Jakarta : Pustaka Al Kautsar.
- Ali Aziz, Moh.(2004). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media. Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, Al Munzir, Vol.9.No. 1.
- Alo Liliweri, Komunikasi Serba Ada Serba Makna, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011) hal. 309-310
- Aziz Abdul Rauf. (2020). *Al Qur'anul Karim Al Hafiz*, Cordoba, Bandung.
- Bungin Burhan. (2006). *Metode Peneitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Farhan Muhammad, Yahya. (2019). Dakwah Online Masyarakat Bermedia Online, *Jurnal Riset danKonseptual*.
- <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ed1436089ba/media-sosial-favorit-gen-z-indonesia-awal-2024>
- <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/profil-dan-biodata-kadam-sidik-alias-husain-basyaiban-pendakwah-muda-yang-sempat-dukung-anies-baswedan-di-pilpres-2024>
- Meleong, Lexi J., and P. R. R. B.(2004). Edisi. “*Metodelogi Penelitian*” Bandung: Penerbitan Remaja Rosdakarya.
- Moleong Lexy J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ni'amah Lutfhi Ulfa, Anggita Falestyana Sari. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah(Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)”. *Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 02 No.1*.
- Pirol, Abdul. (2018). *Komunikasi Dan Dakwah Islam*, Deepublish Grup Penerbitan CVBUDI UTAMA.
- Purhantara Wahyu.(2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qadaruddin, Muhammad Abdullah. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jawa Timur : CV Qiara Media.
- Robert W. Norton, dikutip dalam Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 57.

- Rolando, DM (2022). Analisis Pengelolaan Konten Aplikasi Islam Sebagai Media Informasi. *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran ...*, jurnal.staithawalib.ac.id.
- Rubawati Efa. (2018). “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah,” *Jurnal Studi Komunikasi* 2, No.1.
- Sari Afna Fitria, (2020). Dakwah Online dan Perubahan Sosial di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan konseling*. Vol. 4 No.4.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R dan D*, Bamdung : Alfaberta.
- We Are Social & Hootsuite. *Digital 2024: Global Overview Report*. [www.datareportal.com](http://www.datareportal.com)
- Widodo Anton, Fathurrohman. (2019). Dakwah Islam Era Revolusi Industri, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Wijaya Hengki, Umarti. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

# LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0127/In.28.4/D.1/PP.00.9/03/2025  
 Lampiran : -  
 Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

17 Maret 2025

Yth.

**Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I**

di -

Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Renita Oktavia Shabilla  
 NPM : 1803062066  
 Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
 Judul : Dakwah di Era Digital: Analisis Metode Dakwah Husein Basyaiban melalui Tiktok

Dengan ketentuan :

**1 Pembimbing**

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

**Mahasiswa**

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing
  - b Mahasiswa mengajukan surat *research* setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I,II dan III dari Pembimbing
  - c Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat *research* dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
  - 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
  - 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
    - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
    - b Isi ± 3/6 bagian.
    - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Wakil Dekan I  
 Bidang Akademik dan Kelembagaan

Khoirurrijal

**OUTLINE**  
**DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN**  
**BASYAIBAN MELALUI TIKTOK**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ORISINALITAS PENELITIAN**

**MOTTO**

**PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Batasan Masalah
- C. Pertanyaan Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Ruang Lingkup Dakwah
  - 1. Pengertian Dakwah
  - 2. Tujuan Dakwah
  - 3. Dasar Hukum Dakwah
  - 4. Unsur-Unsur Dakwah
  - 5. Metode Dakwah
- B. Gaya Komunikasi
  - 1. Gaya Komunikasi Dakwah
  - 2. Gaya Komunikasi Menurut Robert W. Norton
- C. Sejarah Aplikasi Tiktok
  - 1. Pengertian Aplikasi Tiktok

2. Sejarah Aplikasi Tiktok
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
  1. Jenis Penelitian
  2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
  1. Sumber Data Primer
  2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
  1. Teknik Wawancara
  2. Teknik Dokumentasi
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

### **BAB IV PEMBAHASAN**

- A. Profil Husain Basyaiban
- B. Konten Tiktok Husain Basyaiban
- C. Deskripsi Data Hasil Penelitian
- D. Pembahasan

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui,  
Pembimbing skripsi

Metro, 15 Mei 2025  
Mahasiswa peneliti



**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**

NIP. 199203202023211020



**Renita Octavia Shabilla**

NPM. 1803062066

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN**  
**BASYAIBAN MELALUI TIKTOK**

**A. Wawancara**

**LEMBAR WAWANCARA**

**Nama Responden** :

**Usia** :

**Jenis Kelamin** :

**Profesi / Status** :

**Domisili** :

**Tanggal Wawancara:**

1. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?
2. Bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?
3. Menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?
4. Apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?
5. Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?
6. Apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?
7. Menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?

**B. Dokumentasi**

Dokumentasi yang ada pada penelitian ini merupakan semua hal baik foto maupun data yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti data media sosial favorit Gen Z dan konten-konten Husain Basyaiban di akun TikToknya @kadamsidik00.

Mengetahui,  
Pembimbing skripsi



**Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I**  
NIP. 199203202023211020

Metro, 15 Mei 2025  
Mahasiswa peneliti



**Renita Oktavia Shabilla**  
NPM. 1803062066

## HASIL WAWANCARA – RESPONDEN 1

**Nama Responden:** Dea Septi

**Usia:** 26 tahun

**Jenis Kelamin:** Perempuan

**Profesi / Status:** Pengajar

**Domisili:** Bandar Lampung

**Tanggal Wawancara:** 5 Mei 2025

**1. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?**

*Saya tertarik karena kontennya beda dari yang lain. Dia menyampaikan dakwah dengan gaya yang lugas tapi tetap sopan, dan kadang malah terasa seperti teman sendiri yang menasihati.*

**2. Bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?**

*Menurut saya cara dia cukup efektif, terutama untuk anak muda. Bahasa yang digunakan tidak terlalu berat, jadi mudah dimengerti bahkan oleh orang yang tidak punya latar belakang pendidikan agama.*

**3. Menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?**

*Yang paling khas itu suaranya yang tegas dan ekspresinya yang serius. Tapi justru itu yang membuat pesannya terasa kuat dan nggak main-main. Dia juga sering pakai kutipan Al-Qur'an atau hadis secara langsung.*

**4. Apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?**

*Saya paling suka waktu dia bahas tentang lisan, seperti ucapan spontan saat kaget atau marah. Itu relatable banget, dan saya jadi sadar bahwa saya juga masih sering ngomong sembarangan.*

**5. Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?**

*Saya mulai follow sejak akhir tahun 2023. Awalnya dari FYP TikTok, ada video*

*dia yang menegur orang yang suka bercanda soal agama. Dari situ saya penasaran dan mulai lihat-lihat kontennya.*

**6. Apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?**

*Biasanya saya renungin sendiri dulu, kadang juga langsung saya save atau kirim ke teman yang menurut saya butuh nasihat itu juga. Kadang saya tulis di notes buat pengingat diri.*

**7. Menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?**

*Penting banget. Banyak anak muda sekarang yang kurang dapet nasihat agama dari lingkungan sekitar. Jadi akun seperti dia bisa jadi perantara buat mengingatkan, apalagi lewat platform yang akrab dengan kita.*

## HASIL WAWANCARA – RESPONDEN 2

**Nama Responden:** M. Ilham Fadilah

**Usia:** 22 tahun

**Jenis Kelamin:** Laki-laki

**Profesi / Status:** Mahasiswa

**Domisili:** Bekasi

**Tanggal Wawancara:** 7 Mei 2025

**1. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?**

*Awalnya saya nggak sengaja lihat kontennya lewat FYP, terus saya ngerasa cocok dengan cara penyampaiannya yang nggak bertele-tele. Isi kontennya juga to the point, langsung menyinggung hal yang sering kita lakuin sehari-hari.*

**2. Bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?**

*Saya suka karena dia berbicara seperti orang tua yang peduli. Tegas tapi tetap sopan. Dia juga nggak terlalu banyak bercanda, jadi kesannya serius dan beneran niat ngajak kebaikan.*

**3. Menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?**

*Yang saya lihat, dia selalu pakai pakaian hitam dan ekspresinya hampir selalu serius. Tapi justru itu jadi ciri khasnya. Selain itu, dia juga jarang bahas hal-hal yang terlalu umum. Biasanya topiknya agak dalam, misalnya soal adab, niat, atau tauhid.*

**4. Apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?**

*Saya paling suka waktu dia bahas soal sikap cuek terhadap salat. Karena kadang saya sendiri masih suka lalai. Dia bilang kalau kita jarang salat, jangan heran kalau hidup kita terasa sempit dan itu ngena banget.*

**5. Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?**

*Sekitar awal tahun 2024. Saya pertama lihat dari repost orang di Instagram. Waktu saya buka TikTok-nya, ternyata isi kontennya konsisten dan langsung banyak yang menyentuh saya.*

**6. Apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?**

*Biasanya saya diam sejenak, mikir. Kadang langsung saya screenshot atau saya save, buat saya lihat lagi nanti kalau butuh pengingat. Kadang juga saya pakai buat status WA.*

**7. Menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?**

*Penting banget sih. Banyak anak muda sekarang yang nggak punya akses atau malu datang ke kajian. Tapi lewat TikTok, kita tetap bisa dapet nasihat yang keras tapi menyentuh. Jadi semacam teguran halus tapi dalam format yang relate.*

## HASIL WAWANCARA – RESPONDEN 3

**Nama Responden:** Nur Aini

**Usia:** 19 tahun

**Jenis Kelamin:** Perempuan

**Profesi / Status:** Mahasiswi

**Domisili:** Semarang

**Tanggal Wawancara:** 9 Mei 2025

**1. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti akun TikTok Husain Basyaiban?**

*Saya pertama kali lihat videonya waktu lagi scroll TikTok malam-malam. Isi pesannya langsung kena ke hati, padahal cuma video pendek. Karena itu saya langsung follow, biar nggak ketinggalan nasihat-nasihat berikutnya.*

**2. Bagaimana pendapat Anda tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan dakwah di media sosial?**

*Menurut saya cara beliau itu tegas tapi tetap nyaman didengar. Nggak terlalu lembut, tapi juga nggak kasar. Terasa sekali kalau beliau ingin benar-benar menyadarkan, bukan sekadar buat konten saja.*

**3. Menurut Anda, apa keunikan atau ciri khas dari konten yang dibagikan oleh Husain Basyaiban?**

*Kontennya pendek tapi penuh makna. Kadang cuma satu menit, tapi pesannya dalam banget. Terus ekspresi wajah beliau yang serius bikin kita jadi ikut serius juga waktu nonton.*

**4. Apakah ada tema atau topik tertentu dari kontennya yang paling Anda sukai? Mengapa?**

*Saya paling suka waktu beliau bahas tentang pentingnya menjaga aurat dan tidak bercanda berlebihan tentang agama. Karena di lingkungan saya banyak yang suka anggap hal-hal itu sepele. Jadi saya merasa diingatkan dan lebih hati-hati dalam bersikap.*

**5. Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun Husain Basyaiban, dan bagaimana awalnya Anda mengenalnya?**

*Kalau nggak salah sejak awal 2024. Waktu itu banyak teman saya juga yang share videonya di story WhatsApp. Dari situ saya mulai sering lihat di TikTok dan akhirnya follow.*

**6. Apa yang biasanya Anda lakukan setelah menonton konten-konten dakwah dari akun tersebut?**

*Saya biasanya screenshot kutipan yang menurut saya penting. Kadang juga saya catat di jurnal pribadi saya biar bisa dibaca ulang kalau lagi futur atau malas ibadah.*

**7. Menurut Anda, bagaimana peran akun seperti Husain Basyaiban dalam kehidupan beragama anak muda saat ini?**

*Menurut saya sangat membantu. Karena sekarang anak muda lebih sering buka TikTok daripada baca buku agama. Jadi kalau ada yang berdakwah di TikTok dengan konten yang jelas dan dalil yang kuat, itu sangat bermanfaat buat pengingat kita sehari-hari.*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-659/In.28/S/U.1/OT.01/07/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RENITA OKTAVIA SHABILLA  
NPM : 1803062066  
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 1803062066.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 17 Juli 2025  
Kepala Perpustakaan,

Aan Gunoni, S.I.Pust.  
NIP. 19920428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuadainmetro@gmail.com

**SURAT KETERANGAN TURNITIN SKRIPSI**

Nomor:0455 /In.28.4/J.1/PP.00.9/05/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agam Anantama, M.I.Kom  
 NIP : 199203202023211020  
 Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Renita Oktavia Shabilla  
 NPM : 1803062066  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Judul Proposal Skripsi : DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS METODE DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN MELALUI TIKTOK

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi **Skripsi** melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan **18 %**

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 25 Mei 2025  
 Ketua Program Studi KPI



**Agam Anantama**

Tembusan :

1. Dekan FUAD IAIN Metro
2. Wakil Dekan I FUAD IAIN Metro
3. Kabag TU FUAD IAIN Metro
4. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama : Renita Oktavia Shabilla      Fakultas/Prodi : FUAD/KPI**  
**NPM : 1803062066                      Semester : XIV**

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19 / 9 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ACC Bab I li li</li> <li>- Buat APO</li> <li>- Pedoman Wawancara buat list patas</li> <li>- Dokumentasi screen shoot</li> <li>- pedoman Ujicawas buat belah.</li> </ul>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**  
NIP. 198710032023211027

**Renita Oktavia Shabilla**  
NPM. 1803062066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website :www.febi.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama : Renita Oktavia Shabilla      Fakultas/Prodi : FUAD/KPI**  
**NPM : 1803062066                      Semester : XIV**

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	28/2025 /4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asg APD disesuaikan dengan pedoman</li> <li>- Pam disesuaikan dengan pan pan 14 walay ada dibuat untuk walay panh wahl</li> </ul>	

Dosen Pembimbing,

**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**  
NIP. 198710032023211027

Mahasiswa Ybs,

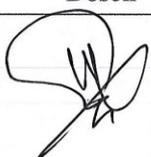
**Renita Oktavia Shabilla**  
NPM. 1803062066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
 K1. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
 Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama : Renita Oktavia Shabilla**      **Fakultas/Prodi : FUAD/KPI**  
**NPM : 1803062066**                      **Semester : XIV**

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	30/4/2016	- Tambahannya teori meton but lisan untuk selain analisis  - Sistematisa diakhir	
	8/5/2016	- Analisis pantiarasi bawara metode yg kayak kualitatif sebelum hasil wawancara agar dibarengi dengan analisis pendulu.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**  
 NIP. 198710032023211027



**Renita Oktavia Shabilla**  
 NPM. 1803062066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama : Renita Oktavia Shabilla**  
**NPM : 1803062066**

**Fakultas/Prodi : FUAD/KPI**  
**Semester : XIV**

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19 / 5 2025	- Kesimpulan harus Mm, pafagen p arditan san deanali pembulanan dibab <u>W</u> .	
	19 / 5 2025	- Aba Bab <u>IV</u> <u>V</u>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



**Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I**  
NIP. 198710032023211027



**Renita Oktavia Shabilla**  
NPM. 1803062066

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Renita Oktavia Shabilla lahir di Metro pada tanggal 05 Oktober 2000 alamat tempat tinggal di 22 Hadimulyo Timur Kecamatan Metro Pusat. Peneliti adalah anak perempuan dari pasangan bapak Abdul Soeb dan ibu Ida Farida. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara awal pendidikan peneliti dari TK LPM Hadimulyo lulus pada tahun 2006 dan kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 10 Metro Pusat dan lulus pada tahun 2012. Peneliti kemudian melanjutkan ke SMP Ma'arif 1 Metro dan lulus pada tahun 2015 setelah itu melanjutkan studi di SMK Ma'arif 1 Metro dan lulus pada tahun 2018. Setelah lulus dari sekolah menengah, peneliti memutuskan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Metro pada tahun 2018.