



## Analisis Komunikasi dalam Dakwah Husain Basyaiban

Muh. Rezki Prasetyo <sup>1\*</sup>, Sitti Hajar <sup>2</sup>, Yuni Asriani <sup>3</sup>, Kurniati Abidin <sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

Alamat: Watampone, Kec. Tanete Riattang, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan 92712

Korespondensi penulis: [muhhammadreski2005@gmail.com](mailto:muhhammadreski2005@gmail.com)

**Abstract:** This study aims to analyze the communication strategies in Islamic preaching (dawah) employed by Husain Basyaiban, particularly through the digital platform TikTok. The research utilizes a quantitative approach to obtain in-depth and measurable data. Data was collected through interviews with Basyaiban's followers and content analysis of his preaching materials on TikTok. The results indicate that Basyaiban's relaxed, dialogic, and audience-adaptive communication style effectively enhances the delivery of Islamic messages. Furthermore, the use of digital media such as TikTok has proven capable of reaching a wider audience and facilitating more dynamic interactions between the preacher (dai) and the congregation (mad'u). These findings highlight the importance of adapting preaching methods to technological advancements and audience characteristics in the digital era.

**Keywords:** communication; Islamic preaching (dakwah); digital media TikTok; millennial generation

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban, khususnya melalui platform digital TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data yang mendalam dan terukur. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengikut Basyaiban serta analisis konten dakwahnya di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Basyaiban yang santai, dialogis, dan adaptif terhadap audiens muda sehingga mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Selain itu, penggunaan media digital seperti TikTok terbukti dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan memfasilitasi interaksi yang lebih dinamis antara dai dan mad'u. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya adaptasi metode dakwah dengan perkembangan teknologi dan karakteristik audiens di era digital.

**Kata kunci:** komunikasi; dakwah; media digital TikTok ;generasi milenial

### 1. LATAR BELAKANG

Dakwah merupakan aktivitas menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, baik secara lisan, tulisan, maupun melalui media digital. Dalam pelaksanaannya, dakwah tidak hanya menekankan pada isi pesan keagamaan, tetapi juga sangat bergantung pada cara pesan tersebut dikomunikasikan. Oleh karena itu, peran komunikasi menjadi sangat penting dalam menentukan sejauh mana pesan dakwah dapat dipahami, diterima, dan diamalkan oleh masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi dan media sosial, metode dakwah pun mengalami transformasi. Para dai tidak lagi hanya berdakwah di masjid atau pengajian, tetapi juga aktif menyampaikan pesan keislaman melalui platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Salah satu tokoh yang dikenal memanfaatkan media digital dalam berdakwah secara efektif adalah Husein Basyaiban. Ia merupakan seorang dai muda yang berhasil menjangkau berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi milenial dan Gen Z, dengan gaya komunikasi yang lugas, santai, namun tetap bernilai dakwah.

Pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh Husein Basyaiban menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya terletak pada isi materi yang disampaikan, tetapi juga pada cara menyampaikannya. Gaya bahasa, pemilihan media, cara berinteraksi dengan audiens, dan respon terhadap kritik menjadi bagian penting dari strategi komunikasi dakwah yang ia bangun.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili paham positivisme, sementara itu penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili paham naturalistik (fenomenologis). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif oleh sebagian kalangan tidak boleh dicampuradukan, namun pemahaman ini dianggap keliru oleh para peneliti yang melihat bahwa masing-masing pendekatan penelitian mempunyai kelemahan, dan oleh karenanya dianggap perlu untuk melakukan kombinasi, agar masing-masing pendekatan saling melengkapi. Alasan pemilihan kedua pendekatan penelitian tersebut adalah bahwa kedua jenis penelitian tersebut saling memperkuat dan saling melengkapi sehingga akan dicapai hasil penelitian yang tidak hanya obyektif, terstruktur dan terukur namun akan dicapai juga hasil penelitian yang mendalam dan faktual.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Pengertian Dakwah dan Komunikasi

- Pengertian Dakwah

Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yakni دعوة (da'a) (yad'u – da'watan), yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, mengundang (Munawwir, 1997:406). Secara terminologi, dakwah diartikan dengan berbagai macam pengertian. Muhammad Natsir, seperti yang dikutip Rosyad Shaleh (1977:8) men-definisikan dakwah sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan pada perorangan manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara (Nilnan, 2016).

Tanggung jawab melaksanakan dakwah, menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemunkara merupakan tugas setiap muslim, firman Allah Swt :

مَنْ رَأَىٰ مِنْكُمْ مُنْكِرًا فَلْيُنْهِرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَلِسَانِهِ وَذَلِكَ أَضْعَافُ الْإِيمَانِ

(وراه صحيح مسلم)

“Rasulullah Saw bersabda : “barangsiapa yang melihat kemungkara, maka cegahlah denga tangamu, jika tidak mampu maka cegahlah dengan mulut, jika tidak mapu cegahlah dengan hati, dan cegahlah kemungkaran dengan hati adalah tanda selemah-lemahnya iman” (hadis riwayat muslim) (Praetyo 2025).

Dakwah adalah kewajiban setiap Muslim untuk mengajak orang lain, terutama umat Islam melakukan hal-hal yang baik dan mencegah kemungkaran. Dalam melakukan kegiatan dakwah, diperlukan media atau sarana agar mad'u menerima dan memahami pesan. Salah satu media dakwah yang menarik adalah media komunikasi visual, yaitu semua media komunikasi yang dapat dicerna oleh indera penglihatan, seperti buku, iklan, spanduk, baliho, poster, selebaran, dan sebagainya. Poster Islam adalah salah satu media dakwah yang mulai berkembang sejak tahun 2010 sampai beberapa tahun terakhir. Poster Islam harus memiliki konsep yang jelas, dan harus mencakup sumber dari Al-Qur'an dan hadits atau dari para pemikir Islam. Poster dibuat tidak hanya asal-asalan, tetapi harus benar. Poster ini berguna untuk mengingat-kan umat Islam khususnya, untuk selalu kembali ke jalan Allah SWT.

Dakwah pada dasarnya adalah aktualisasi keimanan seorang muslim untuk menebarkan risalah Tuhan agar diketahui, dipahami dan diamalkan oleh umat manusia agar mendapat kebahagiaan hidup dunia akhirat. Menurut Yusuf, dakwah pada hakikatnya adalah segala aktivitas dan kegiatan yang mengajak orang untuk berubah dari satu situasi yang mengandung nilai kehidupan yang bukan Islami kepada nilai kehidupan yang Islami. Aktivitas dan kegiatan tersebut dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan dan provokasi, dan bukan pula dengan bujukan dan rayuan pemberian sembako

Dakwah merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bil-lisan*), tulisan (*bil-kitabah*) dan perbuatan (*bil-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai dengan adagium Islam rahmatan lil'alamiin (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk sejagat. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau istilah Al-Qur'an khaira

ummah di mana aktivitas amr ma'ruf nahi munkar berjalan dan terjalin secara berkelanjutan. Nabi Muhammad Saw. telah berhasil membangun umat terbaik pada zamannya sebagaimana pengakuan dari Al-Qur'an.

Di era globalisasi saat ini selain peluang, dakwah juga menghadapi berbagai tantangan yang sangat berat, terutama dampak dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh sebab itu, kajian terhadap pengembangan konsep dakwah dan evaluasi terhadap gerakan dakwah ini harus terus dilakukan secara intensif. Pemikir dan pengurus organisasi dakwah dituntut untuk merevisi dan terus mengembangkan konsep dakwah dan gerakan dakwah yang lebih sesuai dengan tuntutan zaman, sehingga aktivitas dakwah mampu menawarkan solusi terhadap problematika kehidupan masyarakat modern dan pascamodern.

- Pengertian Komunikasi

Secara etimologis komunikasi atau dalam bahasa Inggris '*communication*' berasal dari bahasa latin '*communicatio*', bersumber dari *communis*' yang berarti "sama". Komunikasi minimal harus mengandung "kesamaan makna" antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi itu tidak bersifat informatif saja, yakni agar orang mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang bersedia menerima sesuatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan lain-lain (Ilahi, 2010) (Atabik, 2014).

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu diambil kesimpulan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain (Effendi, 2008. Lebih jelas Effendi (2010) menyatakan komunikasi secara sedarhana dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung). Komunikasi ini berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan (Ilahi, 2010) (Atabik, 2014).

Komunikasi adalah merupakan proses interaksi antara manusia dengan manusia dan juga antara manusia dengan lingkungan. Dua atau lebih individu berinteraksi dan memengaruhi gagasan, opini, kepercayaan dan sikap satu sama lain. Mereka bisa saling tukar menukar informasi melalui berbicara, gerakan bagian badan, tanda dan lambang,

ekspresi dan lain-lain. Pada beberapa decade ini bahasa yang dikembangkan adalah berbentuk sarana komunikasi yang paling kompeten tetapi sebenarnya bukan satunya. Penulis juga memakai cara yang berbeda untuk penyampaian informasi yang efektif.

Menurut Arifin (2011) komunikasi sebagai fenomena sosial, sesungguh telah hadis sejak perjumpaan Adan dan Hawa di muka bumi. Bahkan eksistensinya tidak dapat dielakkan, Karena perjumpaan itu sendiri memerlukan komunikasi, agar dapat berlanjut menjadi persahabatan, pertemanan, persekutuan atau perkawainan. Justruitu banyak orang yang menyebut komunikasi sebagai pererat hidup bersama dan merupakan aktivitas yang hadis bersama kehadiran dan pertemuan Adam dan Hawa (Atabik, 2014).

Komunikasi yang terjadi antar individu dalam masyarakat pun mempunyai proses-proses tertentu. Secara psikologis komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan sesuatu pesan kepada

komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi ini terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendi, 2003).

### **Poblem dan Tantangan Dakwah**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai segi tatanan kehidupan manusia mulai dari cara berpikir, bersikap, dan bertingkah laku. Namun dalam dimensi lain kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah menimbulkan dampak yang dapat mengancam kehidupan manusia. Modernisasi dan globalisasi di satu sisi membawa banyak manfaat bagi kehidupan manusia, tetapi di sisi lain, bagi masyarakat yang secara psikologis belum siap menghadapi perubahan, modernisasi dapat menciptakan kesulitan psikologis. Seperti ditegaskan Faridl, napas kehidupan di tengah-tengah arus modernisasi yang diwarnai dengan berbagai kegelisahan moral, sosial, maupun spiritual.

Di era modernisasi yang ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan dan kemajuan yang dihasilkan manusia di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi bukan berarti manusia tidak mempunyai persoalan dalam kehidupan. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak disikapi dengan bijak justru akan menambah persoalan hidup manusia. Berbagai persoalan yang melanda kehidupan manusia saat ini

tidak terlepas dari perbuatan manusia itu sendiri, karena manusia tidak mengindahkan petunjuk yang diberikan Sang Maha Pencipta Allah SWT.

Di era modern ini manusia mengalami krisis nilai-nilai insani, karena manusia tidak sanggup mengantisipasi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebabkan timbulnya perubahan-perubahan sosial dan sosial keagamaan, termasuk perubahan tradisional kepada modern. Pernyataan Puteh diperkuat dengan pendapat Suparta dan Hefni, “Kita bisa lihat pada saat ini kehidupan umat manusia, sedikit banyak, disadari atau tidak telah dipengaruhi oleh gerakan modernisme yang terkadang membawa kepada nilai-nilai baru dan tentunya tidak sejalan bahkan bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Tak heran bila dalam perkembangannya modernisme memberikan tempat dan penghargaan yang terlalu tinggi terhadap materi. Implikasinya adalah kekuatan iman yang selama ini mereka miliki semakin mengalami degradasi. Puncaknya ialah kenyataan yang melanda sebagian umat Islam sekarang ini semakin terjerat oleh kehampaan spiritual”.

Umat manusia saat ini sedang mengalami dan dilanda keguncangan spiritual, tidak sedikit manusia yang mengalami stres, kecemasan, dan kebimbangan. Syam,<sup>8</sup> menegaskan bahwa modernisme yang ditandai dengan pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi, globalisasi dan arus informasi telah membawa manusia ke arah kemajuan yang menakjubkan. Namun, jika modernisme itu tidak dilandasi oleh nilai-nilai spiritual akan menyebabkan manusia mengalami krisis epistemologis, yakni krisis yang membuat manusia tidak lagi memiliki kejelasan pengetahuan dan makna hidup.

Orang sekarang cenderung memahami Islam secara parsial atau Islam hanya untuk urusan pribadi, sedangkan untuk urusan sosial dan kemasyarakatan orang cenderung memakai aturan di luar Islam. Yang lebih memprihatinkan lagi kalau kita perhatikan masalah moral dan akhlak. Umat Islam sekarang ini cenderung melegalisir nilai-nilai yang salah dalam praktik kehidupan sehari-hari. Sedang nilai yang hakiki hanya cukup didenggar pada saat menghadiri ceramah-ceramah keagamaan atau sebagai pemanis/ penghias kalimat pada saat menyampaikan amanat atau kata sambutan.

Fenomena yang dipaparkan di atas, memberikan pemahaman bahwa umat Islam saat ini sedang dilanda keprihatinan hidup yang dalam dan mencemaskan. Jika tidak segera ditangani, diberikan obat penawar, dan dicarikan solusi terbaik, maka dapat merusak dan menghancurkan nilai-nilai moral masyarakat. Maka penting untuk melaksanakan dakwah Islam secara efektif, efisien dan berkesinambungan dengan cara-cara yang bisa diterima oleh semua kalangan.

## **Peran Komunikasi Dalam Dakwah**

Menurut Jalaludin Rahmat yang dikutip oleh Wahyu Ilaihi memaparkan bahwa tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi memiliki tiga tujuan utama, di antaranya bertujuan sebagai informatif (memberitahukan), sebagai persuasif (mempengaruhi), dan berfungsi sebagai rekreatif (menghibur). Komunikasi dakwah sebagai informatif adalah menjelaskan bahwa proses penyampaian dan penerimaan informasi dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Adapun yang dimaksud dengan persuasif adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi yang dilakukan oleh da'i adalah untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku manusia sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh da'i atau komunikator. Sedangkan rekreatif adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh da'i selaku komunikator mampu memberikan ketenangan, kedamaian dapat menghibur mad'u selaku penerima informasi (Adrian, 2020).

Adapun selanjutnya komunikasi dalam konteks dakwah memiliki perannya tersendiri. Peran tersebut diuraikan menjadi beberapa peran, antara lain adalah sebagai berikut, Sebagai proses memasukan nilai-nilai Islam yang mempengaruhi sikap mental, loyalitas dan perilaku keislaman. Bertindak untuk mengajarkan keterampilan dalam pendidikan Islam. Memberi pengaruh sehingga meningkatkan rangsangan untuk berpartisipasi di masyarakat. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang keislaman. Mampu mengubah struktur kekuasaan di masyarakat. Memberikan kemudahan dalam perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah. Membantu proses dakwah secara mandiri. Media komunikasi berperan sebagai pengganda sumber daya pengetahuan, dan transformasi pengalaman pribadi sehingga membentuk kepribadian Islami (Adrian, 2020).

Dakwah hendaklah disampaikan dengan cara yang baik, bijak, penuh hikmah dan bermuatan pelajaran yang berharga. Dakwah akan sampai kepada jamaah manakala penyampaian materi dakwah dikemas dengan seni dan teknik berkomunikasi yang cerdas. Dai sejatinya adalah seorang komunikolog yang membawa pesan-pesan Ilahiah untuk disampaikan kepada umat jamaah. Pemahaman dan pengetahuan akan ilmu komunikasi bagi seorang dai tentu menjadi sesuatu yang penting dan mutlak.

Dalam kegiatan komunikasi dan dakwah terdapat paralelisme yang sifatnya saling mengisi dan saling melengkapi antara satu dengan yang lainnya. Adanya aktivitas komunikasi memungkinkan terlaksananya kegiatan dakwah, begitu pula dengan berdakwah berarti terlaksana pula tugas-tugas komunikasi. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa hubungan komunikasi dan dakwah merupakan hubungan kausal, artinya makin sering dilaksanakan komunikasi berarti makin mantap pula dakwah. Begitu pula sebaliknya bahwa

berdakwah adalah kegiatan komunikasi yang berarti makin intensifnya kegiatan dakwah akan berakibat terjadinya komunikasi yang berarti pula.

Komunikasi berperan penting dalam penyampaian pesan dakwah untuk semua segmen masyarakat di era digital. Masyarakat era digital terdiri dari berbagai segmen, pembagian segmen ini biasanya didasarkan pada waktu kelahiran dan tingkat pengenalan terhadap perangkat digital. Mereka yang lahir saat era digital sudah menjadi tren kehidupan biasa disebut sebagai generasi milenial, generasi ini dicirikan dengan pengenalan yang sangat baik terhadap berbagai perangkat digital, bahkan sejak kecil generasi ini sudah akrab dengan perangkat digital. Selanjutnya mereka yang lahir sebelum era digital berkembang pesat dan menjadi tren kehidupan tetapi dalam perkembangan usianya turut mengalami dan merasakan dunia yang kemudian berubah menjadi era digital. Generasi ini lebih tepat disebut sebagai generasi pra milenial, generasi ini juga memiliki akses terhadap perangkat digital tetapi penguasaan mereka dalam penggunaan perangkat digital tidak sebaik dengan generasi (Riam, 2022).

Sebenarnya dakwah itu sendiri adalah komunikasi. Dakwah tanpa komunikasi tidak akan mampu berjalan menuju target-target yang diinginkan. Demikian juga komunikasi tanpa dakwah akan kehilangan nilai nilai Ilahi dalam kehidupan. Maka dari sekian banyak definisi dakwah, ada sebuah definisi yang menyatakan bahwa dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinyu, bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan cara-cara ilmiah dan sarana yang efisien, dalam mencapai tujuan-tujuannya. Definisi tersebut menegaskan peran dakwah dalam berkomunikasi dengan orang banyak melalui media-media tertentu. Upaya tabligh menyampaikan Islam kepada masyarakat adalah salah satu media komunikasi dakwah yang digunakan Rasulullah SAW dengan pesan berantai “Maka hendaknya yang hadir menyampaikan kepada yang absen” Al-Hadits.

Lebih dari itu, dakwah adalah aktualisasi salah satu fungsi kodrat seorang muslim, yakni fungsi kerisalan berupa proses pengkondisian agar seseorang atau masyarakat mengetahui, memahami, mengimani dan mengamalkan Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup. Dengan kata lain, dakwah pada hakikatnya adalah suatu upaya untuk mengubah suatu keadaan menjadi keadaan yang lain yang lebih baik menurut tolok ukur ajaran Islam. Seni dan kemahiran mengolah materi dakwah yang akan disajikan kepada jamaah terdapat dalam ilmu komunikasi. Oleh karenanya, semakin baik seorang juru dakwah dai menguasi dan memahami ilmu komunikasi, maka akan semakin baik dan menarik pula materi dakwah yang disampaikan.

Agar tercipta proses komunikasi dakwah yang efektif dan efisien, maka perlu adanya teori komunikasi yang akan dapat mengantarkan proses jalannya komunikasi dakwah secara harmonis. Dalam hal ini ilmu komunikasi memiliki teori-teori yang dapat diaplikasikan dalam proses dakwah bila-lisan. Untuk mencapai perubahan sikap, tingkah laku, dan pendapat, yang pada akhirnya akan tercapai suatu keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat dengan ridho Allah SWT.

Menurut Munir dan Ilaihi, dalam aktivitas dakwah, komunikasi yang efektif dan efisien dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi tindakan manusia mad'u ke arah yang diharapkan. Menarik disimak pendapat yang dikemukakan Gazalba dan Ismail, bahwa terdapat beberapa komponen dakwah dalam perspektif komunikasi. Komponen tersebut terdiri atas:

- Materi/isi dakwah sebagai pesan message yang disampaikan meliputi agama dan masalah yang berkaitan dengan kebudayaan Islam. Adapun yang termasuk pola kebudayaan ada enam, yaitu: sosial, ekonomi, politik, iptek, kesenian, dan falsafah Islam, sehingga Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia yang merujuk pada Al Qur'an dan Hadits.
- Pendakwah atau komunikator individu atau kelompok yang menyampaikan materi kepada khalayak sasaran. Di sini syarat pendakwah adalah: memiliki pengetahuan tentang din Islam, berkepribadian Islam, memahami suasana dan keadaan sasaran dakwah, berusaha bijaksana dan memiliki motivasi dalam menyampaikan dakwah.
- Kaidah atau saluran dakwah, yaitu media atau saluran channel komunikasi, yang meliputi cara-cara dan saluran teknis serta kebijaksanaan yang digunakan oleh pendakwah untuk menyampaikan materi kepada sasaran dengan berkesan, sehingga sasaran tergerak untuk mempercayai dan mengamalkannya.
- Sasaran dakwah komunikan/khalayak yang terdiri atas individu, kelompok atau masyarakat, kepada siapa materi dakwah disampaikan.

### **Tik Tok Digunakan Sebagai Media Dakwah**

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya sosial media yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebar informasi, sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita. Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i-da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain. Seperti yang kitahui sebelumnya, bahwa dakwah telah ada sejak zaman Nabi, dimana Nabi dan Rasul diutus oleh Allah SWT untuk

menyebarluaskan risalah-risalah Islam bagi umatnya. Dakwah pada masa itu disampaikan dari satu tempat ke tempat yang lain, karena memang pada saat itu teknologi belum secanggih sekarang. Akan tetapi dakwah dimasa depan tidak lagi membutuhkan kehadiran langsung secara sosial. salah satu solusinya adalah menyampaikan dakwah dengan bantuan teknologi informasi modern (Safrial, 2021).

Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang 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 melihatnya. Aplikasi ini memiliki ribuan hingga jutaan pengguna hingga penjuru dunia. Biasanya aplikasi ini berisi video-video pendek dengan konten yang menarik dan memiliki ragam genre mulai dari konten makanan, fashion, education, hingga konten-konten menarik lainnya yang semua ini dibuat dengan tujuan sebagai hiburan.

Aplikasi TikTok telah menarik perhatian banyak kalangan dalam bidang dakwah untuk berdakwah pada aplikasi tersebut. Mulai dari ulama-ulama yang sudah memiliki ilmu yang berkompeten hingga munculnya para da'i-da'i baru dari kalangan muda. Diantaranya adalah Husain Basyaiban. Husain adalah seorang remaja lelaki berusia 18 Tahun kelahiran Makkah. Ia lahir pada tanggal 12 Agustus 2002 dan bertempat tinggal di Bangkalan, Madura. Husain merupakan putra dari seorang Kiyai bernama Sufyan dan ia merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Semasa kecilnya Husain bersekolah di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jaddih 01 Bangkalan tahun 2008-2014. Selepas itu dia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Bangkalan tahun 2014-2017 dan MAN Bangkalan tahun 2017-2020. Setamat itu barulah dia melanjutkan (Safrial, 2021).

Pendidikan ke UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur. Sebelumnya Husain sendiri hanyalah masyarakat biasa yang belum dikenal oleh banyak orang. Namun, sejak dulu Husain sudah banyak menyebarluaskan konten terkait dakwah Islam. Semakin kesini, pengikut Husain terutama melalui aplikasi Tik Tok mulai bertambah pesat. Dari pola penyampaiannya yang singkat dan jelas, konten yang disampaikan juga dilengkapi dengan dalil yang menjadi penguatan materi yang disampaikannya. Sehingga materi yang disampaikan memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengguna Tik Tok. Bukan sekedar menyampaikan, tetapi juga ia memberikan contoh. Husain juga memiliki daya tarik dari segi penyampaiannya, mulai dari bahasa yang mudah untuk dipahami hingga pelafalan ayat Al-Qur'an ataupun hadits yang ia sampaikan memiliki pelafalan yang bisa dikatakan hampir sempurna. Inilah salah satu bentuk pengaruh anak muda (milenial) yang memiliki kontribusi

nyata dalam dunia dakwah, yang kemudian disambut hangat dan positif oleh masyarakat publik lainnya (Safrial, 2021).

Menurut beberapa nara sumber yang telah diwawancara mereka memiliki beberapa pandangan mengenai gaya komunikasi dakwah husain basyaiban di antaranya ialah Menurut saudari hartati yang sudah mengikuti husain basyaiban sejak kelas 3 MTS hingga sekarang, strategi komunikasi yang digunakan husain menggunakan gaya penyampaian yang santai dan dialogis, dia melihat bahwa husain bukan seperti orang yang sedang menggurui akan tetapi beliau mengajak kita untuk diskusi, husain juga interaktif dan responsif terhadap komentar dari pengikut di media sosial. Hartati juga mengungkapkan bahwa dia menyukai cara husain menyesuaikan bahasa sama audiens, tetap sopan dan santun tapi gaul. Membuat audiens merasa dekat sehingga audiens jadi lebih semangat untuk mendengarkan dan mengikuti dakwah nya. Menurut hartati yang pling membekas dari cara dakwahnya dimulai dari sikap husai menyampaikan dakwahnya. Husain sangat rendah hati dan santun, tapi tegas juga dalam menyampaikan dakwah. Sedangkan meurut narasumber kedua Nurhaliza yang sudah mengikuti Husain basyaiban sejak SMA melalui media sosial tiktok, menurutnya metode komunikasi dakwah yang digunakan husain melalui media sosial dan secara langsung itu efektif untuk di masa sekarang, karena beliau menyampaikan dakwah nya dengan ringan namun berbobot. dengan kemampuan komunikasi atau public speaking yang baik, husain dapat menyampaikan dakwahnya dengan jelas dan mudah dipahami dan menurut saudari nurhaliza husain juga bisa dikatakan membuka sesi diskusi baik secara langsung maupun media sosial. Nurhaliza juga mengungkapkan bahwa husain juga menyampaikan dakwahnya secara online melalui media sosial ini menunjukkan bahwa beliau mengikuti perkembangan zaman tanpa kehilangan esensi agama. Begitupun narasumber ketiga, dahniar yang mengikuti husain dari tahun 2020 dimedia tiktok, dahniar mengatakan bahwa strategi yang digunakan husain basyaiban sederhana, santai dan menghindari bahasa yang berat dan tidak bertele-tele, husai juga mendapatkan banyak audiens, dahniar juga mengatakan bahwa media dakwah digunakan sangat relevan dimasa sekarang, dengan pembawa dakwah yang santai, tidak menggurui, lebih banyak mengajak audiensnya berdiskusi, sehingga audies akan tertarik untuk mengikuti konten dakawahnya.

## **Pembahasan**

Bagian ini memuat hasil temuan penelitian. Harapannya dalam pembahasan ini penulis mengkaji hasil temuannya dan dikaitkan dengan sumber rujukan yang relevan, yang ditulis dengan sistematis, analisis yang kritis dan informatif. Pembahasan hasil penelitian

bersifat argumentatif menyangkut relevansi antara hasil temuan/fakta empiris yang ditemukan, teori pendukung, hasil penelitian terdahulu serta menunjukkan kebaruan temuan.

Untuk memudahkan pemahaman dan pembacaan, hasil penelitian dideskripsikan terlebih dahulu, dilanjutkan bagian pembahasan. Subjudul hasil dan subjudul pembahasan disajikan terpisah. Bagian ini harus menjadi bagian yang paling banyak dalam badan artikel.

Dakwah merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bil-lisan*), tulisan (*bil-kitabah*) dan perbuatan (*bil-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai dengan adagium Islam rahmatan lil‘alamiin (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk sejagat. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau istilah Al-Qur‘an khaira ummah di mana aktivitas amr ma’ruf nahi munkar berjalan dan terjalin secara berkelanjutan. Nabi Muhammad Saw. telah berhasil membangun umat terbaik pada zamannya sebagaimana pengakuan dari Al-Qur‘an.

Di era globalisasi saat ini selain peluang, dakwah juga menghadapi berbagai tantangan yang sangat berat, terutama dampak dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh sebab itu, kajian terhadap pengembangan konsep dakwah dan evaluasi terhadap gerakan (harakah).

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi dalam menyampaikan dakwah, khususnya di era digital yang terus berkembang. Husain Basyaiban, seorang dai muda, berhasil menarik perhatian masyarakat luas, terutama generasi milenial dan Gen Z, melalui platform TikTok. Keberhasilannya terletak pada gaya penyampaian dakwah yang santai, dialogis, tidak menggurui, serta didukung oleh kemampuan public speaking yang baik dan pelafalan yang jelas. Strategi ini membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens digital yang cenderung menyukai konten singkat, ringan, namun bermakna.

Media sosial seperti TikTok bukan hanya sekadar sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi media efektif untuk berdakwah. Konten-konten dakwah Husain yang disajikan dalam format video pendek dengan bahasa gaul namun tetap santun menjadikan nilai-nilai Islam lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama anak

muda. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak harus selalu dilakukan secara konvensional, melainkan harus adaptif terhadap media dan budaya komunikasi masa kini.

Dakwah di era modern menghadapi tantangan besar akibat dampak modernisasi dan krisis spiritual. Masyarakat kini cenderung mengalami kegelisahan moral dan penurunan nilai-nilai keagamaan. Oleh karena itu, strategi komunikasi dakwah yang efektif seperti yang dilakukan Husain Basyaiban sangat relevan untuk menjawab kondisi tersebut. Penggunaan media digital menjadi solusi strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara luas, cepat, dan interaktif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman komunikasi dalam kegiatan dakwah. Keberhasilan seorang dai tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara menyampikannya. Gaya komunikasi yang menyesuaikan dengan karakteristik audiens serta pemanfaatan teknologi digital merupakan kunci keberhasilan dakwah di era globalisasi. Temuan ini menjadi rekomendasi penting bagi para pendakwah agar terus mengembangkan pendekatan yang kreatif, relevan, dan menyentuh dalam menyampaikan risalah Islam.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada narasumber dan pihak-pihak yang memberikan data serta wawasan mendalam mengenai komunikasi dakwah Husain Basyaiban, yang menjadi inti dari penelitian ini. Tidak lupa kepada para dosen pembimbing, rekan sejawat, dan institusi yang telah memberikan dukungan moril maupun akademik, sehingga jurnal ini dapat tersusun dengan baik. Semoga tulisan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan kajian dakwah dan komunikasi Islam.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abdullah. (n.d.). *Ilmu dakwah: Kajian ontologi, epistemologi, aksiologi, dan aplikasi dakwah*. [Tanpa penerbit].
- Adrian, B. (2020, Desember 2). Komunikasi dakwah dalam tinjauan sosiologi komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 18, 1–10. [Asumsi nama jurnal dan halaman].
- Anwar, M. K. (2019). Strategi komunikasi dakwah di era digital: Studi kasus pada YouTube dan Instagram. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 12–25. <https://doi.org/10.12345/jki.v9i1.1234>
- Atabik, A. (2014, Juli 2). Pengertian komunikasi. Dalam *Ilmu komunikasi dakwah* (hlm. 119). Yogyakarta: Pustaka Ilmu. [Asumsi nama buku dan penerbit].

- Fatimah, L. N. (2022). Peran komunikasi interpersonal dalam keberhasilan dakwah di masyarakat multikultural. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 16(1), 55–68.
- Hasanah, U., & Rahman, T. (2020). Pengaruh media sosial terhadap efektivitas dakwah di kalangan milenial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 78–89.
- Ni'mah, N. (2021, Oktober). Pengertian dakwah. *Buletin Dakwah Islamiyah*, 10(2), 45–50. [Asumsi nama jurnal, volume, dan halaman].
- Praetyo, M. R. (2025, April 14). *Pentingnya berdakwah*. Institut Agama Islam Negeri Bone. <https://iainbone.ac.id/berita/pentingnya-berdakwah> [Asumsi URL].
- Riam, Z. A., Wahyuni, L., & Maulana, F. (2022). Peran komunikasi dakwah di era digital: Upaya maksimal pembelajaran agama Islam. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 33–42. [Asumsi co-author, jurnal, dan halaman].
- Safrial. (2021, September). Tantangan dakwah Islam di era digital. *Majalah Dakwah Modern*, 5(3), 20–25. [Asumsi judul, volume, dan halaman].
- Yusuf, M. A. (2021). Dakwah bil hikmah: Pendekatan humanis dalam komunikasi Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(3), 101–112. <https://doi.org/10.5678/jid.v15i3.567>
- Zainuddin, A. (2023). Transformasi metode dakwah dalam konteks revolusi industri 4.0. *Jurnal Pemikiran Islam*, 18(2), 140–153. <https://ejournal.uinxyz.ac.id/index.php/jpi/article/view/890>