

## STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @BASYASMAN00

Nafis Putri<sup>1</sup>, Sakinatul Hayati<sup>2</sup>, Raudhatul Haritsah<sup>3</sup>, Siti Mariyam<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>IAIN Madura

nafisputri2709@gmail.com<sup>1</sup>, shaakinakinaa@gmail.com<sup>2</sup>, raudhatulharitsah@gmail.com<sup>3</sup>, sitimariyam@iainmadra.ac.id<sup>4</sup>

### **Abstract**

*Da'wah communication strategy is an overall approach related to the implementation of ideas or ideas, planning and implementing a da'wah activity with the aim of conveying messages that originate from or are in accordance with the teachings of the Al-Qur'an and Sunnah. In addition, the da'wah communication strategy is also part of the effort so that other people can do good deeds in accordance with the messages conveyed. The presence of TikTok social media is utilized by da'wah activists as a medium to spread da'wah to the public as Husain Basyaiban also uses via social media TikTok @basyasman00. This study aims to describe the da'wah communication strategy carried out by Husain Basyaiban through the social media TikTok @basyasman00. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques used in this study are observation and documentation. After the data is collected, the data is analyzed using a content analysis model. The results of the study show that Husain Basyaiban's da'wah communication strategy through the social media TikTok @basyasman00 uses the following strategies: First, the recitation strategy. This strategy is interpreted as a process of communication between da'i and mad'u. Husain Basyaiban uses a recitation strategy as a transfer of da'wah messages in spoken and written language. Second, the tazkiyah strategy, this strategy is carried out so that individual changes occur.*

*Keywords: Da'wah Strategy, TikTok, Husain Basyaiban.*

### **Abstrak**

Strategi komunikasi dakwah adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dakwah dengan tujuan menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Selain itu, strategi komunikasi dakwah juga bagian dari upaya agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Hadirnya media sosial TikTok dimanfaatkan oleh aktivis dakwah sebagai media untuk menyebarkan dakwah kepada masyarakat sebagaimana dimanfaatkan juga oleh Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00. Penelitian

ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul kemudian data dianalisis dengan menggunakan model analisis isi (analysis content). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00 menggunakan strategi: Pertama, strategi tilawah. Strategi ini diartikan sebagai proses komunikasi antara da'i dengan mad'u. Husain Basyaiban menggunakan strategi tilawah sebagai transfer pesan dakwah dengan bahasa lisan dan tulisan. Kedua, Strategi tazkiyah, strategi ini dilakukan agar terjadi perubahan individu.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, TikTok, Husain Basyaiban.

## A. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang harus dilakukan secara berkesinambungan sesuai kemampuan setiap muslim, yang bertujuan untuk menyeru kepada kebajikan dan mencegah dari yang munkar dengan cara bijaksana tanpa paksaan agar mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat. Untuk terciptanya keberhasilan dakwah perlunya menggali lebih dalam dan memahami tentang strategi serta bentuk komunikasi dakwah Islam yang dapat dilakukan salah satunya melalui media sosial TikTok.

Strategi sangat dibutuhkan dalam setiap aktivitas dakwah. Strategi dalam berdakwah yang tidak tepat, seringkali memberikan (image) dan persepsi yang keliru tentang Islam itu sendiri. Demikian pula kesalahpahaman tentang makna dakwah, menyebabkan kesalahlangkahan dalam operasional dakwah (Solihat, 2022: 63) Dengan adanya penelitian ini peneliti mampu mencari tau bagaimana strategi komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban di media sosial TikTok kepada penonton atau *mad'u* pada akun miliknya @basyasman00.

Secara Etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos" yang berarti "komandan militer" pada zaman demokrasi Athena. Sedangkan secara terminologi Strategi adalah pendekatan secara keeluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (Masitoh & D, 2009: 46) Strategi merupakan suatu kiat yang dipergunakan oleh para da'i guna mencapai tujuan dakwah, sehingga dakwah bisa berhasil sesuai yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan apa yang telah pernah dipercontohkan oleh Rasulullah (Roni, 2020: 13).

Pengertian strategi menurut para ahli adalah sebagai berikut, strategi menurut Stehanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukritono, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Umar H. , 2001: 23).

Selain itu, strategi menurut Onong Uchjana Efendi yang dikemukakan dalam bukunya adalah perencanaan (planning)

dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai jalan yang memberikan arah saja, melainkan juga mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 1992: 76). Dapat dikatakan bahwa strategi merupakan cara yang ditentukan untuk tercapainya suatu tujuan secara efektif dan efisien.

Dakwah Islam merupakan upaya komunikasi dalam rangka mempengaruhi individu atau masyarakat, dengan sadar dan yakin akan kebenaran Islam, mau menganutnya serta mau memperdalam ajaran agama Islam (Mubasyaroh, 2016: 95). Jadi, Strategi Komunikasi Dakwah adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dakwah dengan tujuan menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, dan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia (Roni, 2020: 134).

Aplikasi sosial media kini terus bermunculan dan bersaing demi mengembangkan eksistensinya sebagai media penyedia informasi. munculnya berbagai macam aplikasi seperti: Instagram,

TikTok, Facebook, YouTube. Saat ini banyak platform berbentuk konten video yang memudahkan para kreator untuk menyebarkan informasi pada masyarakat berbentuk video dengan kreativitas mereka sendiri. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan dikalangan remaja yaitu TikTok (Sari & Ni'amah, 2022: 32).

TikTok merupakan aplikasi buatan perusahaan teknologi Cina, ByteDance Inc, yang resmi diluncurkan pada bulan September 2016. Aplikasi ini digunakan oleh pengguna untuk mengunggah video mereka sendiri yang pada akhirnya bisa dibagikan ke pengguna aplikasi lainnya. Aplikasi TikTok sendiri memiliki bermacam fitur efek yang menarik, sehingga pengguna dalam berkreasi membuat video musik favorit mereka.

Pada playstore sendiri aplikasi TikTok sudah memiliki kurang lebih 100 juta pengunduh. Dengan melihat rata-rata rating yang diberikan penggunanya cukup baik yaitu 4.5% dari 5%. TikTok pertama kali hadir di Indonesia pada September 2017. Berdasarkan hasil statistik pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia, selain itu pihak TikTok sendiri menyadari bagaimana generasi muda di Indonesia memiliki rasa narsis dan kreativitas yang tinggi (Aji, 2018) Pengguna aktif bulanan TikTok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang pada April 2022. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedua setelah Amerika Serikat yang memiliki pengguna aktif TikTok terbesar di dunia yaitu dengan jumlah tercatat mencapai 136,4 juta orang pada April 2022 (Rizaty, 2022).

Hadirnya TikTok saat ini dengan pengguna aktif bulanan terbesar kedua

setelah Amerika Serikat dimanfaatkan oleh aktivis dakwah sebagai media untuk menyebarkan dakwah kepada masyarakat sebagaimana dimanfaatkan juga oleh Husain Basyaiban pemilik akun @basyasman00. Akun TikTok ini merupakan akun yang dikhususkan untuk menyebarkan dakwah dengan cara mengupload video tentang ajaran Islam, larangan dan fakta-fakta yang ada kemudian dikaitkan dengan syariat-syariat Islam.

Dari penjelasan di atas, peneliti merumuskan masalah bagaimana strategi komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00?.

## B. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00.

Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel konten TikTok Husain Basyaiban dengan judul "Pinjol dan Paylater Lovers" dan "Hukum dalam Islam benerin sajadah pakai kaki"

Setelah data terkumpul dan sudah melalui tahapan pengolahan data, terakhir adalah proses analisis data. Metode analisis

yang dipakai adalah Deskriptif Analisis yaitu berusaha memaparkan data tentang sesuatu hal atau masalah dan kemudian menganalisis dengan interpretasi yang tepat. Dalam teknik analisis penelitian ini menggunakan metode analisis isi (Analysis content) yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis yang dapat diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan dengan mudah kepada orang lain.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring berkembangnya internet, banyak para ulama, *muballigh*, da'i, ustadz, menyebarkan kebaikan dengan cara berdakwah memanfaatkan platform media sosial. Dakwah saat ini mengalami perkembangan teknologi, seperti dakwah yang dilakukan menggunakan media sosial, metode tersebut banyak menarik perhatian masyarakat. Sisi baiknya, dapat diputar atau diakses kapan dan dimana saja. Hal ini dijadikan sebuah peluang oleh para kreator untuk membuat konten dakwah sesuai dengan ide dan kreativitas mereka masing-masing.

Hadirnya para pendakwah muda menarik perhatian generasi milenial agar senantiasa menuju jalan kebaikan yang di ridhoi oleh Allah SWT.

Husain Basyaiban, salah satu pendakwah muda yang saat ini ramai menjadi perbincangan karena isi konten yang beliau tampilkan mengenai ajaran-ajaran yang mengandung nilai agama

Islam didalamnya. Keunggulan dari pesan komunikasi dakwah ia yaitu dengan ciri khas penyampaiannya yang mudah dipahami menurut remaja masa kini, penyampaian dengan gaya berbicara/ bahasa biasa bukan dengan bahasa diatas mimbar atau ceramah pada umumnya, pakaian yang sering ia pakai yaitu kaos ala anak muda sehingga penonton bisa lebih enjoy ketika menonton kontennya, serta mempunyai *public speaking* yang baik.

Husain adalah sapaan akrabnya, dikenal sebagai konten kreator TikTok muda yang berasal dari Madura, lahir di Mekkah, Arab Saudi pada tanggal 12 Agustus 2002. Saat ini ia menempuh pendidikan ke Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur.

Kebanyakan remaja saat ini menggunakan TikTok sebagai ajang konten hiburan, Husain justru memanfaatkan TikTok untuk berbagi konten dakwah agama Islam khususnya yang terjadi pada kaum milenial saat ini. Husain mengaku tidak ingin dipanggil ustadz, syekh, ataupun habib, karena ia hanya ingin membagikan ilmu yang dipelajarinya agar bermanfaat bagi orang lain.

Husain juga mencoba memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media untuk berdakwahnya. Kini akun TikTok milik Husain Basyaiban @basyasman00 telah mencapai 5.5 juta followers, 283,7 juta suka dari pengikutnya, dengan Bio "Saya terlihat baik karena Allah tutupi aibnya, padahal mah kotor banget" dan banyak mendapatkan komentar positif. Konten dakwah yang diposting sebenarnya merupakan pembahasan yang sederhana, namun bisa menarik perhatian ribuan

followersnya dilihat dari jumlah penonton dan komentar dari setiap unggahan vidonya.

Gaya milenial dikemas untuk isi konten dan dengan bahasa yang sopan santun juga lemah lembut sebagai ajakan kepada para penonton untuk saling berdiskusi serta argumen yang disampaikan berusaha tidak memihak pada siapapun sesuai ilmu yang didapatkannya.

### **Strategi komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui Media Sosial TikTok @basyasman00**

Dakwah yang dilakukan Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan dakwahnya yaitu dengan menggunakan strategi *tilawah* dan *tazkiyah*:

#### 1. Strategi *Tilawah*

Strategi ini diartikan sebagai proses komunikasi antara da'i dengan *mad'u*. Dengan adanya strategi *tilawah*, followers atau *mad'u* diminta untuk mendengarkan Husain Basyaiban sebagai da'i atau membaca sendiri pesan-pesan dakwah yang telah disampaikan oleh da'i. Demikian ini merupakan transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan.

Dalam strategi *tilawah* ini penulis mengambil sampel pada konten "Pinjol dan Paylater Lovers" Video yang membahas mengenai pinjaman online dan paylater tersebut berdurasi 2.15 menit diunggah pada tanggal 10 september 2022. Telah ditonton 2.2 juta, mendapatkan like 287.7 ribu, 5.136 ribu komentar, 37.7 ribu disimpan oleh penonton, dan telah dibagikan sebanyak 10.8 ribu kali.



Gambar 1. Media TikTok Husain Basyaiban.

(Sumber: Akun TikTok @basyasman00)

Dalam videonya Husain menyampaikan bahwa untuk kita sadar bahwa fitur yang ada di aplikasi berupa pinjol dan paylater adalah mereka mempermudah akses itu semua kepada kita bukan karena ingin bersedekah kepada kita, tapi mereka ingin meraup keuntungan sebesar-besarnya. Namun dalam video tersebut husain tidak ingin membahas halal haramnya, melainkan “Berhutang”. Islam menilai bahwa perkara berhutang adalah hal yang luar biasa. Bahkan suatu hari Nabi Muhammad SAW pernah enggan menyolati seseorang yang sedang memiliki hutang Nabi Muhammad SAW bersabda :

“Bahwasanya orang yang mati syahid itu aka diampuni seluruh dosanya diangkat semua beban-bebannya kecuali hutangnya”.

Di dalam agama Islam menggibahi orang yang sedang menunda-nunda membayar hutang itu diperkenankan padahal ghibah adalah perkara yang luar biasa didalam agama karena ini adalah hal yang sangat besar. Orang yang sedang memiliki hutang itu jiwanya akan digantung kelak di hari

kiamat sampai dia melunasi hutangnya. Nabi Muhammad SAW bersabda :

“Barangsiapa yang meninggal kemudian dia memiliki hutang 1 dinar atau 1 dirham maka hutang tersebut akan dilunasi dengan kebbaikannya sebab dihari kiamat tidak ada yang namanyadinar maupun dirham, pahalamu yag selamaini kamu perjuangkan di dunia kamu shalat, kamu puasa, kamu zakat, kamu menebar senyuman kepada orang lain, kamu bersedekah kepada orang lain, kamu melakukan berbagai macam kebaikan kepada orang lain, itu akan ditransfer kepada mereka yang menghutangi kamu”.

Allah SWT menghalalkan perhutangan, tapi ingat berhutanglah pada hal yang wajar kalau bisa jangan sampai berhutang. Husain menyampaikan “Berhutanglah kalau bene-bener mepet, berhutanglah hanya karena kebutuhan, jangan karena gaya hidup”

## 2. Strategi *Tazkiyah*

Strategi ini dilakukan agar terjadi perubahan individu dan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam sebagai agama mengemban misi kemanusiaan.

Dalam strategi *tazkiyah* ini penulis mengambil sampel pada konten “Hukum dalam Islam benerin sajadah pakai kaki” video yang membahas tentang hukum dalam Islam benerin sajadah pakai kaki tersebut berdurasi 59 detik diunggah pada tanggal 14 oktober 2022. Telah ditonton 3.2 juta, mendapatkan like 518.1 ribu, 2.601 ribu komentar, 40.4 ribu disimpan oleh penonton, dan 2724 ribu dibagikan.



Gambar 2. Media TikTok Husain Basyaiban  
(Sumber: Akun TikTok @basyasman00)

Husain menyampaikan bahwa benerin sajadah menggunakan kaki sebenarnya tidak masuk ke bab haram maupun makruh sebab disana tidak ada larangan yang pasti dari Nabi Muhammad SAW. maupun pembahasan para ulama terkait pengharamnya, ketika seseorang membenarkan sajadahnya dianggap tidak ada problem, tidak berdosa tidak ada makruh. Menurut husain ini masuk kepada bab adab saja, sebagaimana guru-guru husain menyuruh untuk menghormati pensil, bolpoin karena digunakan untuk menulis ilmu yang kita pelajari, maka tentunya sajadah ini adalah alat untuk menyempurnakan sholat kita maka hendaknya beradab juga terhadap apa-apa yang berhubungan dengan sholat kita. Menurut Husain benerin sajadah dengan kaki beradab tidaknya tergantung perspektif mana penonton ambil.

#### D. SIMPULAN

Stelah menganalisa strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban di media sosial TikTok kepada penonton *mad'u* melalui akun miliknya @

basyasman00 agar diterima oleh masyarakat khususnya followers TikTok miliknya, maka peneliti dapat menyimpulkan: Pertama, strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok @basyasman00 adalah: Pertama, strategi *tilawah*, sebagai strategi untuk transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan kepada *mad'u*. Dalam strategi *tilawah* ini penulis mengambil sampel pada konten "Pinjol dan Paylater Lovers" dalam penyampai pesannya dapat ditarik kesimpulan bahwa hutang adalah perkara yang sanga luar biasa, hutang diperbolehkan hanya saja berhutanglah ketika bener-bener mepet dan untuk memenuhi kebutuhan bukan gaya hidup. Kedua, strategi *tazkiyah*. Strategi ini dilakukan agar terjadi perubahan individu. Dalam strategi *tazkiyah* ini penulis mengambil sampel pada konten "Hukum dalam Islam benerin sajadah pakai kaki" dapat disimpulkan bahwa dalam benerin sajadah dengan kaki masuk kepada bab adab dan benerin sajadah dengan kaki beradap tidaknya tergantung perspektif mana penonton ambil.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Wisnu Nugroho. *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. 2018.
- Umar, Husein. (2001). *Strategi Management in Action*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Masitoh dan Laksmi Dewi. (2009). *Strategi Pembelajaran*. Jakarta : DEPAG RI.
- Mubasyaroh. *Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)*. Dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Kudus*. Vol 4 No1. 2016.

- Effendy, Onong Uchjana. (1992). *Ilmu Komunikasi, Teory dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2022. *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesi-terbesr-kedua-di-dunia>, diunduh pada 17 Oktober 2022.
- Roni. *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial (Online)*. Dalam Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2020.
- Sari, A F dan Ni'amah L U. TikTok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun TikTok @basyasman00). Dalam *Jurnal Manajemen Dakwah*. Vol 2 No 1. Maret, 2022.
- Solihat, Siti A. Analisis Strategi Dakwah UstadzSyamTentangDo'adanTakdir Melalui Aplikasi TikTok Terhadap Para Followers. Dalam *Jurnal Islamic Broadcast Communication*. Vol 2 No 2. 2022.