

## **Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital**

Oleh :

**Clara Sinta Pratiwi**

UIN SATU, Tulung Agung, Indonesia

[CLARA\\_SINTA@uinsatu.ac.id](mailto:CLARA_SINTA@uinsatu.ac.id)

### **ABSTRACT**

Tiktok is the most user application during the digital era. With a variety of content, it can reach all circles. One of the positive things that can be used is the potential of tiktok as a da'wah media, especially for young people. One of the tiktok celebrities, Husein Basyaiban, has used his tiktok content for da'wah media to gain 5.4 million followers. This study aims to conduct a semiotic analysis of Husein Basyaiban's account comments and how this tiktok is used as a representation of da'wah media in the digital era. The analysis of the media text used is by using the semiotic analysis of the Charles Sanders Peirce model. The sampling technique in this study was using simple random sampling. Data collection techniques used by researchers are document analysis and library research. This study analyzes the responses of Tiktok netizens regarding the da'wah content uploaded by the @basyaman00 account. The results showed that there were three signs that became the basis of the researcher's analysis on Husein's account. The first is a sign of the large number of comments that appear on Husein's uploaded videos even though the numbers vary. The second is that netizens thank you for the knowledge that has been shared in Husein's video upload. And finally, there is a follow-up question regarding Husein's explanation of a religious problem

**Keywords:** *tiktok, da'wah media, digital age*

### **A. PENDAHULUAN**

Saat ini kita tengah hidup di era teknologi dan informasi yang dapat memungkinkan kita berkomunikasi tanpa harus bertemu secara fisik (Irianta, 2017). Perkembangan pesat ini memunculkan sebuah sarana media baru dalam proses komunikasi. Dengan adanya media baru, manusia dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja, sehingga terciptalah sebuah kesempatan dimana siapa saja mampu menjadi penerima atau produsen informasi.

Hal ini sesuai dengan pendapat McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa yang mengatakan bahwa "Media baru atau New Media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan berbagai ciri sama yang dimungkinkan ketersediaanya dengan digitalisasi untuk penggunaan pribadi sebagai alat

komunikasi”. Menurutnya, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, akses individu sebagai pengirim atau penerima pesan, interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan akses dimana-mana (McQuail, 2011:43)

Salah satu bentuk konkrit media baru saat ini adalah adanya platform media sosial yang menjadi sarana interaksi antara sejumlah orang melalui *sharing* informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk komunitas virtual (Liliweri, 2015, hal. 288). Di tahun 2022, Hootsuite mengeluarkan data penelitian yang membuktikan bahwa lebih dari 58,4% atau sekitar 4,62 milyar penduduk dunia yang terhubung ke internet, menggunakan media sosial (Arradian, 2022). Hal ini menunjukkan lebih dari separuh penduduk di dunia mengakses platform media sosial dengan berbagai latar belakang dan tujuan. Dilansir dari Lifestyle.kontan.co.id, ada lima platform media sosial yang populer dan mendunia yakni Whatsapp, Tiktok, Youtube, Instagram, dan Facebook.

Dari data diatas, saat ini platform Tiktok mampu menggeser platform media sosial populer sebelumnya. Posisi ini menjadikannya sebagai platform nomor 2 setelah Whatsapp yang paling banyak digunakan dan diakses di dunia tak terkecuali di Indonesia. Padahal Tiktok adalah platform media sosial yang terbilang baru karena dirilis pada tahun 2016. Namun demam Tiktok menyebar begitu cepat menjangkau seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.

Aplikasi Tiktok adalah aplikasi dengan special effects unik dan menarik, dimana penggunaanya bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek dengan variasi durasi 15 detik, 60 detik, sampai 3 menit disertai berbagai music pendukung dan filter wajah (Palupi, 2021, hal. 91). Aplikasi ini memiliki beberapa alasan mengapa ia sangat digemari. Salah satunya sebagai sarana yang menghibur bagi diri sendiri dan orang lain. Dengan Tiktok, tak perlu pergi jauh, mengeluarkan uang banyak, atau menghabiskan banyak waktu diperjalanan dengan kemacetan hanya untuk mendapatkan hiburan setelah aktifitas yang padat. Cukup dengan scroll Tiktok seseorang sudah mendapatkan banyak konten menghibur yang kadang mengundang gelak tawa.

Disamping sebagai media entertain, Tiktok saat ini dapat juga digunakan sebagai media sarana informasi modern, edukasi dan dakwah. Hal ini Karena karakternya yang khas dengan membagikan video pendek yang mampu menarik perhatian. jika dahulu informasi teraktual bisa di dapatkan di majalah, koran, radio, atau televisi, saat ini Tiktok mampu menjadi sebuah sarana informasi dengan format

video singkat. Aplikasi ini juga menyediakan ruang yang mudah untuk siapa saja menjadi creator, sehingga siapapun mampu menjadi sumber informasi, siapapun mampu membuat dan menyalurkan sebuah informasi dan tentu platform ini menjadi sebuah kesempatan yang memungkinkan munculnya creator pendakwah muda (Palupi, 2021).

Dalam proses menyeru dan mengajak kepada jalan kebaikan, media menjadi penting agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Di era modern saat ini dimana pola hidup masyarakat sudah tak dapat lepas dari koneksi internet, maka cara dakwah dan media yang digunakan haruslah fleksibel mengikuti arus komunikasi yang berkembang semakin *sophisticated*. Tidak hanya hardware yang digunakan tapi juga daya jangkau dan jelaahnya yang tak kenal batas geografis dan kultural (Ilahi, 2013, hal. 105).

Sebab itulah Tiktok yang menjadi tren dunia saat ini diharap mampu menjadi sebuah representasi media dakwah. Dimana dakwah adalah suatu proses komunikasi dan komunikasi bersifat prosedural dan dinamis karena komunikasi tidak memiliki awal dan akhir melainkan suatu proses yang akan terus berlangsung. Maka dakwah sebaiknya dilakukan dengan inovatif (Ilahi, 2013).

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai media Tiktok sebagai media dakwah masa kini. Peneliti menjadikan dua penelitian terdahulu sebagai rujukan. Pertama adalah jurnal dari Rismaka Palupi dkk yang diterbitkan di jurnal *Academica* dengan judul “Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Era Modern”. Jurnal ini secara umum membahas tentang media Tiktok sebagai salah satu media komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk media penyebaran dakwah.

Penelitian terdahulu kedua yang penulis gunakan adalah jurnal dari Salma Humaira Supratman dan Hendi Suhendi yang berjudul “Efektifitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan”. Kesimpulan dari jurnal ini adalah` efektifitas dakwah pada Tiktok @amaljarah.ku menunjukkan perubahan akhlak pada followers dari tidak baik menjadi lebih baik. Hal ini dikarenakan video dakwah yang menarik dan mudah dipahami serta kepercayaan jika apa yang disampaikan adalah suatu kebenaran.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisa dan menelusuri akun Tiktok dari pendakwah muda Indonesia. Beliau adalah Husein Basyaiban. Husein saat ini di aplikasi Tiktok dengan username @Basyasman00 sudah memiliki 5,4 M pengikut.

**B. METODE**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah, metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2013, hal. 205). Pendekatan ini menjadi pilihan karena penelitian kualitatif mampu mengungkapkan secara mendalam fenomena yang diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian analisis teks media dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Semiotika memahami dunia sebagai system hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda (Sobur, 2007, hal. 87). Menurut Peirce Tanda merupakan sesuatu yang tampak, merujuk pada sesuatu, mampu mewakili relasi antara tanda dengan penerima tanda yang bersifat representatif dan mengarah pada interpretasi. Adapun syarat agar sesuatu dapat disebut sebagai tanda yaitu apabila sesuatu itu dapat ditangkap, menunjuk pada sesuatu, menggantikan, mewakili, menyajikan dan memiliki sifat representatif, yang memiliki hubungan langsung dengan sifat interpretative.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan *simple random sampling*. Dimana setiap individu yang berkomentar di akun Husein Basyaiban memiliki peluang yang sama, sehingga penulis mengambil secara acak tanpa memperhatikan strata pada beberapa konten pendakwah muda tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah analisis dokumen dan riset kepustakaan. Penelitian ini menganalisis respon netizen Tiktok terkait konten dakwah yang diunggah oleh akun @basyaman00. Peneliti menjadi instrument kunci dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrument juga harus “divalidasi”. Seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun kelapangan. Dalam penelitian kualitatif, segala sesuatu yang akan dicari dari obyek penelitian belum jelas permasalahannya, sumber datanya, dan hasil yang diharapkan. Rancangan penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki obyek penelitian. Dalam memandang suatu realitas, penelitian kualitatif berasumsi bahwa realitas bersifat holistic (menyeluruh), dinamis, tidak dapat dipisah-pisahkan kedalam variable-variabel penelitian.

**C. KAJIAN TEORI****1. Ulasan Singkat Mengenai Asal-usul Tiktok**

Tiktok adalah sebuah aplikasi platform buatan China yang dibuat pada tahun 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang sekaligus pendiri dari sebuah perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance. Sebelum dikenal luas oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya. Dimana pengguna hanya menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke pada seluruh pengguna lainnya (Winarso, 2022).

Siapa sangka, aplikasi ini ternyata mendapat respon positif dari penggunanya, sehingga aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang cukup populer di negara asalnya. Karena merasa berhasil memperkenalkan di negara asalnya sendiri, ByteDance akhirnya mencoba untuk memperkenalkan aplikasi ini kepada masyarakat Dunia. Sehingga ByteDance memutuskan untuk mengganti nama Douyin menjadi Tiktok (Winarso, 2022).

Di Indonesia Tiktok saat ini menjadi platform video music populer dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Banyak para creator Tiktok membuat dan mengshare tren-tren baru yang dipromosikan menggunakan tagar “#FYP” yang merupakan singkatan dari *For Your Page* (Palupi, 2021, hal. 91). Hasil video yang unik dan menarik adalah kunci utama agar video yang diunggah menjadi booming dan viral. Dan untuk menghasilkan video yang menarik dan unik, platform Tiktok telah menyediakan fitur-fitur yang dapat digunakan oleh para content creator, diantaranya:

- Penambahan Genre Musik

Sesuai dengan penjelasan di atas, Tiktok merupakan salah satu platform video musik. Ini artinya salah satu fitur utama yang terdapat pada aplikasi Tiktok adalah fitur penambahan musik. Para content creator dapat menambahkan beragam jenis musik yang sesuai dengan konten video yang ingin dibuat. Music yang dapat digunakan pada platform ini sudah mendapatkan izin dari penciptanya sehingga tidak akan dikenakan *copyright*.

- Filter pada Video

Fitur ini memudahkan para pengguna untuk mengubah tone warna pada video. Selain itu pengguna juga bisa mengubah rona sesuai dengan objek video yang akan di unggah.

- Filter Stiker dan Efek Video

Ada 5 kategori efek yang dapat dicoba pada platform Tiktok diantaranya efek visual, efek stiker, efek transition, efek split, dan juga waktu. Filter ini bertujuan untuk membuat video terkesan lebih menarik.

- *Filter Voice Changer*

Pada filter ini suara dapat diubah menjadi beragam suara untuk menambah keunikan dan kreatifitas dari konten yang dibuat. Cara menggunakan filter ini cukup mudah hanya dengan merekam atau memilih efek suara yang sudah tersedia di platform aplikasi.

- *Filter Beautify*

Tiktok mampu menciptakan filter beautify yang menambah kepercayaan diri. Dengan filter wajah ini para pengguna dapat tampil lebih cantik, keren, dan unik. Filter ini juga dapat mengatur bentuk wajah menjadi lebih tirus, warna mata, dan juga memperhalus wajah.

- *Filter Auto Captions*

Fitur ini merupakan salah satu fitur baru yang disediakan oleh Tiktok. Fitur ini memungkinkan kreator konten Tiktok menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan disediakan fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat, terlebih bagi mereka yang memiliki kesulitan mendengar. Cara menggunakannya pun mudah, Anda hanya perlu mengklik fitur "Caption" pada laman editing sebelum mengunggah video. Setelah itu, kata-kata yang diucapkan oleh kreator di dalam konten tersebut akan ditranskripsi secara otomatis oleh aplikasi. Setelah itu, Anda dapat melihat dan menyunting subtitle yang telah dibuat supaya teksnya tidak keliru.

- *Fitur Live*

Fitur live juga dapat dimanfaatkan bagi pengguna Tiktok untuk membuat atau mempromosikan sesuatu. Namun tidak semua akun pengguna dapat melakukan live di Tiktok. Hanya akun yang memiliki minimal 1000 Followers yang bisa melakukan live di Tiktok.

- *Fitur Hapus Komen dan Blokir Pengguna Secara Massal*

Belum lama ini, Tiktok juga memperkenalkan fitur baru yang dapat memungkinkan kreator lebih mudah menghalau bullying. Sayangnya, tidak semua pihak mendukung peluncuran fitur baru ini. Pasalnya, banyak yang berpikiran dengan menggunakan fitur baru tersebut, memungkinkan kreator mengubah personanya, di mana konten yang diunggah mereka terlihat diterima dengan baik. Padahal mungkin saja ada banyak audiens Tiktok yang menolaknya. Untuk menggunakannya, pengguna bisa menekan agak lama pada sebuah komentar atau mengetuk ikon pensil yang ada di sudut kiri atas untuk membuka pilihan. Dari situ, kreator bisa memilih 100 komentar atau akun untuk dihapus atau diblok alih-alih harus menyisir satu per satu. Dengan begitu penghapusan komentar atau pemblokiran akun bisa lebih mudah.

## **2. Teori Representasi Stuart Hall**

Kata representasi berasal dari Bahasa Yunani kuno “*Repreasentare*” yang berarti “*to make present or manifest or to present again*”. Pengertian ini merujuk kepada objek yang tak bernyawa seperti citra, gambar, dan objek yang mengandung kemiripan yang digunakan untuk menampilkan, menggambarkan, atau mendeskripsikan gagasan abstrak (Udasmoro, 2020, hal. 63).

Konsep representasi tidak melulu merujuk pada objek tak bernyawa, tapi mulai dikaitkan dengan aktivitas atau tindakan manusia dalam dua pengertian. Pertama representasi bisa berarti sebuah objek tak bernyawa yang mewakili atau hadir untuk menggambarkan atau mendeskripsikan orang atau manusia. Ini seperti patung atau citra lukisan yang menggambarkan sosok manusia. Kedua, representasi merupakan aktifitas atau praktik yang dilakukan oleh manusia untuk menampilkan, menggambarkan, atau mengungkapkan sesuatu (Udasmoro, 2020). Jadi Tindakan menggambar, menulis, menari atau membuat film termasuk dalam pengertian ini.

Representasi dikenalkan oleh Stuart Hall. Beliau adalah tokoh *cultural studies* dari Inggris. Hall menjelaskan “*There are two processes, two systems of representation, involved. First, there is the ‘systems’ by which all sorts of objects, people and events are correlated with a set of concepts or mental representations which we carry around in our heads. Without them, we could not interpret the world meaningfully at all. In the first place, then, meaning depends on the systems of concepts and images formed in our thoughts which can stand for or ‘represent’ the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads* (Hall, 1997, hal. 10)”

Representasi adalah produksi makna dari konsep-konsep yang ada di dalam pikiran kita melalui bahasa yang mempunyai dua prinsip, yaitu untuk mengartikan sesuatu dalam pengertian untuk menjelaskan atau menggambarannya dalam pikiran dengan sebuah imajinasi untuk menempatkan persamaan ini sebelumnya dalam pikiran atau perasaan kita. Sedangkan prinsip kedua adalah representasi yang digunakan untuk menjelaskan (konstruksi) makna sebuah symbol. Jadi, kita dapat mengkomunikasikan makna objek melalui bahasa kepada orang lain yang bisa mengerti dan memahami konvensi bahasa yang sama (Hall, 1997, hal. 15).

Dalam konstruksionis ini, terdapat dua pendekatan menurut Stuart Hall, yaitu pendekatan diskursif dan pendekatan semiotika. Dalam pendekatan diskursif, makna dibentuk bukan melalui bahasa, tetapi melalui wacana. Kedudukan wacana jauh lebih luas dari bahasa atau juga bisa disebut topik (Hall, 1997, hal. 25). Jadi produksi mana yang ada pada suatu kultur dihasilkan oleh wacana yang diangkat oleh individu individu yang berinteraksi dalam masyarakat dan diidentifikasi atas kultur yang ditentukan oleh wacana-wacana yang diangkat.

Sedangkan pada pendekatan semiotik akan dijabarkan tentang pembentukan tanda dan makna melalui medium Bahasa. Pendekatan semiotik dalam teori konstruksionis inilah yang akan digunakan peneliti untuk melihat fenomena representasi yang ada. Representasi terlihat di dalam bahasa yang mampu mengkonstruksi sebuah makna. Pembangunan makna pada sebuah tanda dibentuk melalui bahasa dan bersifat dialektis karena sifat konstruksi juga ditentukan oleh faktor lingkungan, konvensi, dan hal-hal yang bekerja di luar produsen yang ikut menentukan prosesnya (Hall, 1997, hal. 26). Dalam hal ini, proses pemaknaan ini akan dipengaruhi berbagai kepentingan dan budaya dimana actor sosial itu berada.

### **3. Media Dakwah**

Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Meskipun media dakwah bukanlah penentu utama bagi kegiatan dakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Dimana pesan dakwah tersampaikan dengan baik kepada mitra dakwah dan memberikan efek positif (Aziz, 2009, hal. 428).

Pada dasarnya, dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan media-media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk mitra dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran islam pada mitra dakwah (Ilahi, 2013, hal. 105).



Berdasarkan jumlah sasaran, media dakwah dikelompokkan menjadi dua yaitu komunikasi media massa dan komunikasi media nirmassa. Media massa digunakan dalam komunikasi atau dakwah dengan sasaran mitra dakwah yang banyak dan bertempat tinggal beragam. Media massa yang banyak digunakan adalah seperti radio, televisi, film, koran. Sedangkan media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi atau dakwah yang tujuan mitra dakwahnya tertentu. Media yang digunakan biasanya surat, poster, kaset audio, CD, e-mail (Ilahi, 2013, hal. 106).

Namun seiring perkembangan zaman, saat ini segala bentuk konvergensi media mampu menjadi media dakwah efisien. Internet juga menjadi solusi media dakwah yang solutif ditengah kehidupan masyarakat yang tak bisa lepas dengan internet.

#### **D. PEMBAHASAN**

##### **Profil Singkat Husein Basyaiban**

Husein Basyaiban adalah remaja laki-laki berparas tampan yang berasal dari Bangkalan, Madura. Ia lahir di Mekkah pada 12 Agustus 2002. Husein merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Ayahnya bernama kiai Sufyan. Saat ini ia tercatat sebagai mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Kuyou, 2020).

Sebelum terkenal seperti saat ini, Husein sama seperti remaja pada umumnya. Hanya saja ia lebih memilih menggunakan aplikasi Tiktok sebagai jalan menyeru kebaikan. saat ini akun Tiktok @Basyaman00 terhitung pada bulan Juli 2022 memiliki 5,4 M pengikut, 274,4 M like, dan viewersnya dibebberapa video yang diupload mencapai lebih dari 7,3 M. Hal inilah yang menjadikan Husein saat ini sebagai salah satu aktris Tiktok yang mengelola akun dakwah karena konten yang dibagikan rata-rata menyangkut tentang agama.

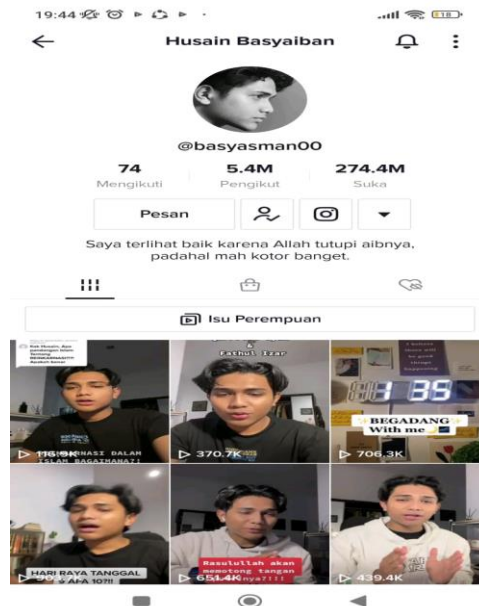
Husein pertama kali mengupload videonya di Tiktok pada tanggal 18 Mei 2020. Postingan video tersebut membahas pertanyaan salah satu akun di kolom komentar. Video yang diposting membahas tentang hukum menyayat tangan saat berpuasa. Postingan kedua membahas tentang madzi dan mani. Karenaa tema konten Husein saat itu sesuai dengan kondisi bulan Ramadhan, followers Husein terus bertambah secara signifikan.

Disamping sebagai seseorang yang menyerukan kebaikan dalam konten-konten video Tiktoknya, Husein juga memiliki beberapa hobi lain seperti bermain basket dan menonton anime. Dia mengaku sangat suka menonton One Piece sejak

usianya masih remaja. Selain itu, Husein juga pandai melakukan *beat box* yang pernah tertuang dalam satu konten pada 1 November 2021. Husein juga gemar membaca Al-qur'an dan sering mengajak followersnya untuk slalu menyempatkan diri membaca Al-qur'an (Asmara, 2022).

#### a. Analisis Semiotik Komentar Netizen pada Akun Husein

Husein Basyaiban dapat dikatakan sebagai seorang influencer. Karena Husein saat ini sudah memiliki lebih dari 1 juta followers pada akun Tiktoknya. Hal ini menandakan bahwa Husein tergolong sebagai salah satu orang berpengaruh. Setiap video yang diunggah selalu mendapat respon melalui suka ataupun komentar. Berikut adalah bentuk tampilan akun Husein pada aplikasi Tiktok.

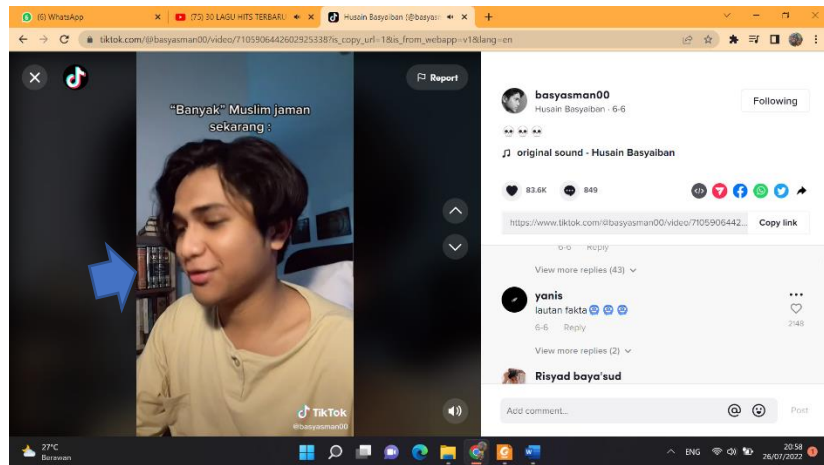


**Gambar 4.1** tampilan akun Husein Basyaiban<sup>1</sup>

Terhitung sejak pertama kali Husein mengupload video di tahun 2020, sudah ada ratusan video Husein yang berisi konten dakwah. Disetiap video-video yang diunggah oleh Husein ada beberapa hal yang dapat ditemukan :

- 1) Disetiap unggahan Husein, sebagian besar mengambil bacground suasana kamar yang dibelakangnya terlihat rak buku yang tersusun rapi. Terlihat pada rak tersebut adalah susunan beberapa kitab kuning.

<sup>1</sup>Diakses pada 26 Juli 2022 pukul 19.44 Wib



**Gambar 1.** suasana kamar Husein. Tanda panah menunjukkan rak buku.

- 2) Pakaian yang digunakan sebagian besar adalah pakaian santai berupa kaos oblong atau hoodie.



**Gambar 2.** tanda panah menunjukkan pakaian Husein.

- 3) Husein sangat konsisten dalam mengupload setiap video-video di akunnya. Yakni dengan metode ceramah singkat. Video yang diunggah tidak pernah melebihi 2 menit.
- 4) Husein juga menyelipkan beberapa konten yang berisi murni hiburan. Seperti menebak apa Bahasa madura dari beberapa ungkapan.
- 5) Tema-tema yang diambil untuk diunggah dalam video adalah tema-tema yang ringan dan terjadi di kehidupan sehari-hari.
- 6) Konten yang diunggah terkadang mengangkat tentang isu-isu yang viral.

7) Cara penyampaian husein disetiap video unggahnya lugas dan mengena.

Temuan-temuan yang dijabarkan diatas adalah daya Tarik utama dari akun Husein. Akun yang terlihat sederhana namun mampu menarik banyak netizen untuk melihat, menyukai, bahkan berkomentar. Dengan latar belakang rak buku yang tertata kitab kuning mengkontruksi netizen bahwa Husein juga akrab dengan literasi-literasi arab yang menjadi sumber ilmu agama. Sehingga akan muncul citra baik bahwa Husein paham secara mendalam akan ilmu agama.

Kesederhanaan penampilan adalah cara Husein untuk mampu masuk kedalam dunia remaja masa kini. Sehingga tercipta suasana santai dan rileks ketika mendengar ulasan yang disampaikan oleh Husein. Disamping itu, konsistensi Husein dalam membuat konten juga menjadikan akun @Basyaman00 menarik. Bahasa yang digunakan sederhana, dengan mencoba menjawab fenomena melalui kaca mata agama menggunakan bahasa lugas dan ringan sehingga para netizen menyerap informasi dengan mudah.

Dari ratusan konten video yang terunggah di akun Husein, muncul berbagai macam komentar netizen sebagai bentuk tanggapan. Ragam tanggapan netizen menjadi tolak ukur analisis teks media platform akun Tiktok Husein. Ada ratusan bahkan ribuan komentar yang muncul setiap Husein mengupload video. Namun jumlah komentar pada setiap video yang terunggah berbeda-beda. Ada yang jumlahnya ratusan ada yang ribuan, dan bahkan ada yang puluhan ribu.

Contohnya pada unggahan Husein tanggal 14 mei 2022, dimana Husein membahas mengenai 'Nonton BL (Boys Love)'. Ada 25.0K komentar yang menanggapi video tersebut. Salah satu komentar netizen dengan akun @ini acen mengomentari dengan mengucapkan rasa terima kasih atas ilmu yang dishare Husein. Video ini tembus puluhan ribu komentar karena saat ini memank sedang tren drama-drama BL yang ditayangkan oleh stasiun TV Korea, Thailand, dan Jepang.



**Gambar 3** komentar mencapai 25.0K

Dibeberapa unggahan juga muncul pertanyaan lanjutan dari apa yang dibahas oleh Husein. Hal ini menandakan bahwa terjadi feedback yang baik dari komunikasi yang dilakukan melalui unggahan video Tiktok. Salah satunya adalah komentar pada video yg membahas tentang ‘2 cara mandi wajib yang simple banget dan sah’, sebuah akun dengan gambar tengkorak bertanya, “berarti harus air keran kan ya belum kena apa-apa?”. Lalu Husein menjawab Kembali dan begitu seterusnya. Hal ini menandakan tercipta ruang edukasi yang positif di ruang komentar unggahan Husein.



**Gambar 4.5** pertanyaan lanjutan pasca video diunggah

Dari pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada tiga tanda yang menjadi dasar analisis peneliti pada akun Husein. Yang pertama adalah tanda banyaknya komentar yang muncul di video unggahan Husein meski jumlahnya beragam. Yang kedua ucapan terima kasih netizen atas ilmu yang telah di share dalam unggahan video Husein. Dan yang terakhir munculnya pertanyaan lanjutan atas penjelasan Husein mengenai suatu permasalahan agama.

### **b. Representasi Tiktok Sebagai Media Dakwah**

Salah satu tujuan dakwah adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para Da'i. diperlukan adanya media yang mampu menjembatani hal tersebut. Semakin baik media yang digunakan, maka proses penyampaian pesan akan semakin lebih efisien.

Tiktok adalah media yang mampu merepresentasikan media dakwah di era modern saat ini. Hal ini terindikasi dari 2 hal. Kuantitas jumlah netizen yang mengomentari unggahan video dakwah menunjukkan Tiktok mendapatkan perhatian

yang cukup besar sebagai wadah dalam proses pertukaran informasi. yang kedua munculnya pertanyaan lanjutan merepresentasikan bahwa media Tiktok mampu menjadi ruang edukasi dan diskusi pesan-pesan dakwah.

Aktifitas dakwah yang dilakukan juga menjadi lebih efisien dan mudah. Dikatakan efisien karena satu video singkat mampu memengaruhi ratusan bahkan puluhan ribu viewers. Selanjutnya dikatakan mudah karena tidak perlu beribet-ribet ria hanya untuk membagi informasi mengenai pesan-pesan dakwah. Cukup dengan unggahan Tiktok yang sudah difasilitasi berbagai fitur, para Da'I mampu menghemat berbagai macam hal dalam proses penyampaian pesan dakwah. Adapun hal yang di hemat adalah Ruang, Waktu, dan biaya

## **E. KESIMPULAN**

Dari penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa saat ini, di era modernisasi dan digitalisasi, perlu adanya terobosan baru mengenai media dakwah. Tiktok hadir sebagai representasi media dakwah masa kini. Karena Tiktok mampu menjadikan proses penyampaian pesan-pesan dakwah lebih efisien.

### **Daftar Pustaka**

- Arradian, D. (2022) "Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia dan Dunia". <https://tekno.sindonews.com/read/797139/207/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-dan-dunia-1655132791>. (diakses pada 22 Juli 2022, pukul 21.41)
- Asmara, J. A. K. (2022) "Profil dan Biodata Husein Basyaiban: Umur, Kuliah, Tipe Pacar," <https://hits.zigi.id/profil-dan-biodata-husain-basyaiban-umur-kuliah-tipe-pacar-tiktok-4538#> (Diakses pada 26 Juli 2022 pukul 19.44 WIB)
- Aziz, A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Hall, S. (1997). *Representation Cultural Representations and Signifying Practices*. London : SAGE Publications Ltd
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Irianta, Y. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka
- Kuyou. (2022) "Fakta dan Profil Singkat Husain Basyaiban," <https://kuyou.id/homepage/read/19155/10-fakta-dan-profil-singkat-husain->

basyaiban-tiktoker-genz-yang-suka-dakwah-digital-gaes, (diakses 26 Juli 2022, pukul 10.40 WIB)

Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

Palupi, R. dkk. (2021) “Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Era Modern.” *Academica: Jurnal of Multidisiplinary Studies Vol.5 No.1*

Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sobur, A. (2007). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Udasmoro, W. (2020). *Gerak Kuasa Politik Wacana, Identitas, dan Ruang/Waktu dalam Bingkai Kajian Budaya dan Media*. Jakarta : PT Gramedia

Winarso, B. (2021) “Apa itu Tiktok dan Apa Saja Fitur-fiturnya”. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok> (diakses pada Senin, 25 Juli 2022 pukul 10.57 WIB)