

**PERSEPSI MAHASISQA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
TERHADAP KONTEN DAKYAH HUSAIN BASYAIBAN DI APLIKASI
TIKTOK**

Nur'ain H. Hasan

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo
Nurainhasan09@gmail.com

Andries Kango

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo
Kangoandries@gmail.com

Mustaqimah

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo
Mustaqimahhikam@gmail.com

ABSTRAK

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan psikologis. Metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara (*Interview*) dan dokumentasi. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap konten dakwah Husain Basyaiban. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diambil langsung dari objek yakni mahasiswa komunitas dan penyiar islam IAIN Sultan Amai Gorontalo dan data sekunder didapatkan dari literatur berupa buku, foto, jurnal yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mahasiswa KPI terhadap konten dakwah Husain Basyaiban di Aplikasi Tiktok disetiap kontennya selalu membawakan tema-tema yang bagus dan mudah dipahami. Selain itu beliau juga sering membahas tentang fenomena-fenomena yang *tranding* saat ini. Kemudian persepsi mahasiswa menyatakan bahwa Husain Basyaiban dalam videonya menggunakan bahasa yang baik dan kekinian disesuaikan dengan *viewers*-nya yang kebanyakan dari kalangan remaja hingga dapat diterima dengan baik tanpa menyinggung perasaan, konten tausiyahnya yang efektif dan efisien karena zaman sekarang semua orang menggunakan sosial media terutama tiktok. Adapun saran dalam penelitian ini: semoga mahasiswa bisa terinspirasi dan membuat konten dalam penyebaran dakwah melalui aplikasi tiktok.

Kata Kunci: Komunikasi, Penyiaran, Dakwah, Tiktok

PENDAHULUAN

Tiktok ialah sebuah jaringan sosial dan *platform* video dan musik yang di terbitkan pada bulan September 2016 silam. Aplikasi tersebut membolehkan penggunanya untuk membuat video musik dengan waktu yang telah di tentukan. Di tahun 2018, aplikasi tiktok menetapkan sebagai aplikasi yang paling banyak di *download* yakni sebanyak 45,8 juta kali. Jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa *platform* seperti, *facebok*, *whatsapp*, *instagram* dan *youtube*. Pengguna tiktok kebanyakan anak usia sekolah dan *millennial* atau yang kita kenal dengan sebutan Generasi Z.¹ Hingga kini tiktok telah menjadi primadona yang digemari oleh anak kecil, remaja hingga orang dewasa yang merasa butuh hiburan. Pada tahun 2018 aplikasi ini memiliki julukan sebagai “Aplikasi Goblok”. Banyaknya anak muda maupun dewasa yang memposting video di berbagai *platform* media sosialnya, tidak hanya membuat aplikasi semakin populer, namun orang yang menggunakan aplikasi ini juga akan populer. Orang yang menggunakan dan sering memposting video kreasinya sendiri dengan tujuan menghibur disebut dengan *content creator*. Selain itu, tiktok memiliki ciri khas tersendiri, video yang di unggah oleh tiktok memiliki *watermark* berupa *username* pengguna yang menerbitkan video mereka sendiri, hal inilah yang membedakannya dengan aplikasi lainnya.²

Salah satu konten *creator* dakwah yang sangat dikenal adalah Husain Basyaiban. Beliau merupakan artis Tiktok yang berasal dari Madura keturunan Arab. Lahir pada 12 agustus 2002, saat ini Husain sedang menempuh sarjana di UIN Surabaya. Ia mengaku tidak ingin dipanggil dengan sebutan Ustadz, syekh hingga habib. Ia meminta pengikutnya dengan sebutan Husain hingga kaka atau dek Husain. Husain Basyaiban mulai aktif menekuni konten dakwah pada tahun 2018 lalu lewat unggahan di Instagram, Husain mengungkapkan bahwa alasan dakwah di media sosial karena ia menyukai *public speaking*. Setelah itu, Husain berfikir bahwa ia ingin menyampaikan apa yang dipelajarinya selama ini bermanfaat juga bagi orang lain. Alhasil, ia mencoba untuk membuat video di aplikasi tiktok dan tak menyangka mendapatkan respon yang positif dari kalangan netizen. Kini akun tiktok @basyaman00 telah memiliki 5,7 juta pengikut dengan 292,8 juta suka. Sejak ia bergabung hingga kini ia telah mengunggah ribuan video dakwah.³

Dalam kontennya ia berpenampilan santai seperti remaja lainnya dan mempunyai ciri khas pembawaan bicara dengan intonasi suaranya yang cepat, tegas dan lugas. Di dalam kontennya ada lebih dari 60 video yang menyinggung masalah toleransi yang bertujuan agar kita semua saling bertoleransi terhadap agama lain, biarkan orang lain menjalani ibadah sesuai apa yang mereka yakini, jangan saling mengganggu. Tentu videonya tersebut mengundang respon positif dari para pengguna Tiktok, dan konten-konten yang seperti ini memang sangat diperlukan untuk menyadarkan masyarakat mengenai toleransi agar dapat hidup dengan tenang dan harmonis.⁴

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam terhadap permasalahan tersebut dan dituangkan dalam skripsi yang berjudul “Persepsi

¹ Yohana Noni Bulele, “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok,” *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology* 1, no. 1 (2020): 566.

² Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang,” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (2020): 136.

³ accessed June 20, 2022, <https://today.line.me/id/v2/amp/article/kEE8JPJ>.

⁴ Ibid.

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Konten Dakwah Husain Basyaiban di aplikasi Tiktok”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa KPI tentang konten dakwah melalui tiktok, karena mengingat saat ini tiktok merupakan aplikasi paling populer yang banyak di gandrungi oleh anak muda sekarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan metode lapangan atau *field research* untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam IAIN Sultan Amai Goontalo terhadap konten dakwah Husain Basyaiban di Aplikasi Tiktik.. penelitian ini berlokasi di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Sultan Amai Gorontalo, Jl. Gelatik, Heledulaa, Kota Timur, Kota Gorontalo. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diambil langsung dari objek yakni mahasiswa komunitas dan penyiar islam IAIN Sultan Amai Gorontalo dan data sekunder didapatkan dari literatur berupa buku, foto, jurnal yang diungkap relevan dengan penelitian ini. Kemudian pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Sejarah perjalanan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Amai Gorontalo telah melewati beberapa fase. Berdasarkan keputusan Presiden RI Nomor 91 Tahun 2004 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) akhirnya beralih status menjadi IAIN Sultan Amai Gorontalo. Kini institusi ini memiliki empat Fakultas yaitu: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Usuludin dan Dakwah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Kemudian terdapat visi dan misi dari program studi Komunikasi Penyiaran Islam yakni sebagai berikut:

1. Visi program Studi Komunikasi Penyiaran Islam:
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam adalah “Mewujudkan Program Studi yang progresif, inovatif dan bermartabat dalam bidang komunikasi penyiaran Islam”
2. Misi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam:
Mengembangkan pengkajian ilmu-ilmu dalam bidang komunikasi penyiaran Islam
 - a) Menjalin hubungan yang sinergis dengan lembaga-lembaga keilmuan, kebudayaan dan teknologi dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam
 - b) Mengembangkan keilmuan, keIslaman dan nilai Budaya Lokal secara integrative dalam pendidikan dan pengajaran dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam
 - c) Memberdayakan potensi local dalam mewujudkan masyarakat yang berjiwa enterpreneure
3. Tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
 - a) Menghasilkan juru dakwah, praktisi media dan konselor yang professional
 - b) Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga perinstansi lainnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, budaya dan teknologi dalam bidang komunikasi penyiaran Islam
 - c) Terlaksananya pendidikan dan pengajaran dengan pendekatan nilai-nilai budaya local yang bernafaskan Islam dalam bidang komunikasi penyiaran Islam
 - d) Menghasilkan lulusan yang mampu memebrdayakan potensi local dalam mewujudkan masyarakat interpreneure

4. Sasaran Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
 - a) Menciptakan alumni yang siap pakai dalam segala bidang komunikasi penyiaran Islam yang diserap oleh lapangan kerja
 - b) Dalam mengimplementasikan teknik-teknik retorika dan memahami teori-teori ilmu dakwah serta mengaplikasikan teknologi ilmu komunikasi
 - c) Mampu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terutama para tokoh agama dan para kalangan pekerja media massa
 - d) Terakreditasi unggul ditahun kedepan demi pencapaian kualitas mahasiswa
 - e) Menjadi khotib dan ahli dakwah yang mampu mendakwahkan agama Allah
5. Strategi Pencapaian Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
 - a) Meningkatkan kualitas kependidikan dan pengajaran dalam bidang komunikasi penyiaran Islam sehingga menghasilkan lulusan yang terampil mandiri dan professional.
 - b) Melakukan pendekatan dan pemahaman tentang teknik penyiaran dan penyuluhan ilmu dakwah melalui aplikasi ilmu komunikasi
 - c) Mendukung program unggulan dari berbagai pihak baik dalam lingkungan pemerintah, instansi, tokoh agama, tokoh masyarakat, maupun media massa
 - d) Melakukan redesign kurikulum sesuai dengan kebutuhan peningkatan pendidikan yang bisa memacu perkembangan kemahasiswaan serta peningkatan kualitas tenaga pengajar.
 - e) Melakukan praktek-praktek yang mampu membimbing sehingga menjadi ahli dakwah dalam komunikasi penyiaran Islam.
 - f) Sosialisasi program studi Komunikasi Penyiaran Islam

Upaya penyebaran persosialisasi visi, misi, tujuan dan sasaran program studi yang efektif tercermin dari tingkat pemahaman seluruh stakeholder yaitu civitas akademika baik dosen dan mahasiswa serta tenaga kependidikan melalui:

1. Kegiatan konseling dengan berkunjung ke pondok pesantren, sekolah menengah umum/madrasah aliah/sederajat
2. Pengenalan melalui jejaring social, website IAIN Sultan Amai Gorontalo. Buku panduan pedoman akademik tentang program studi Komunikasi Penyiaran Islam
3. Kerjasama dengan pihak lain baik lembaga/ perusahaan yang ada di daerah, seperti: TVRI, RRI, Gorontalo Post dan media cetak lainnya yang dapat menyebarkan program studi KPI
4. Mempublikasikan keunggulan program studi Komunikasi Penyiaran Islam serta hasil karya ilmiah dosen yang ada pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam guna memotivasi para siswa sehingga bisa tertarik masuk ke IAIN Sultan Amai Gorontalo khususnya pada Fakultas Usuludin dan Dakwah.

Kegiatan pengenalan Fakultas Usuludin dan Dakwah khususnya program studi Komunikasi Penyiaran Islam melalui Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) harusnya rutin melakukan kegiatan seminar, lokakarya, workshop dalam pengenalan program studi Komunikasi Penyiaran Islam.

B. Persepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Sultan Amai Gorontalo Terhadap Konten Dakwah Husain Basyaiban di Aplikasi Tiktok

1. Persepsi Informan Tentang Penggunaan Aplikasi Tiktok

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Sultan Amai Gorontalo menggunakan aplikasi tiktok dan ada juga yang memiliki akun tiktok. Aplikasi tiktok yang menampilkan konten-konten hiburan dan dapat juga membuat konten-konten pribadi pada akun tiktok seperti informasi tentang aktivitas atau gaya hidup, promosi produk barang dan jasa, tips dan trik, hiburan, memasak, fashion, *dance challenge* serta edukasi. Kemudian hasil wawancara juga menunjukkan bahwa menggunakan aplikasi tiktok untuk hiburan dan dapat digunakan sebagai salah satu usaha yang menghasilkan karena konten-konten yang dimuat di aplikasi tiktok jika banyak pengikut dan yang menonton video atau konten yang dimasukkan bisa mendapatkan uang dari penyedia aplikasi tiktok.

Pada umumnya menggunakan aplikasi tiktok dan dalam penggunaannya melihat konten video tantangan dance, tutorial, promosi produk, video lucu, informasi dan edukasi. Konten-konten ini banyak dilihat karena sangat menghibur sehingga informan rela membuang waktu lebih lama untuk melihat tik tok dibandingkan membaca buku dan melihat televisi. Perubahan generasi mahasiswa saat ini dari membaca buku menjadi generasi yang melihat android merupakan hal baru dan lebih cenderung pada pengetahuan yang kurang komplit karena konten-konten tiktok dibatasi pada video pendek dan perlu ditelusuri lagi kebenarannya. Hal ini juga sejalan dengan Van Dijk bahwa media sosial merupakan media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi dalam segala aktivitas dan dapat punya untuk berkolaborasi.⁵

2. Persepsi Tentang Penyebaran Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok

Penggunaan tiktok pada generasi saat ini lebih dominan karena mudah diakses dengan adanya fasilitas handphone dan internet sehingga bisa dilakukan kapan saja. Hal ini ternyata penggunaan android seperti melihat aplikasi tiktok tidak selamanya bersifat negative karena kemudahan akses internet sudah menjadi trend saat ini.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi tiktok dapat digunakan untuk menyampaikan dakwah baik secara live ataupun hanya dalam bentuk konten-konten. Kondisi ini cocok dengan penggunaan internet yang semakin hari semakin tinggi dan juga tiktok merupakan aplikasi yang banyak digemari untuk ditonton dalam kondisi santai ataupun lagi sendiri. Informan juga menjelaskan bahwa aplikasi tiktok digunakan sebagai ajang penyebarluasan dakwah (islami) adalah hal positif dan karena melalui aplikasi tiktok kapan dan di mana saja mereka dapat melihat, dan mendengarkan dakwah tersebut.

Hal ini relevan dengan penjelasan dari Abdullah bahwa diartikan sebagai memaggil, menyeru, mengajak atau mengundang seseorang kepada kebaikan. Dengan menggunakan aplikasi tiktok maka untuk mengajak seseorang ke dalam kebaikan akan terlaksana dengan lancar dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu dan dapat menjangkau orang yang dekat maupun yang jauh. Tujuan media sosial menurut Cris

⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

Brogen sendiri ialah sebagai suatu instrumen baru untuk berkomunikasi dan dapat di kombinasikan jenis interaksi yang sebelumnya masyarakat tidak mengetahuinya.⁶

3. Persepsi Tentang Konten Dakwah yang Disampaikan Ustadz Husain Basyaiban

Memang salah satu konten yang disukai oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Sultan Amai Gorontalo adalah konten dakwah Ustadz Husain Basyaiban yakni kreator muda yang banyak menyampaikan dakwah dalam bentuk gaya milenial. Bentuk kajiannya simple dan mudah dipahami seperti penggunaan hijab bagi wanita muslimah yang dilakukan bukan karena dilecehin namun berhijab karena perintah Allah Swt. Dakwahnya ini merupakan ajakan bagi muslimah untuk menempatkan hijabnya sesuai dengan kaidah Islam bukan karena kondisi lingkungan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Setiadi bahwa konten dalam sosial media memungkinkan individu maupun kelompok untuk berkumpul, berkomunikasi dan berbagi⁷. Salah satu bentuk komunikasi, dan berbagi adalah melalui konten di dalam sosial media yakni konten dakwah.

Hal tersebut selajar dengan peranan sebenarnya dari sosial media yakni untuk membangun dan menjaga hubungan, mengekspresikan gagasan serta dapat menjadi wadah Pendidikan salah satunya penyebaran dakwah yang didukung pula oleh pendapat Sihab bahwa dakwah ialah suatu ajakan atau seruan kepada kepada keinsyafan atau suatu usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih sempurna⁸. Diketahui pula bahwa dakwah-dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Husain Basyaiban atau dikenal dengan panggilan “ucen” sangat disukai oleh pengguna tiktok karena penyampaian dakwah sederhana, sesuai keadaan saat ini, dan videonya menarik karena pemilik konten masih muda dan tampan, bahasa milenial, pengetahuan agama cukup baik, dalih-dalih yang disampaikan benar benar sesuai seperti yang disampaikan oleh para pendakwah senior lainnya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah dijelaskan dapat ditetapkan kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Konten Dakwah Husain Basyaiban di aplikasi tiktok menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa untuk mendapatkan informasi dalam bentuk edukasi Islami melalui dakwah-dakwah yang mudah dipahami, bahasa yang simple dan jelas, serta sesuai dengan kondisi yang dihadapi oleh mahasiswa saat ini. Selain itu melalui konten tiktok ustad Husain Basyaiban banyak pengetahuan yang dapat diangkat menjadi kajian-kajian ilmiah dan dijadikan referensi untuk meningkatkan pemahaman terkait cara pandang komunikasi dan penyiaran Islam melalui salah satu media sosial.

⁶ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet-1. (Jawa Timur: CV Qiara Media 2019, 2019).

⁷ Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi,” *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016): 2.

⁸ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur’an: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2002).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Setiadi. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016): 2.
- Dwi Putri Robiatul Adawiyah. "Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (2020): 136.
- M. Quraish Shihab. *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 2002.
- Muhammad Qadaruddin Abdullah. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cet-1. Jawa Timur: CV Qiara Media 2019, 2019.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Yohana Noni Bulele. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok." *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology* 1, no. 1 (2020): 566.
Accessed June 20, 2022. <https://today.line.me/id/v2/amp/article/kEE8JPJ>.