

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai umat Islam, pasti sudah tidak asing dengan kata dakwah. Dakwah ini mengandung arti menyeru, memanggil, mengajak manusia untuk mendekati Allah dan menjauhi larangannya. Dakwah ini memiliki sifat yang persuasif, yakni mengajak atau menyeru manusia secara lembut dan halus. Pemaksaan, intimidasi, kekerasan, teror maupun ancaman supaya seseorang mampu melaksanakan ajaran Islam tidak bisa dikatakan sebagai dakwah.<sup>1</sup>

Dengan begitu, kita juga bisa memahami bahwa dakwah tidak menekankan pada hasil yang diperoleh, akan tetapi lebih mementingkan kewajiban dan proses dalam berdakwah. Manusia hanya berkewajiban menyampaikan pesan ajaran Islam dengan penuh keyakinan, tidak dituntut untuk berhasil, karena keberhasilan dakwah tidak terlepas dari campur tangan Allah SWT. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al Imran: 104:

أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

---

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

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

Dalam ayat ini, dapat diartikan, bahwa hendaknya ada seseorang diantara segolongan orang yang berdakwah kepada manusia lainnya, menyeru kepada kebaikan (ma'ruf) dan mencegah kepada yang keburukan (mungkar) dan mereka adalah orang-orang yang beruntung. Dakwah membawa manusia menjadi orang-orang yang beruntung, beruntung di dunia dan akhirat.<sup>3</sup>

Dakwah ini juga termasuk dalam suatu aktivitas atau kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam. Hadirnya teknologi akan menjadikan manfaat dan peluang besar untuk berdakwah. Globalisasi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Adanya media massa, baik itu media cetak atau elektronik, seperti surat kabar, televisi, radio dan internet adalah macam-macam alat komunikasi yang sudah modern dan juga sudah berkembang dan menyebar ditengah-tengah masyarakat dengan cakupan yang lebih luas.

Dengan begitu, informasi berita ataupun pesan-pesan dalam dakwah bisa dengan mudah diterima oleh masyarakat dengan waktu yang lebih singkat. Waktu

---

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

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

yang relatif singkat ini adalah dampak dari sebuah perkembangan teknologi di era globalisasi zaman sekarang ini.<sup>4</sup>

Sarana paling lengkap dan efisien pada zaman ini adalah Internet. Di era revormasi seperti sekarang ini, para da'i bisa memanfaatkan internet untuk menyebarkan dakwah (kebaikan). Sebagai da'i era ini, tentunya mempunyai peranan yang sangat penting dalam memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai salah satu sarana untuk melakukan keputusan dalam strategi penyampaian dakwahnya. Berdakwah memiliki artian menggali atau mempersatukan umat Islam.

Sebagai da'i harus dapat menangkap peluang serta menghadapi tantangan di era revolusi industri 4.0 yang bisa mendapatkan respon oleh para pemuda/I umat Islam di Indonesia, tepatnya di Mas Alwashliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun.

Para da'i pada pergerakan dakwah di era digital ini, memiliki peranan yang sangat penting, karena mereka merupakan ujung tombak dalam perkembangan dakwah di era ini, serta mempunyai tuntutan dalam menyampaikan informasi agama sesuai dengan tuntunan agama yang kita anut, yaitu Islam. Hadirnya internet, bisa dikatakan sebagai suatu peluang besar serta tantangan da'i sebagai

---

<sup>4</sup> Fathurrohman, Widodo Anton, *Dakwah Islam Era Revolusi Industri*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2019, hlm. 1-2

orang yang menyebarkan kebaikan di jalan Allah SWT. Penyampaian dakwah bisa dilakukan dengan cara yang sangat efektif dan efisien, karena dakwah bersifat umum/universal dalam artian mampu menyentuh semua tingkat lapisan dari sudut sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, dan juga kemajuan teknologi.<sup>5</sup>

Menyampaikan pesan kebaikan secara virtual atau berdakwah melalui internet adalah sebuah cara terbaru dalam menyampaikan ajaran Islam yang telah masuk kedalam revolusi industri 4.0. Internet banyak menyimpan potensi untuk dimanfaatkan. Internet memiliki fungsi awal sebagai sebuah media informasi yang statis lalu menjelma menjadi dunia virtual, dunia virtual yang dimaksud adalah dunia yang tidak nyata secara fisik, akan tetapi justru banyak menyimpan berbagai kegiatan yang ada dalam kehidupan nyata.

Dakwah virtual sebenarnya baru di dunia Islam. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika terjadi perbedaan pendapat di kalangan ulama pada masa awal kemunculannya. Beberapa orang berpikir bahwa dakwah virtual itu baik, dan sebaliknya, tetapi yang lain tidak. Pada kenyataannya dakwah melalui internet layak diterapkan untuk mengikuti laju perkembangan zaman, sehingga sebagian

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm. 2-3

ulama sangat menganjurkan dan memberikan dukungan. Artinya dakwah virtual bukanlah sesuatu yang harus ditentang dan dihindari.<sup>6</sup>

Pada saat ini, banyak di kalangan para pendakwah atau da'i yang berhasil menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial dan itu adalah sebuah peluang yang sangat besar untuk menarik perhatian dari masyarakat modern di era ini, terutama kepada Generasi Z sebagai objek kegiatan dakwah mereka. Hadirnya teknologi canggih ini, membuat para da'i semakin mudah untuk berdakwah dimana saja, kapan saja, dengan siapa saja, tak pandang ruang dan tak pandang waktu.<sup>7</sup>

Kehadiran sosial media internet menjadi salah satu peluang termudah bagi para dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya, mengingat Generasi Z merupakan generasi yang hidup tak terlepas dari media sosial. Perkembangan media sosial yang selanjutnya dipergunakan sebagai media dakwah oleh banyak tokoh agama dan da'i-daiah tentu saja akan memberikan gambaran nyata bahwa arus dan karakter dalam dakwah sangat memerlukan yang namanya perubahan.

Generasi Z sebagai sekelompok masyarakat yang mempunyai semangat dalam menjalani nilai-nilai ajaran Islam yang diyakininya sangat perlu dilihat sebagai

---

<sup>6</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi Dan Dakwah Islam* (Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA),2018),hlm.3-11.

<sup>7</sup> Yahya, Muhammad Farhan, *Dakwah Virtual Masyarakat Bermedia Online*, Jurnal Riset dan Konseptual, 2019. Hlm. 3

mad'u atau objek dakwah yang harus mendapatkan perhatian khusus. Kajian agama Islam terkait kelompok Generasi Z ini perlu diperdalam dengan baik, tentu saja selain merujuk kepada peran mereka yang begitu besar, baik untuk saat ini ataupun untuk masa depan, Generasi Z memiliki potensi yang sangat besar, baik itu dalam artian untuk positif maupun negatif.<sup>8</sup>

Pendekatan yang tepat pada kelompok Generasi Z akan mempengaruhi hasil yang didapat, termasuk penanaman nilai-nilai sosial dan keagamaan yang sangat penting bagi mereka, terutama dari tokoh-tokoh dan pendakwah yang dapat memberikan kesegaran rohani bagi mereka yang berada pada kebutuhan akan pemahaman agama yang tinggi.

Di sisi lain, media sosial tidak hanya menjadi alat penghubung dalam interaksi masyarakat. Kemampuannya untuk mempromosikan sesuatu, objek dan nilai, melalui berbagai konten interaktif seperti gambar dan video membuat media sosial lebih menarik daripada alat komunikasi lain yang cenderung hanya menggunakan teks dan bersifat terbatas. Hal ini harus dimanfaatkan dengan baik oleh para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya guna menarik perhatian para pengguna internet khususnya Generasi Z yang seringkali kurang pengetahuan tentang Islam.

---

<sup>8</sup> Suharto, *Fungsi Komunikasi Dakwah Di Era Multi Media. Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*. Date accessed: 21 jan. 2022. doi: <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol15.Iss1.146>.

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

Tiktok adalah media yang tepat untuk dijadikan sebagai media dakwah virtual dengan pengguna aktif sekitar 92,07 juta yang menjadikan tiktok memiliki peluang yang besar sebagai sasaran untuk berdakwah. Di Indonesia sendiri pengguna tiktok terbanyak adalah usia remaja dan hal inilah yang meningkatkan adanya potensi negatif bagi penggunanya, hal ini terjadi karena tidak adanya batasan usia dan juga peraturan khusus terkait konten yang di upload pada aplikasi tersebut. Disisi lain, aplikasi ini juga memberikan potensi positif, hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan positif seperti konten pendidikan, konten kesehatan, dan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Analisis SWOT dakwah virtual yang ada pada akun tiktok Husein Basyaiban.

Akun tiktok Husain Basyaiban memiliki username @Basyasman00, akun ini memiliki 5,4 juta pengikut, 274,5 juta suka, dan 988 video. Akun yang memiliki 5,4 juta pengikut ini banyak diminati dan banyak ditonton oleh masyarakat

khususnya para Generasi Z yang bisa dilihat dari komentar-komentar pada setiap konten dakwahnya.

Kecenderungan Generasi Z mengakses Tiktok dapat dilihat dari jenis konten yang mereka sukai, di dakwah misalnya Generasi Z memilih kreator yang usianya tidak terpaut jauh dari usianya, seperti Husein Basyaiban. Karena jika usia mereka tidak terpaut jauh, pesan yang disampaikan akan lebih mudah untuk dicerna dengan bahasa khas anak muda pada umumnya. Meski begitu, Generasi Z tidak benar-benar seperti diskusi yang berat dan bertele-tele. Mereka cenderung memilih kreator yang unik, menarik, dan mudah dipahami.

Dakwah virtual bagi Generasi Z (Studi akun tiktok Husain Basyaiban) ini akan diteliti menggunakan Metode Analisis SWOT, yang mana analisis SWOT dalam dakwah itu termasuk hal yang penting. Hal ini dapat mengingat, dan mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan potensi apa saja yang dimiliki oleh umat Islam, terkhusus bagi kelompok Generasi Z dan kaitannya dengan dakwah, maka bisa memanfaatkan keunggulan yang ada, kekuatan, ancaman dan potensi tersebut secara optimal dan juga pemberdayaannya.<sup>9</sup>

Tanpa harus memahami serta memberdayakan potensi yang dimiliki, kegiatan dakwah akan terjadi lambat, karena potensi dan kekuatan yang ada tidak

---

<sup>9</sup> Abdullah, *Analisis SWOT Dakwah di Indonesia* : Jurnal Upaya Merumuskan Peta Dakwah, 2012, hlm. 411



dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi suasana yang kondusif. Begitu juga dengan memahami faktor yang ada pada kelemahan dakwah, ini bisa saja akan menjadi bahan masukan untuk melakukan upaya mengatasinya melalui cara-cara yang tepat.

Kelemahan-kelemahan yang muncul ditengah-tengah umat Islam, baik yang ada pada da'i, ataupun sebuah organisasi dakwah, ataupun kelemahan umat secara menyeluruh. Bila tidak segera ditangani, maka umat Islam akan semakin sulit untuk bangkit dan maju serta bersaing dalam kehidupan global yang semakin kompetitif di era ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis SWOT Dakwah Virtual bagi Generasi Z (Studi Akun Tiktok Husain Basyaiban) Di Mas Alwashliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Penjabaran bagaimana Dakwah secara umum
2. Pemanfaatan Teknologi sebagai Media dalam Dakwah Virtual
3. Penjabaran defenisi Tiktok
4. Penjabaran bagaimana Generasi Z menggunakan Tiktok

## **C. Fokus Masalah**

Penelitian ini berfokus untuk membahas masalah tentang “Analisis SWOT Dakwah Virtual bagi Generasi Z (Studi Akun Tiktok Husain Basyaiban) di Mas Alwashliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun”

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum dakwah virtual pada akun tiktok Husain Basyaiban?
2. Bagaimana Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam dakwah virtual akun tiktok Husain Basyaiban bagi Generasi Z di Mas Alwashliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun?

#### **E. Batasan Istilah**

1. Analisis SWOT

Menurut Fajar Nuraini dalam buku karyanya yang berjudul Teknik Analisis SWOT, analisis SWOT adalah sebuah instrument perencanaan yang strategis klasik yang mampu memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi.<sup>10</sup> Freddy Rangkuti juga berpendapat dalam bukunya yang berjudul Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, bahwa analisis SWOT adalah

---

<sup>10</sup> Fajar Nuraini DF, *Teknik Analisis SWOT* (Yogyakarta: Quadrant, 2016), hlm. 7

identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.<sup>11</sup>

Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis.<sup>12</sup>

## 2. Dakwah Virtual

Dakwah virtual berasal dari kata Visual, yang berarti proses mengubah suatu konsep dan mengungkapkan suatu ide atau perasaan melalui bentuk gambar, tulisan, grafik, dan sebagainya supaya bisa dilihat dengan indera penglihatan dan disajikan menggunakan program komputer seperti internet.<sup>13</sup>

Dakwah virtual adalah dakwah yang tidak membutuhkan sejumlah hal seperti ketika melakukan tabligh akbar yang membutuhkan konsumsi ataupun biaya. Di dakwah virtual ini yang perlu disiapkan hanya kuota internet dan platform media.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm 19.

<sup>12</sup> Nur'aini Fajar, *Teknik Analisis SWOT*, (Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta, 2016), hlm:7

<sup>13</sup> Tim Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta Balai Pustaka 2005) hlm. 821

<sup>14</sup> Hamzah Amir, *Dakwah Dimasa Pandemi*, (CV. Jejak/Anggota IKAPI, Jawa Barat, 2021), hlm: 16

Dakwah virtual juga merupakan kegiatan yang dilakukan melalui media teknologi informasi, dan keunggulannya adalah para da'i dapat menguasai teknologi sehingga dakwah virtual bisa menyebar dengan cepat dan pesat.<sup>15</sup>

### 3. Generasi Z

Generasi Z atau I Generation adalah peralihan dari generasi saat teknologi sedang berkembang. Pola pikir mereka cenderung serba ingin instan. Namun masih belum banyak yang dapat disimpulkan karena usia mereka saat ini masih menginjak remaja, berada di tingkat akhir kuliah, atau baru saja memasuki dunia kerja. Kehidupan cenderung bergantung pada teknologi, mementingkan popularitas dari media sosial yang digunakan.<sup>16</sup>

### 4. Aplikasi Tiktok

Tiktok adalah aplikasi yang memberikan special efek yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh penggunanya dengan mudah, sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman ataupun pengguna yang lainnya.

Aplikasi tiktok diklaim oleh pengembangan dapat melakukan pengenalan wajah dengan kecepatan tinggi yang akan disugestikan dengan

---

<sup>15</sup> Oemar Hamalik, *Media Pendidikan*, (Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti, 1998), hlm. 35

<sup>16</sup> Rahmawati Destiana, *Millenials and I Generation Life*, (Laksana, Yogyakarta, 2018), hlm:

fitur wajah yang menarik, seperti ekspresi imut, keren, konyol, dan memalukan. Untuk bisa menggunakan aplikasi tiktok ini para pengguna dapat mengunduhnya melalui aplikasi *google playstore* secara gratis.<sup>17</sup>

#### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran umum dakwah virtual pada akun tiktok Husain Basyaiban
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Dakwah Virtual pada akun tiktok Husain Basyaiban bagi Generasi Z di Mas Alwashliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - 1) Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan menyangkut hal-hal terkait dengan Analisis SWOT dakwah virtual bagi Generasi Z
  - 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

---

<sup>17</sup>Gadgetren, "Apa itu tiktok video media sosial" <https://gadgetren-com.cdn.ammproject.org>, diakses pada 16 juli 2022

- 1) Bagi para peneliti kedepan, bisa menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk memudahkan mereka dalam meneliti tentang dakwah terkait kemajuan teknologi kedepannya
- 2) Bagi para Pendakwah, dapat mengetahui bagaimana analisis SWOT penyampaian dakwah virtual untuk Generasi Z
- 3) Memberikan kemudahan bagi para pembaca untuk merealisasikannya dalam kehidupan nyata.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu susunan atau urutan penulisan skripsi untuk memberikan kemudahan pembaca dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika pembahasan, peneliti membagi menjadi lima bab, yakni:

Bab I : Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, fokus masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan teori, dalam penelitian ini, landasan teori membahas tentang Pengertian Analisis SWOT, Pengertian Dakwah Virtual, Pengertian Generasi Z, Pengertian Tiktok dan Kajian Terdahulu.

Bab III : Metode penelitian berisi tentang Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data dan Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

Bab IV : Hasil Penelitian ini berisikan tentang pembahasan Profil Singkat Mas Alwasliyah Serbelawan, Potret Mas Alwasliyah Serbelawan, Visi Misi dan Tujuan, Gambaran Umum Akun Tiktok Husein Basyaiban, Profil Husein Basyaiban, Profil Akun Tiktok @Basyasman00, dan Hasil Analisis SWOT Dakwah Virtual Bagi Generasi Z (Studi Akun Tiktok Husein Basyaiban) di Mas Alwasliyah Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar, Kab. Simalungun.

Bab V : Penutup yang didalamnya berisi Kesimpulan dari hasil penelitian, dan Saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN