

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam berdakwah, akhlak merupakan salah satu prinsip utama Islam yang ditekankan. Karena moralitas benar-benar poros atau pusat di mana makna keberadaan manusia berputar. Jika karakternya sehat, dia akan makmur secara fisik dan psikologis dan tenteram. Di sisi lain, jika moral seseorang buruk, tubuh dan pikiran seseorang akan menderita. Dakwah dengan menyebarkan pesan akhlak ialah suatu kewajiban pada masa kini. Seperti yang dapat diamati, banyak moralitas manusia saat ini bertentangan dengan agama khususnya. Indonesia memiliki tingkat kasus dan kejahatan kriminal yang tinggi. Mulai dari kasus pelecehan seksual, pembulian, pemerkosaan, tawuran, pelecehan agama dan tindakan asusila lainnya.

Hal inilah yang menjadi tolak ukur betapa pentingnya berdakwah dengan menekankan pesan Akhlak pada masa kini. Adanya moralitas dan agama dalam pemikiran Islam merupakan suatu kunci dalam menciptakan tatanan hidup bermasyarakat dengan baik antar sesama. Akhlak Islami bisa diibaratkan seperti perhiasan seorang muslim. Sebagai perumpamaan, iman berfungsi sebagai pakaian dan moralitas berfungsi sebagai motivasi.

Cukuplah untuk menjelaskan bahwa pakaian menutupi aurat dan melindungi tubuh dari panas dan dingin, tetapi siapa yang akan memakai pakaian yang tidak disulam dengan desain dan pola imajinasi, meskipun harganya mahal.¹ Sama halnya dengan seseorang yang memiliki aqidah; jika orang tersebut sudah memiliki akidah yang baik, iman, ketaatan kepada Allah SWT, dan akhlak yang buruk terhadap orang lain yang memiliki dzolim, ketaatan itu tidak akan dianggap sebagai pahala.

Penyampaian pesan akhlak yang tepat dapat membantu pemahaman para *mad'u* dalam mencerna informasi dari para dai. Akibatnya, upaya propaganda *mind-out* bertujuan untuk membentuk sikap dan sentimen seseorang agar dia memahami dan menghargai dirinya sendiri dan sesamanya. Oleh karena itu, dakwah harus dilaksanakan sesuai dengan kemajuan zaman modern, khususnya kemajuan teknologi. Secara historis, dakwah terbatas pada mimbar, dengan segala kendala yang melekat padanya. Namun, dengan kemajuan teknologi, dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk media massa dan komunikasi.

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknis semakin cepat, dan meluasnya penggunaan ponsel di masyarakat sebagian besar dianggap signifikan. Salah satu pusat perhatian terbesar pada pengguna *smartphone* ialah media sosial. Media sosial ialah jenis media yang ada di dalam jaringan dan digunakan oleh penggunanya untuk

¹Wahid Ahmadi, *Risalah Akhlak Panduan Perilaku Muslim Modern*, (Solo: Era Intermedia, 2004), hlm. 23-24.

dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat blog, interaksi jaringan sosial, dan forum.²

Selain itu, platform media sosial menyediakan berbagai kemampuan kompleks yang mudah diakses oleh pengguna. Media sosial dipandang sebagai media praktis yang dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan, dari muda hingga tua, karena penggunaannya yang tidak dibatasi. Pada masa ini, media sosial bukan hanya digunakan untuk keperluan atau kepentingan pribadi saja, bahkan dalam kegunaannya banyak masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai alat dalam mengembangkan keahlian, keterampilan, kepintaran bahkan sampai menambah wawasan. Dimulai dari aktivitas pengembangan usaha, berbagi ilmu, memberikan tips dan trik sampai berdakwah. Seperti salah satu media sosial yang saat ini banyak di unduh dan digunakan oleh kaum anak muda dan sedang marak-maraknya di dunia sosial media yakni Aplikasi Tik-Tok.

Aplikasi tik-tok merupakan sebuah platform media sosial yang didirikan pada September 2016 di China, oleh Zhang Yiming seorang pendiri platform berita ternama yang berada di Beijing, China. Aplikasi ini menyediakan fitur-fitur pembuatan video pendek yang membuat para penggunanya bisa berkreasi sesuai dengan keinginan mereka, hal ini lah yang menjadikan aplikasi tik-tok belakangan ini

2. <https://id.wikipedia.org/wiki/Mediasosial>, Diakses pada: Sabtu, 12 Agustus 2021, Pukul 15.25 WIB.

sangat digandrungi oleh anak muda yang sering disebut dengan Generasi Z dan Millenial.

Generasi Z, atau disingkat Gen-Z, ialah sebuah kumpulan generasi yang lahir ditahun 1995 sampai dengan tahun 2010.³ Sementara itu, generasi Milenial, yang terkadang disebut juga dengan Generasi Y, lahir antara tahun 1980-an hingga 2000-an. Generasi milenial lahir dengan diperkenalkannya televisi berwarna, smartphome, dan internet, yang mengakibatkan generasi ini sangat melek teknologi.⁴

Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pengguna aplikasi tik-tok dari tahun ketahun, hingga per tahun 2020 dikutip dari data statistik manteri pariwisata dan ekonomi kreatif Sandiaga Uno sekitar 30,7 juta pengguna media sosial ini di Indonesia.⁵ Jika dibandingkan dengan seluruh masyarakat Provinsi Sumatera utara yang saat ini menurut data statistik kependudukan Sumatera utara sekitar 14.80 jiwa saja.

Selain sebagai sarana media sosial, aplikasi ini juga dimanfaatkan oleh para guru/dosen sebagai media ajar bagi siswa dan mahasiswanya, dan sebagai sarana berbagi edukasi bagi para praktisi kesehatan mulai dari Dokter umum, Dokter kulit, Dokter Kecantikan bahkan Dokter Hewan, dan dijadikan sebagai sarana komunikasi yang modern.

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>, Diakses pada: Jum'at, 25 juni 2021, 14.35 WIB.

⁴ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 187.

⁵ <https://bisnis.tempo.co/read/1428311/harapan-sandiaga-uno-untuk-307-juta-pengguna-tiktok-di-indonesia>, Diakses pada: Jum'at, 25 juni 2021, Pukul 14.42 WIB.

Secara bersamaan semakin banyak da'i yang menerapkan dakwah mereka dengan cara-cara baru, khas, dan kontemporer untuk menarik mad'u dan memastikan bahwa dakwah mereka diterima dengan baik. Media sosial Tik-tok telah berkembang menjadi wahana transformasi dalam hal dakwah kontemporer. Dahulu dakwah hanya bisa dilakukan oleh kiai; namun, dakwah kini dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa memandang tingkat pemahaman agama mereka.

Banyak anak muda sekarang yang memanfaatkan tik-tok sebagai sarana untuk berdakwah. Dengan mengunggah video singkat ke halaman tik-tok. Teknologi ini tidak dilarang dalam Islam, bahkan jika tidak dikembangkan seperti sekarang ini pada masa Nabi Muhammad. Perkembangan dakwah memerlukan pertimbangan serius terhadap kemajuan teknologi dengan harapan dakwah dapat diterima dengan mudah dan tidak terkesan membosankan atau ketinggalan zaman.

Hussein Basyaiban yang akrab disapa @basyasman00 adalah salah satu produser konten Indonesia yang memanfaatkan program tik-tok. Hussein Basyaiban merupakan remaja kelahiran Mekkah yang lahir pada tahun 2002 dan saat ini sedang menempuh perkuliahan di UIN Surabaya. Penyampaian berbagai sumber atau pesan yang berkaitan dengan dakwah para *content creator* dakwah tik-tok lainnya yang menjadi ciri khas tersendiri bagi @basyasman00.

Akun @basyasman00 memulai dakwahnya di platform media sosial tik-tok ini dengan mempublikasikan video-video dakwah yang sering memuat trend kekinian.

Tak hanya asal menyediakan konten namun beliau mengisi konten dakwahnya berdasarkan dalil lengkap dengan kitabnya dan sesuai dengan jalur serta sanadnya. Ada berbagai ciri khas yang membedakan dakwah @basyasman00 dengan da'wah lainnya.

Beliau memasukkan topik-topik modern ke dalam video dakwah yang dibawakannya, menyesuaikannya dengan realitas masyarakat yang terus berubah. Substansi penelitian ini singkat dan padat. dengan sangat ringkas dan tepat membuat banyak pengguna tik-tok terkhususnya Gen-Z dan Millenial menyukai video-video yang di *posting* @basyasman00 ini.

Selain membahas mengenai isu-isu yang sedang terajadi, sering juga akun @basyasman00 mengunggah video dakwah yang berkaitan langsung dengan remaja dan materi-materi keislaman dasar beserta pesan akhlak yang saat ini banyak terlupakan diakibatkan perkembangan zaman dan teknologi, isi dakwah yang ringan dan dicampur dengan parody masa kini membuat akun @basyasman00 memiliki 4,4 Juta Pengikut dan 222.9 Juta Like pada seluruh video-video yang diuploadnya pada aplikasi tik-tok dan bertambah setiap harinya.

Seperti postingan video tik-tok @basyasman00 yang diunggah pada hari Kamis, 12 Agustus 2021 dengan *Tumbneil* “Larangan ketika mengetuk pintu Rumah” ini sudah tembus 4,5 Juta penonton, 933,7 Ribu Like, 6608 ribu komentar dan 7043 kali dibagikan. Reka adegan yang dan pengisian materi yang ringan dan dapat dimengerti

ini yang membuat para *followers* dan penonton video @basyasman00 tertarik dengan setiap konten-konten yang ia sediakan.

Tik-tok dan dakwah saat ini memiliki hubungan satu sama lain. Saat mengirim pesan menggunakan tik-tok maka materi dakwahnya akan lebih tersampaikan kepada *mad'u* khususnya Gen-Z dan milenial yang sangat gemar menggunakan media sosial tik-tok. Ada beberapa ciri yang membedakan gaya berdakwah @basyasman00 dengan dai tik-tok lainnya, antara lain penggunaan materi dakwah kekinian, memparodikan materi dakwah yang disampaikan, dan tidak takut menegur dengan cara yang baik dan bijak.

Selain itu @basyasman00 sering juga menanggapi video-video yang dia rasa pantas untuk dibahas dan diluruskan agar para penonton paham dan mengerti akan baik dan buruk video yang dia bahas tersebut. Adanya akun @basyasman00 dalam menyebarkan video dakwah dengan cara yang berbeda membuat para masyarakat yang menggunakan sosial media ini pun mengenal kembali agama Islam secara keseluruhan.

Dalam komunikasi diharapkan terjadi perubahan pada komunikan. Karena perubahan komunikan menyiratkan bahwa pesan dakwah telah dikomunikasikan secara efektif. Moralitas Dakwah @basyasman00 dalam transmisi komunikasi, khususnya pesan bagi akademisi yang tertarik dengan pesan moral Hussein

Basyaiban di Aplikasi Tik-tok dengan Judul “**Pesan Akhlak Hussain Basyaiban Pada Media Sosial Tik-Tok**”.

B. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apa saja tema-tema pesan akhlak yang disampaikan pada media sosial Tik-Tok di akun @basyasman00 pada Bulan September-Oktober 2021?
2. Bagaimana isi pesan akhlak pada media sosial Tik-Tok di akun @basyasman00 pada Bulan September-Oktober 2021?

C. Batasan Istilah

Terdapat berbagai Batasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Pesan akhlak

Ajaran moral diklasifikasikan menjadi dua kategori: moralitas yang berpusat pada Tuhan dan moralitas yang berpusat pada ciptaan. Moralitas adalah perhatian utama dalam Islam, karena terkait dengan agama dalam setiap aspek kehidupan. Akhlak menanamkan dalam diri kita kemampuan

untuk berperilaku baik dan memperhatikan Tuhan, orang lain, dan lingkungan.⁶

Pelajaran moral yang disampaikan dalam penelitian ini disajikan dalam video akun @basyasman00. Karena setiap topik video adalah unik, penulis tidak menggunakan video lengkap untuk belajar; sebagai gantinya, penulis berkonsentrasi pada video dengan pesan moral dari September hingga Oktober 2021.

2. Media Sosial Tik-Tok

Tik-Tok adalah aplikasi jejaring sosial dan video musik Tiongkok berlisensi resmi yang merevitalisasi bisnis digital Indonesia. Tik-Tok mengubah ponsel pelanggannya menjadi studio seluler. Platform media sosial ini memiliki efek khusus yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan siapa saja untuk menghasilkan video keren dengan mudah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tema-tema pesan akhlak yang disampaikan pada media sosial Tik-Tok di akun @basyasman00 pada Bulan September-

⁶ Dedi Wahyudi, M.Pd.I, *Pengantar Akidah Akhlak dan pembelajarannya*, (Yogyakarta : Bintang Rasi Aksara, 2017), hlm. 3.

Oktober 2021.

- b. Untuk mengetahui isi pesan akhlak pada media sosial Tik-Tok di akun @basyasman00 pada Bulan September-Oktober 2021.

E. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang akan dilakukan di antaranya:

1) Manfaat Teoretis

Pada prinsipnya utilitas ini harus mampu berkembang di bidang dakwah dan teknologi komunikasi, serta penyebaran informasi pesan melalui media sosial. Selain itu, anak-anak dapat memahami pelajaran moral yang disampaikan oleh media sosial tik-tok.

2) Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan kepada Hussein Basyaiban, para konten kreator dakwah yang berada di media sosial Tik-tok atau media sosial lainnya, peneliti lainnya, dan masyarakat atau mahasiswa, khususnya penulis, untuk berdakwah dengan cara yang lebih tidak konvensional. Dengan mengidentifikasi kemungkinan dan menggunakan kecerdikan, kita dapat memastikan bahwa dakwah yang diberikan itu indah dan tersaji dengan baik. Akibatnya, masyarakat akan menerima dakwah.