

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH FAWWAZ KABAN DI MEDIA SOSIAL
TIKTOK**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

SITI MAFTUKHAH TIARA RIZKY

NIM. 2017102152

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Siti Maftukhah Tiara Rizky
NIM : 2017102152
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan dengan ini bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial Tik Tok" adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 1 Juli 2024 Yang
Menyatakan,



Siti Maftukhah Tiara Rizky
NIM. 2017102152



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

GAYA KOMUNIKASI DAKWAH FAWWAZ KABAN DI MEDIA SOSIAL TIK TOK

Yang disusun oleh **Siti Maftukhah Tiara Rizky NIM. 2017102152** Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam**, Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 11 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II


Dr. Aris Saefulloh, M.A
NIP. 19790125 200501 1 001


Anas Azhimi Oalban, M.Kom
NIDN. 2012049202

Penguji Utama


Ulul Aedi, M.Ag.
NIP : 19870507 202012 1 006

Mengesahkan
Purwokerto, 15 Juli 2024
Dekan,


Dr. Muskinul Fuad, M.Ag
NIP : 19691219 199803 1 001



NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 1 Juli 2024

Hal : Pengajuan Munaqosyah Pembimbing
Sdr. Siti Maftukhah Tiara Rizky

Lamp :

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

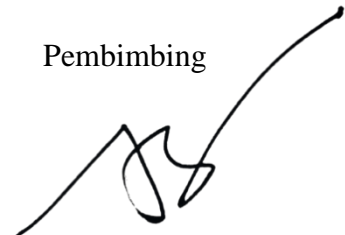
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari :

Nama : Siti Maftukhah Tiara Rizky
NIM : 2017102152
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen Komunikasi Islam
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial
TikTok

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Dr. Aris Saefulloh M. A
NIP. 197901252005011001

Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial Tiktok

Siti Maftukhah Tiara Rizky

NIM. 2017102152

E-mail : 2017102152@mhs.uinsaizu.ac.id

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Berdakwah merupakan salah satu perintah Allah kepada manusia untuk menegakan syariat islam di setiap lini kehidupan. Dahulu berdakwah dilakukan secara *face to face*, memasuki era *new media* saat ini berdakwah dapat melalui media sosial salah satunya TikTok. Karena berdakwah termasuk kegiatan komunikasi maka agar tercapai tujuan dakwah memerlukan gaya komunikasi yang baik. Seperti halnya Fawwaz Kaban yang menyampaikan dakwah di media sosial tiktok dengan membahas sejarah islam dan kisah-kisah Rasulullah, para sahabat, tokoh islam terdahulu ataupun fenomena saat ini yang ia korelasikan dengan sejarah. Oleh karena itu, agar nilai kehidupan yang diambil dari kisah yang ia bahas dapat tersampaikan kepada mad'unya maka memerlukan gaya komunikasi yang efektif.

Pada penelitian ini akan membahas mengenai gaya komunikasi dakwah yang digunakan Fawwaz kaban di media sosial TikTok. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gaya komunikasi milik Norton. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Peneliti memperoleh data dengan menganalisis tiga video menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria berasal dari akun TikTok @fawwazkaban dengan jumlah penonton terbanyak dari tiga tema pesan dakwah yaitu *Aqidah, akhlak, dan syariat*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fawwaz Kaban menggunakan gaya komunikasi dakwah yang fleksibel. Digunakan secara situasional sesuai dengan kebutuhan pembahasan yang diangkat. Karena dari sepuluh gaya komunikasi menurut Norton yang ditemukan pada konten TikToknya, Fawwaz cenderung menggunakan empat gaya komunikasi yang konsisten muncul di setiap video yang diunggahnya. Keempat gaya tersebut yaitu *Dramatic style, Animated style, Open style, dan Impression style*.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi. Fawwaz Kaban, Dakwah, TikTok

Fawwaz Kaban Da'wah Communication Style on Tiktok Social Media

Siti Maftukhah Tiara Rizky

NIM. 2017102152

E-mail : 2017102152@mhs.uinsaizu.ac.id

Islamic Communication Broadcasting Study Program

State Islamic University Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Preaching is one of Allah's commands to humans to uphold Islamic law in every line of life. In the past, preaching was done face to face, entering the new media era, currently preaching can be done through social media, one of which is TikTok. Because preaching is a communication activity, to achieve the goal of preaching requires a good communication style. Like Fawwaz Kaban who conveys his sermons on TikTok social media by discussing the history of Islam and the stories of the Prophet, his companions, previous Islamic figures or current phenomena which he correlates with history. Therefore, so that the life values taken from the story he discusses can be conveyed to his mad'u, an effective communication style is needed.

This research will discuss the da'wah communication style used by Fawwaz Kaban on TikTok social media. The theory used in this research is Norton's communication style theory. This research uses a qualitative descriptive research method. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model. Researchers obtained data by analyzing three videos using a purposive sampling technique with the criteria coming from the TikTok account @fawwazkaban with the highest number of viewers for three themes of da'wah messages, namely Aqidah, morals and sharia.

The results of this research show that Fawwaz Kaban uses a flexible preaching communication style. Used situationally according to the needs of the discussion raised. Because of the ten communication styles according to Norton found in his TikTok content, Fawwaz tends to use four communication styles that consistently appear in every video he uploads. The four styles are Dramatic style, Animated style, Open style, and Impression style.

Keywords: Communication Style, Fawwaz Kaban, Da'wah, TikTok

MOTTO

Hindarilah sifat malas dan bosan, karena keduanya kunci keburukan. Sesungguhnya jika engkau malas, engkau tidak akan banyak melaksanakan kewajiban. Jika engkau bosan, engkau tidak akan tahan dalam menunaikan kewajiban. – Umar bin Khattab¹



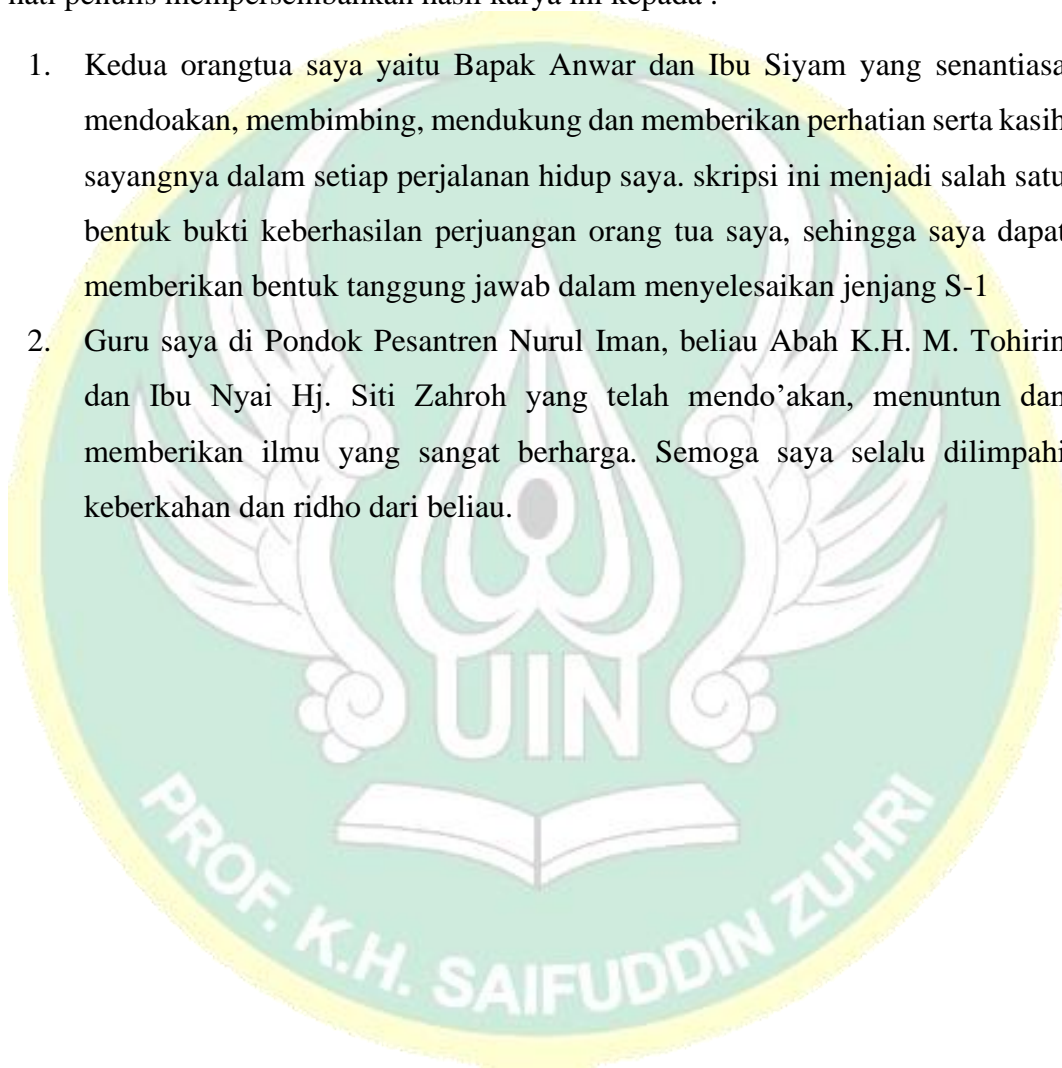
¹ https://kms.al-azhar.or.id/pdn_testimoni/khalifah-umar-bin-khattab-ra/

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alaamiin

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT., atas nikmat, rahmat, dan ridhoNya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang telah memberikan do'a, dukungan, semangat dan motivasi. Dengan ketulusan hati penulis mempersembahkan hasil karya ini kepada :

1. Kedua orangtua saya yaitu Bapak Anwar dan Ibu Siyam yang senantiasa mendoakan, membimbing, mendukung dan memberikan perhatian serta kasih sayangnya dalam setiap perjalanan hidup saya. skripsi ini menjadi salah satu bentuk bukti keberhasilan perjuangan orang tua saya, sehingga saya dapat memberikan bentuk tanggung jawab dalam menyelesaikan jenjang S-1
2. Guru saya di Pondok Pesantren Nurul Iman, beliau Abah K.H. M. Tohirin dan Ibu Nyai Hj. Siti Zahroh yang telah mendo'akan, menuntun dan memberikan ilmu yang sangat berharga. Semoga saya selalu dilimpahi keberkahan dan ridho dari beliau.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya hingga saat ini. Sholawat dan salam kita panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa'atnya kelak dihari akhir. Dengan penuh syukur, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok” dengan baik.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Uus Uswatussholihah, M.A., Kepala Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Dr. Aris Saefulloh M.A., dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, mengoreksi dan membantu proses penelitian skripsi ini dengan penuh kesabaran.
6. Segenap dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
7. Segenap karyawan dan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik.
8. Iga Rizki Kaban selaku pemilik akun TikTok @fawwazkaban yang telah memberikan izin untuk meneliti konten dakwahnya sekaligus bantuan dalam proses penelitian skripsi

9. Kedua orang tua, Bapak Anwar dan Ibu Siyam yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doa. Serta seluruh anggota keluarga saya dan terutama keponakan saya Farras seperti halnya adik sendiri yang turut memberikan semangat kepada penulis
10. Keluarga besar Eyang Imam Mahedi dan Eyang Samurni yang telah memberikan dukungan kepada penulis agar segera menyelesaikan studinya.
11. Kepada sahabat-sahabatku Putri, Ana, Rizqi, Elza, Nisa, Mila dan Imah terima kasih karena selalu mendengar keluh kesah serta memberikan dukungan kepada penulis serta UENO Family yaitu Ritsuki, Natsuki, Mama Mega, Pak Bambang yang senantiasa menjadi moodbooster dikala jenuh melanda.
12. Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Iman, beliau Abah K.H. M. Tohirin beserta Ibu Nyai Hj. Siti Zahroh. dan Seluruh Keluarga Besar Pondok Pesantren Nurul Iman, Pasir Wetan, Karanglewas, Banyumas.
13. Dita, Septi, Naelul, Sabila, Mba Irna, Hisna dan seluruh santri putra-putri Pondok Pesantren Nurul Iman Pasir Wetan yang telah menemani dan memberikan pelajaran yang berharga hingga saya menyelesaikan pendidikan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Teman-teman seperjuangan KPI D angkatan 2020 yang sudah menemani proses perkuliahan dari awal hingga akhir, bekerja sama, memberikan pengalaman, dan kebersamaan yang tidak akan terlupakan. .

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Hanya ucapan terima kasih dan mohon maaf atas segala kekurangannya. Oleh sebab itu penulis berharap kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun dan dengan adanya skripsi ini semoga bermanfaat bagi semuanya.

Purwokerto, 1 Juli 2024

Penulis,



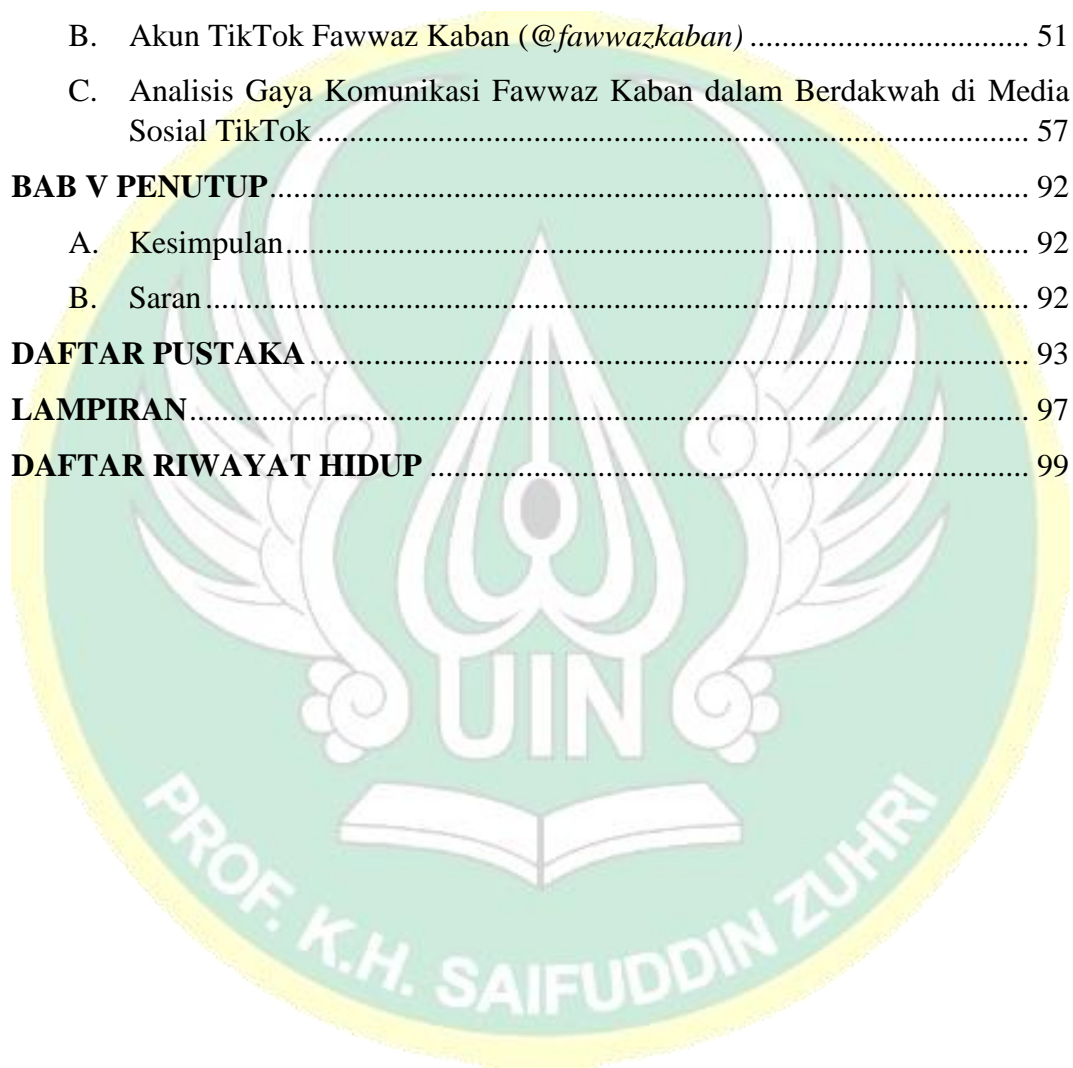
Siti Maftukhah Tiara Rizky

2017102152

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	9
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Gaya Komunikasi	14
B. Akun TikTok @Fawwazkaban	28
C. Dakwah	29
D. Media Sosial Sebagai New Media	38
E. TikTok Sebagai Media Dakwah	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Subjek dan Objek Penelitian	44

C. Data dan Sumber Data.....	45
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Profil Fawwaz Kaban	49
B. Akun TikTok Fawwaz Kaban (@fawwazkaban)	51
C. Analisis Gaya Komunikasi Fawwaz Kaban dalam Berdakwah di Media Sosial TikTok	57
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Profil akun TikTok @fawwazkaban
- Gambar 2 : Persentase Pengguna Media Sosial
- Gambar 3 : Fakta Rasulullah membunuh musuh
- Gambar 4 : Komentar pada konten video fakta Rasulullah membunuh musuh
- Gambar 5 : Video dakwah Polemik Sofyan Kanza Pacaran Serumah
- Gambar 6 : *Animated Style* dari video Polemik Sofyan Kanza Pacaran Serumah
- Gambar 7 : Video Dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga
- Gambar 8 : *Animated Style* dari video dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga
- Gambar 9 : *Precise Style* dari video dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga
- Gambar 10: video dakwah Pentingnya Mengenal Orang Soleh
- Gambar 11 : *Animated Style* dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh
- Gambar 12 : *Animated Style* dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh
- Gambar 13 : Komentar dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh
- Gambar 14 : Komentar dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh
- Gambar 15 : Komentar pada akun TikTok @fawwazkaban
- Gambar 16 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah
- Gambar 17 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah
- Gambar 18 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah
- Gambar 19 : Komentar pada akun TikTok @fawwazkaban

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Klasifikasi video pada akun TikTok @fawwazkaban berdasarkan 3 tema pesan dakwah periode Februari-April 2023

Tabel 2 : Daftar video yang akan dianalisis



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah berasal dari kata Bahasa Arab yaitu *da'aa- yad'uu - da'watan* yang memiliki makna menyeru, memanggil, mengundang, mengajak, mendorong dan memohon. Secara terminologi dakwah merupakan sebuah seruan atau ajakan kepada manusia menuju kebaikan *al-amru bi al-ma'ruf* dan mencegah dari kemungkaran *wa nahyu al munkar* untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat². Adapun menurut Quraish Shihab dakwah berarti sebuah ajakan atau seruan terhadap pribadi maupun masyarakat menuju situasi yang lebih baik³.

Berdakwah merupakan salah satu dari perintah Allah SWT kepada manusia sebagai bentuk penegakkan syari'at Islam dalam seluruh aspek kehidupan. Dakwah juga menjadi faktor penting tersebarnya Islam di seluruh dunia. Dahulu Nabi Muhammad Saw mulanya berdakwah melalui lisan maupun tindakan secara langsung bertatap muka dengan umatnya. Tentunya dengan penyampaian yang lemah lembut agar mudah diterima di kalangan sahabat, keluarga, dan umatnya.

Seiring berkembangnya zaman diiringi dengan perkembangan teknologi informasi yang memasuki era *New Media*, saat ini berdakwah tidak hanya bisa dilakukan secara langsung secara *face to face* tapi dapat melalui media atau perantara. Kemudahan dalam mengakses informasi dan berkomunikasi oleh siapa saja tanpa batasan ruang dan waktu di era *New Media* ini akan memberikan peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas dan cepat. Salah satu bagian dari *New Media* yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah adalah media sosial.

² Abdul Pirol, *Komunikasi Dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018). Hlm 30

³ Afrizal El Adzim Syahputra, "Metode Dakwah Perspektif Quraish Shihab," *Al-Ifkar*, Vol. XII (2021). Hlm 49

Menurut *We Are Social*, secara total ada 5,04 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia per Januari 2024. Angka ini setara dengan sekitar 62,3% dari total populasi global sebesar 8,08 miliar orang.⁴ Basis pengguna media sosial yang besar ini akan memudahkan pesan dakwah tersampaikan dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Berbagai *platform* media sosial kini hadir di tengah masyarakat dan menjadi gaya hidup. Salah satu media sosial yang dinobatkan sebagai pertumbuhan pengguna aktif tercepat adalah TikTok.

Dilansir dari *website* databoks jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 106,5 Juta pengguna. Angka ini dinilai besar karena Indonesia menjadi peringkat kedua dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat. TikTok menghadirkan berbagai layanan untuk membuat dan berbagi video, berinteraksi di kolom komentar ataupun pesan pribadi. TikTok juga memberikan berbagai fitur menarik untuk memproduksi konten seperti filter, efek khusus, dan musik latar. Selain menjangkau berbagai khalayak, menggunakan TikTok sebagai media dakwah akan membuka kesempatan bagi pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwahnya secara kreatif dan inovatif.

Selain media dakwah, pendakwah juga perlu memperhatikan cara ia menyampaikan pesan dakwahnya. Berdakwah termasuk dalam kegiatan komunikasi, karena dalam dakwah terjadi proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator dalam hal ini dai kepada komunikan yaitu madunya sebagai penerima pesan. Secara spesifik komunikasi ini disebut juga sebagai komunikasi dakwah⁵.

Komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian dan informasi Islam dai untuk mempengaruhi madunya sebagai objek dakwah atau komunikan agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan dan

⁴ Cindy Mutia Annur, "TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia Pada Awal 2024," diakses pada 16 Juni 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>.

⁵ Kaka Hasan Abdul Kodir and Anggit Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 49 hlm 50

membela kebenaran ajaran islam⁶. Agar informasi Islam yang disampaikan dapat mempengaruhi mad'unya maka perlu adanya gaya komunikasi yang baik dan efektif.

Gaya komunikasi yang baik dapat mempengaruhi citra diri seseorang. Gaya komunikasi dapat dilihat dari bagaimana seorang komunikator menggunakan bahasa, pemilihan kata, penyampaian sumber pesan, dan menggunakan bahasa tubuhnya.⁷ Lebih daripada itu, gaya komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Gaya komunikasi efektif akan memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang serta melatih penggunaan bahasa nonverbal secara baik.

Seorang pendakwah yang memiliki gaya komunikasi yang baik akan memberi dampak yang signifikan terhadap tercapainya tujuan dakwah. Hendaknya sejumlah gaya komunikasi ditata sedemikian rupa dan menjadi pertimbangan *mubaligh* sebelum menyampaikan dakwahnya⁸. Terlebih di era *New Media*. Salah satunya terdapat pada akun TikTok @fawwazkaban.

Akun TikTok @fawwazkaban adalah salah satu contoh bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dengan gaya komunikasi yang khas dan pendekatan yang kreatif, Fawwaz Kaban berhasil menarik perhatian banyak pengguna TikTok. Terlihat dari akun TikTok nya yang memiliki 450 ribu *followers* dan 9,4 juta *Likes*. Konten video yang diunggahnya pun hampir seluruhnya memiliki lebih dari 10 ribu *viewers*.

Berbeda dengan akun konten dakwah lainnya, akun TikTok milik Fawwaz Kaban ini fokus membahas tentang sejarah islam. Sejarah islam pada akun ini berupa kisah-kisah pada masa Rasulullah, para sahabat, para tokoh

⁶ Asep Syamsul M R, "Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis," *Mimbar* (2013). hlm 12

⁷ Abdul Hamid Bashori, "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah," *El-Fatih: Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2022): 1–30. hlm 2

⁸ Dian Maresta and Achmad Al Farisi, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif Di Kanal Youtube Al Bahjah TV," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2024): 61–80. hlm 22

terkemuka islam seperti para *fuqaha* dan kisah peradaban islam. Meski berisi sejarah islam konten pada akunnya ini tidak terlihat membosankan karena dikemas dengan menarik. Tidak hanya menampilkan Fawwaz yang sedang bercerita, Fawwaz juga kerap kali menambah ilustrasi berupa gambar pada konten videonya dan latar music untuk mendukung topik yang ia bahas.

Selain membahas mengenai sejarah Islam, akun TikTok @fawwazkaban ini juga membahas tentang pesan dan tips yang berasal dari Rasulullah ataupun para sahabat. Fawwaz juga *up to date* dengan fenomena-fenomena yang terjadi di dalam masyarakat yang kemudian ia bahas dengan memberi tanggapan dan solusi dari kemungkinan fenomena yang ia angkat pada video unggahannya. Kerap kali Fawwaz juga menyampaikan nilai-nilai yang dapat diambil dari fenomena tersebut. Kelebihan Fawwaz lainnya yaitu kemampuan Fawwaz mengemas topik tentang fenomena saat ini yang kemudian dihubungkan dengan kisah yang terjadi di masa Rasulullah, sahabat dan para pemuka islam lainnya.

Alasan memilih akun TikTok @fawwazkaban sebagai objek penelitian karena pada setiap unggahan videonya dengan segala tema pembahasan yang sudah dipaparkan di atas Fawwaz selalu menggunakan konsep dakwah *storytelling*. Konsep dakwah yang dibalut dengan cerita sejarah para sahabat, mendukung untuk memunculkan nilai-nilai kebaikan bagi penonton melalui kisah Rasulullah, sahabat, ulama dan lainnya. Pembawaan Fawwaz yang ketika ia berkomunikasi seperti bercerita memberi kesan hidup bagi pendengarnya. Terlebih saat ia menceritakan tentang sebuah kisah sejarah islam. Cara ia berkomunikasi dengan pembawaan *storytelling* ini dapat mendukung imajinasi yang terbentuk dari pendengarnya. Selain itu, pada konten video yang ia unggah ketika Fawwaz berkomunikasi menampilkan dirinya yang selalu melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal tentunya dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik.

Maka dari itu, berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok”**

B. Penegasan Istilah

1. Gaya Komunikasi

Gaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki berbagai makna di antaranya kekuatan, sikap, irama/lagu, elok dan ragam (cara, rupa, bentuk) yang khusus mengenai tulisan, karangan, pemakaian bahasa dan bangunan rumah. Dalam Kamus Lengkap Besar Bahasa Indonesia juga mengartikan gaya sebagai khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan dan lisan.⁹ Dalam hal ini gaya dapat dimaknai sebagai pola atau bentuk tingkah laku atau sikap seseorang.

Sedangkan istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communis*” yaitu membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata “*communico*” yang artinya membagi.¹⁰ Menurut D. Lawrence Kincaid (1981) mengatakan bahwa “*Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam*”.¹¹ Dari kedua pengertian tersebut komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi/pesan antara pengirim pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan) dengan tujuan memiliki pengertian atau pengetahuan yang sama.

Dari kedua definisi gaya dan komunikasi dapat diartikan gaya komunikasi adalah suatu bentuk atau pola tingkah laku seseorang dalam proses penyampaian pesan (komunikator) kepada komunikan yang terspesialisasi digunakan pada situasi tertentu. Selain itu gaya komunikasi dapat didefinisikan pula sebagai cara penyampaian dan gaya bahasa baik

⁹ Muhammad Rosyid Ardiansyah, “Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan AA’ Di Indosiar” (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019). hlm 24

¹⁰ Ety Nur Inah, “Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan,” *Al-Ta’dib* 15, no. 1 (2016) hlm.179

¹¹ Didik Hariyanto Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi, Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1st ed. (Sidoarjo, 2021) hlm .20

verbal maupun nonverbal yang meliputi vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, ruang dan jarak.¹² Oleh karena itu, definisi gaya komunikasi pada penelitian ini adalah perilaku yang digunakan seseorang dalam menyampaikan pesan kepada yang lainnya baik bahasa verbal atau non verbal untuk mencapai tujuan dan pemahaman yang sama.

2. Akun TikTok @fawwazkaban

Akun TikTok @fawwazkaban adalah salah satu akun TikTok yang berisi pesan dakwah. Berbeda dengan akun TikTok tentang dakwah lainnya, akun ini banyak membahas sejarah islam baik kisah pada masa Rasulullah, Sahabat atau pemuka islam lainnya. Secara umum akun TikTok @fawwazkaban memiliki 450 ribu *followers*, 9,6 juta *likes* dan 307 video per tanggal 2 April 2024. Hampir seluruh video yang diunggah pada akun ini memiliki lebih dari 10 ribu tayangan.

Konten pada akun TikTok ini banyak digemari dari kalangan anak muda terutama *gen z* dan *gen Alpha*. Hal ini terlihat dari komentar-komentar pada setiap video unggahannya yang banyak menggunakan bahasa gaul dan cukup viral seperti kata *epic*, *recal*, *hero Khaled* dan lain sebagainya. Bahasa yang digunakan Fawwaz juga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, tidak resmi dan merupakan bahasa sehari-hari

Konten pada akun ini dominan membahas mengenai kisah sejarah islam, namun di beberapa video juga berisi tentang tanggapan dari fenomena masa kini. Setiap video yang diunggah dari berbagai tema yang ia bahas, pemilik akun selalu berkomunikasi dengan pembawaan *storytelling*. Maka dari itu pada penelitian ini, pembahasan akun TikTok @fawwazkaban akan fokus membahas tentang gaya komunikasi yang pemilik akun ini gunakan.

¹² Kodir and Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube." Hlm 51

3. Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin, *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Secara bahasa Arab *media/wasilah* yang bisa berarti *alwushlah, at attishad* yaitu segala hal yang dapat mengantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud.

Adapun dakwah berasal dari kata Bahasa Arab yaitu *da'aa- yad'uu - da'watan* yang memiliki makna menyeru, memanggil, mengundang, mengajak, mendorong dan memohon. Secara terminologi dakwah merupakan sebuah seruan atau ajakan kepada manusia menuju kebaikan *al-amru bi al-ma'ruf* dan mencegah dari kemungkaran *wa nahyu al munkar* untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat¹³.

Jadi, dalam penelitian ini media dakwah dapat didefinisikan sebagai segala hal yang dapat menjadi perantara dari suatu kegiatan yang memiliki upaya untuk mengajak dan menyeru mengarahkan umat manusia kepada jalan kebenaran untuk berbuat makruf dan beriman kepada Allah SWT dari jalan yang penuh kesesatan yaitu perbuatan yang mungkar, rusak, batil, maksiat dan menyimpang.

4. Media Sosial TikTok

Menurut Boyd media sosial memiliki definisi sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Adapun menurut Van Dijk menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium

¹³ Abdul Pirol, *Komunikasi Dan Dakwah Islam*. hlm 45

(fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.¹⁴

Menurut *We Are Social* pengguna aktif media sosial di Indonesia per Januari 2024 mencapai 167 juta yang merupakan 60,4% dari populasi. Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan per Januari 2024 adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi asal China yang diproduksi oleh ByteDance sebuah Perusahaan yang bergerak dalam bidang kecerdasan buatan dalam hal distribusi informasi melalui media atau produk elektronik.

Tik Tok merupakan media sosial baru yang memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video. TikTok seperti halnya studio berjalan Dimana pengguna dapat mengunggah berbagai video dengan durasi maksimal 10 menit. Aplikasi ini juga menghadirkan *special effect* yang menarik dan mudah digunakan sehingga siapapun dapat membuat dan mengunggah video yang keren.¹⁵

Dalam penelitian ini, media sosial TikTok memiliki pengertian sebagai sebuah platform yang memungkinkan untuk berbagi dan berkolaborasi serta mengasah bakat melalui konten video.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini berfokus pada satu masalah, maka dari itu peneliti membatasi penelitian ini dengan masalah tentang Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok dengan teori gaya komunikasi Norton berdasarkan indikator pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan dan penyampaian sumber pesan.

¹⁴ Astari Clara Sari, "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69, hlm 5.

¹⁵ Tri Buana and Dwi Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak," *Jurnal Inovasi* 16, no. 2 (2022). Hlm 3

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok ?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Gaya Komunikasi dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok .

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru bagi mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam dan bisa menjadi bahan perbandingan tentang kajian kajian teori dengan gaya komunikasi dalam berdakwah.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi pada penelitian mendatang yang serupa tentang gaya komunikasi dalam berdakwah serta menambah literatur kepustakaan perpustakaan UIN SAIZU Purwokerto

E. Telaah Pustaka

Penelitian tentang gaya komunikasi dan dakwah sudah banyak dilakukan. Pada tahap penelitian ini, peneliti sudah menelusuri perpustakaan Fakultas Dakwah dan Pusat Perpustakaan UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memastikan bahwa penelitian dengan judul TikTok sebagai media dakwah (Analisis gaya komunikasi pada akun @fawwazkaban) sebagai media dakwah belum pernah diterbitkan sebelumnya. Maka dari itu peneliti akan menelaah beberapa literatur yang terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang ada sebelumnya dengan penelitian ini, diantaranya :

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Rizka Amelia Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung tahun 2017 dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Bil Lisan Yang Digunakan Ustadz di Majelis Taklim”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teori teori implisit perspektif komunikasi lisan dalam kelompok oleh Goldberg Larsson dan teori pendukung yakni teori dramatisme oleh Kenneth Burke. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat tiga dari enam tipe gaya komunikasi, dapat diketahui bahwa tiga tipe gaya komunikasi dakwah bil-lisan yang cenderung digunakan ustadz di Majelis Taklim Rachmat Hidayat, yaitu tipe gaya komunikasi *the equalitarian style*, *the structuring style* dan *the dynamis style*.¹⁶

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu membahas mengenai Gaya Komunikasi dari seorang pendakwah. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian. Dimana, penelitian ini membahas mengenai gaya komunikasi yang dilakukan pendakwah yakni ustad di Majlis Taklim Rachmat Hidayat dan penelitian penulis membahas gaya komunikasi pendakwah di media sosial Tik Tok yaitu Fawwazil Mousaa Kaban.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Muhammad Rosyid Ardiansyah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang Tahun 2019 dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dedeh dan Aa di Indosiar”. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati siaran Mamah dan Aa sepanjang 8 (delapan) episode di youtube. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh pada Acara “Mamah dan Aa Beraksi” dalam penelitian ini dapat dilihat

¹⁶ Rizka Amelia, “Gaya Komunikasi Dakwah Bil Lisan Yang Digunakan Ustadz Di Majelis Taklim (Studi Pada Majelis Taklim Rachmat Hidayat Bandar Lampung)” (Universitas Lampung, 2017). hlm 126

dari pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan dalam komunikasi.¹⁷

Dalam hal persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada topik yang dibahas pada penelitian ini yaitu tentang gaya komunikasi pendakwah. Meski begitu terdapat hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis. Dimana subjek penelitian ini adalah seorang pendakwah di media televisi yaitu Mamah Dedeh di TV Indosiar, sedangkan subjek penelitian penulis adalah Fawwazil Mousaa Kaban yang berdakwah melalui media sosial TikTok.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Dyah Novia Nur Khasanah Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2022 dengan judul “*Analisis Gaya Bahasa Dakwah Husain Basyaiban Dalam Video TikTok ‘Masih Mau Ninggalin Sholat Habis Nonton Ini? Dan Puasa Tapi Gak Sholat?’*”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa dari Husain Basyaiban di video TikTok. Penelitian ini meneliti dua video dan menunjukkan bahwa gaya bahasa Husain terbagi menjadi tiga yaitu gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada suara dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.¹⁸

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menganalisis pendakwah di media sosial TikTok. Dimana penelitian ini menganalisis Husain Basyaiban sedangkan penelitian penulis Fawwazil Mousaa Kaban. Dalam hal perbedaan terdapat pada topik pembahasannya Dimana penelitian ini membahas gaya bahasa pendakwah sedangkan penelitian ini membahas gaya komunikasi pendakwah di media sosial TikTok.

Keempat, Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Ezra Fannany Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif

¹⁷ Ardiyansah, “Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan AA’ Di Indosiar.” hlm 106

¹⁸ Dyah Novia Nur Khasanah, “Analisis Gaya Bahasa Dakwah Husain Basyaiban Dalam Video Tiktok Berjudul ‘Masih Mau Ninggalin SHolat Habis Nonton Ini? Dan Puasa Tapi Ngga Sholat’” (Universitas Islam Negeri Sunan AMPel Surabaya, 2022). Hlm 90

Hidayatullah Jakarta Tahun 2023 dengan judul penelitian “Strategi Dakwah Fawwaz Kaban (Studi Pada Akun Tik Tok @fawwazkaban)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya bentuk implementasi dari strategi dakwah Al-Bayanuni pada akun Tik Tok @fawwazkaban.¹⁹

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menganalisis TikTok @fawwazkaban milik Fawwazil Mousaa Kaban. Adapun perbedaannya terdapat pada masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Dimana penelitian ini membahas mengenai strategi dakwah dari Fawwaz dan penelitian penulis membahas mengenai gaya komunikasi Fawwaz

Kelima, penelitian yang ditulis oleh Syahid Husaini Mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul penelitian “Pesan Dakwah Melalui Akun TikTok (Analisis Pesan Dakwah Tiktok @fawwazkaban)”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan analisis isi kualitatif dengan teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat yang meliputi imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran, dan imbauan motivasional. Penelitian ini menganalisis pesan dakwah pada 23 video. Hasil dari penelitian ini terdapat 14 video yang didominasi pesan dakwah akhlak, kemudian 5 video termasuk dalam pesan dakwah akidah, dan 4 video termasuk dalam pesan dakwah syariah.²⁰

Dalam hal persamaan, penelitian ini menganalisis TikTok @fawwazkaban milik Fawwazil Mousaa Kaban. Adapun perbedaannya terdapat pada masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Dimana penelitian ini menganalisis tentang pesan dakwah yang ada dalam konten TikTok Fawwaz, sedangkan penelitian penulis menganalisis gaya komunikasi Fawwaz.

¹⁹ Muhammad Ezra Fannany, “Strategi Dakwah Fawwaz Kaban (Studi Pada Akun Tik Tok @fawwazkaban)” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023). hlm 88

²⁰ Syahid Husaini, “Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Pesan Dakwah @fawwazkaban)” (Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023). hlm 95

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dan mengetahui apa saja yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan pokok-pokok bahasa yang dibagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I merupakan bab pendahuluan tentang hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Isi pada bab ini di antaranya terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Sistematika Pembahasan

BAB II merupakan bab landasan teori berisi tentang teori-teori dari variable yang berkaitan dengan penelitian. Pada bab ini, uraian teori dapat diperoleh melalui beragam sumber pustaka. Diharapkan dengan adanya bab ini, peneliti dapat lebih memahami definisi dan karakteristik dari variabel yang akan diteliti sebagai dasar untuk melakukan penelitian. Adapun hal hal yang diuraikan dalam bab ini antara lain dari Gaya Komunikasi, Akun Tik Tok Fawwaz Kaban, Dakwah, Media Sosial Sebagai New Media dan TikTok Sebagai Media Dakwah

BAB III merupakan bab yang berisi metode penelitian untuk mendeskripsikan cara penelitian dilakukan dan cara data diperoleh yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Bab ini tersusun atas Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data,

BAB IV merupakan bab yang berisi hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti untuk menjawab rumusan masalah. Adapun bab ini tersusun dari Biografi Fawwaz Kaban, Akun TikTok @fawwazkaban dan Analisis Gaya Komunikasi Pada Akun TikTok @fawwazkaban.

BAB V adalah bab penutup sebagai akhir dari kepenulisan skripsi. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan saran-saran bagi pemilik akun yang diteliti serta peneliti berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gaya Komunikasi

1. Pengertian Gaya

Gaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki berbagai makna di antaranya kekuatan, sikap, irama/lagu, elok dan ragam (cara, rupa, bentuk) yang khusus mengenai tulisan, karangan, pemakaian bahasa dan bangunan rumah.²¹ Dalam Kamus Lengkap Besar Bahasa Indonesia juga mengartikan gaya sebagai khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan dan lisan.²²

Menurut Aristoteles, gaya (*style*) yaitu penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Aristoteles membahas mengenai pemilihan kata, penggunaan perumpamaan dan kepantasan kata, ia percaya bahwa setiap jenis retorika memiliki gayanya masing-masing. Sedangkan menurut Alo Liliweri mendefinisikan gaya dalam komunikasi sebagai cara bagaimana kita berkomunikasi.²³ Pada penelitian ini, gaya dimaknai sebagai pola dan cara dari bentuk tingkah laku dan perilaku seseorang dalam berkomunikasi.

2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communis*" yaitu membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata "*communico*" yang artinya membagi.²⁴ Menurut D. Lawrence Kincaid (1981) mengatakan bahwa "*Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk*

²¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa (Jakarta, 2008). hlm 443

²² Ardiyansah, "Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan AA' Di Indosiar." *Skripsi* (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019) Hlm 24

²³ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017). Hal 254

²⁴ Inah, "Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan." Hlm 179

atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam”.²⁵

Adapun menurut Godykun dan kim memaknai komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan makna antara orang-orang.²⁶ Menurut Aristoteles komunikasi memiliki tujuan persuasi yaitu upaya untuk menggiring orang lain kepada sudut pandang *persuader* atau komunikator.²⁷ Memandang definisi tersebut penelitian ini mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi/pesan antara pengirim pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan) dengan tujuan memiliki pengertian atau pengetahuan yang sama.

Agar tujuan komunikasi tercapai dengan efektif maka perlu mengetahui komponen komunikasi di antaranya:²⁸

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berperan sebagai pengirim pesan yang akan diteruskan kepada komunikan. Disebut juga sebagai sumber, pengirim dan penyandi (*encoder*) pesan. Siapapun dapat berperan sebagai komunikator baik seseorang, dua orang, atau sekelompok orang seperti organisasi, perusahaan dan lain sebagainya.

Sebagai seorang komunikator perlu mengemas atau mengubah pesan yang ada dalam pikiran dan perasaannya menjadi simbol verbal atau nonverbal agar dapat dipahami oleh penerima pesan. Proses ini disebut *encoding* atau penyandian. Dalam mengemas pesan komunikator dipengaruhi beberapa kemampuan kognitif seperti penggunaan kata atau simbol, faktor latar belakang sosial budaya, dan faktor kemenarikan dari dirinya.

²⁵ Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. hlm 20

²⁶ Zuwirna, *Dasar-Dasar Komunikasi*, 1st ed. (Jakarta: KENCANA, 2020). hlm 6

²⁷ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. Hal 2

²⁸ Zuwirna, *Dasar-Dasar Komunikasi*. hlm 9-12

b. Komunikasikan

Komunikasikan adalah penerima, penyandi balik (*decoder*) atau khalayak yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, nilai yang dianut, pengetahuan, pola pikir, perasaan dan persepsi penerima pesan akan menafsirkan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang diterimanya menjadi gagasan yang mudah ia pahami. Proses ini disebut *decoding*.

c. Pesan

Pesan adalah hal atau informasi yang disampaikan oleh sumber ke penerima. Pesan berupa simbol verbal maupun nonverbal yang dapat dimaknai sebagai perasaan, pemikiran, atau gagasan yang disampaikan oleh sumber. Simbol utama dalam pesan adalah kata-kata atau bahasa yang dapat menggambarkan berbagai objek, gagasan dan perasaan. Simbol yang digunakan akan mempengaruhi penerima pesan. Simbol yang ditangkap penerima inilah yang disebut pesan.

d. Media atau Saluran

Media atau Saluran dalam komunikasi didefinisikan sebagai alat atau media yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran merujuk pada cara penyajian pesan. Dapat disajikan secara langsung dan tatap muka, atau menggunakan media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, media elektronik seperti radio, televisi, telepon atau multimedia. Komunikator akan memilih saluran yang sesuai dengan situasi, tujuan yang ingin dicapai, dan jumlah penerima yang dikehendaki.

e. Efek

Efek adalah hal yang terjadi pada komunikasikan setelah menerima pesan. Seperti bertambah wawasan dan pengetahuan, merasakan perasaan senang dan terhibur atau sebaliknya, perubahan sikap dari tidak setuju menjadi setuju hingga perubahan perilaku dan keyakinan.

Dengan kemampuan untuk memahami komponen komunikasi akan mencapai tujuan komunikasi yang efektif pula. Simbol dalam proses komunikasi menjadi faktor utama dalam proses komunikasi. Untuk membedakan simbol dalam komunikasi dibagi menjadi dua jenis, di antaranya :

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik itu secara lisan maupun tulisan. Unsur penting dalam komunikasi verbal, dapat berupa kata dan bahasa. Kata merupakan lambang terkecil dari bahasa. Kata merupakan lambang yang mewakili sesuatu hal, baik itu orang, barang, kejadian, atau keadaan. Sedangkan Bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Karakteristik komunikasi verbal antara lain²⁹:

- 1) Jelas dan ringkas, dalam hal ini bahasa dan kata yang digunakan sederhana, pendek dan langsung mudah di pahami.
- 2) Perbendaharaan kata yang mudah di mengerti akan memudahkan keberhasilan komunikasi.
- 3) Memiliki 2 makna yaitu konotatif dan denotative
- 4) Intonasi seorang komunikator akan mempengaruhi arti pesan melalui nada suara yang dikirimkan
- 5) Kecepatan dan tempo yang tepat mempengaruhi keberhasilan komunikasi
- 6) Humor dapat meningkatkan keberhasilan dalam memberikan dukungan emosi terhadap lawan bicara dan mengurangi ketegangan.

²⁹ desak putu yuli Kurniati, "Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal (Komunikasi Kesehatan)," *Universitas Udayana* 17, no. 1 (2016) hlm 7-12

b. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi di mana pesan disajikan dalam bentuk nonverbal. Komunikasi nonverbal dapat berupa simbol-simbol seperti gerak tubuh, warna, ekspresi wajah, dan lain-lain. Bentuk komunikasi nonverbal itu sendiri meliputi bahasa isyarat, ekspresi wajah, kata sandi, tanda, seragam, nada suara, dan intonasi.³⁰ Beberapa contoh komunikasi nonverbal:³¹

- 1) Menyentuh dapat mencakup: berjabat tangan, berpegangan tangan, berciuman, menyentuh punggung, membelai, memukul, dll.
- 2) Gerakan tubuh dalam komunikasi nonverbal meliputi kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, dan gerak tubuh. Gestures sering digunakan untuk menggantikan sebuah kata atau frase, seperti mengangguk untuk mengatakannya, mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu, mengekspresikan emosi. Suara, suara, atau bahasa adalah unsur nonverbal dalam suatu tuturan, yaitu cara diucapkan. Misalnya suara keras atau lemahnya suara, kecepatan bicara, kualitas suara, intonasi dan lain-lain.
- 3) *Chronemics*, kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi jumlah waktu yang dianggap tepat untuk suatu kegiatan, jumlah waktu yang dianggap tepat dalam jangka waktu tertentu, dan ketepatan waktu.

³⁰ Winda Kustiawan et al., "Pengantar Komunikasi Non Verbal," *Journal Analytica Islamica* 11, no. 1 (2022): 143. hlm 6

³¹ Kurniati, "Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal (Komunikasi Kesehatan)" hlm 13

Mark L. Knapp menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal yang berhubungan dengan pesan verbal:

- 1) Pengulangan, termasuk pengulangan gagasan yang sudah disampaikan secara verbal. Misalnya, setelah mengatakan tidak, kemudian menggelengkan kepala.
- 2) Ganti, ganti simbol kata. Misalnya, tanpa mengucapkan sepatah kata pun, kami menunjukkan persetujuan kami dengan mengangguk.
- 3) Bertentangan, menolak pesan verbal atau memberi arti berbeda pada pesan verbal. Misalnya, Anda dapat "memuji" pencapaian teman dengan cemberut dan berkata, "Hebat, kamu hebat."
- 4) Melengkapi, melengkapi, dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, wajah Anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata kata. Menekankan, menekankan atau menekankan pesan verbal. Misalnya, Anda mengungkapkan ketidaksenangan Anda ketika Anda menghancurkan meja

3. Pengertian Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi dari definisi gaya dan komunikasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk atau pola tingkah laku seseorang dalam proses penyampaian pesan (komunikator) kepada komunikan yang terspesialisasi digunakan pada situasi tertentu. Menurut Norton gaya komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika ia berkomunikasi dengan orang lain.³²

Gaya komunikasi dapat didefinisikan pula sebagai cara penyampaian dan gaya bahasa baik verbal maupun nonverbal yang meliputi vokalik,

³² Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 254

bahasa badan, penggunaan waktu, ruang dan jarak.³³ Oleh karena itu, definisi gaya komunikasi pada penelitian ini adalah perilaku yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan baik bahasa verbal atau non verbal untuk mencapai tujuan dan pemahaman yang sama.

Gaya komunikasi juga bersifat khas, artinya tidak berlaku sama pada seluruh manusia tetapi refleksi dari karakter pribadi dan budaya. Gaya komunikasi bukan termasuk jenis komunikasi melainkan dilihat sebagai sebuah tendensi situasional. Terdapat banyak faktor pembentuknya mulai dari konteks, tujuan komunikasi, konsep diri serta nilai yang diterapkan oleh setiap individu pada saat berinteraksi.

Dalam buku *Komunikasi Antar Personal* karya Alo Liliweri gaya umum komunikasi terbagi menjadi tiga diantaranya :

1. Gaya Komunikasi Asertif (*Assertive Style*)

Gaya Komunikasi Asertif adalah gaya komunikasi seseorang dalam menyampaikan pesan dengan membela hak-haknya sendiri tanpa mengabaikan hak orang lain. Pada gaya komunikasi ini, seseorang cenderung sangat menghargai dirinya sendiri, memiliki sifat tegas, percaya diri, bisa tampil dengan tenang, bersikap jujur dan perkataannya *to the point*. Di samping itu pada gaya komunikasi ini individu cenderung menyatakan dengan jelas pendapat dan perasaannya serta tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain.³⁴

Menurut Alo Liliweri, ciri – ciri *Assertive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut: (a) Cek Perasaan Orang lain, (b) Sedikit pernyataan, selalu ada pengharapan, (c) Efektif dan aktif mendengarkan, (d) Ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera, (e)

³³ Kodir and Rizkianto, “Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja’far Al-Hadar’s Da’wah in His Lecture on Youtube.”hlm.51

³⁴ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 264

Menyukai rasa humor dan guyon. Selain itu, gaya ini bersifat terbuka untuk melakukan negosiasi dan kompromi, dapat memberi dan menerima komplain, serta memberi perintah langsung.

2. Gaya Komunikasi Agresif (*Aggressive style*)

Gaya Komunikasi Agresif adalah gaya komunikasi seseorang dimana merasa dirinya superior, egois dan tidak memperhatikan perasaan serta hak-hak orang lain. Biasanya seseorang ini memiliki sifat sombong, suka menuntut, mencoba mendominasi dan suka cari masalah. Gaya ini cenderung mencoba dominan dengan memperlihatkan kekuatan dan kekuasaan. Selain dengan verbal gaya komunikasi agresif juga ditunjukkan dengan bahasa tubuh, sehingga lawan bicara seringkali terintimidasi dan terhakimi secara sepihak. Adapun ciri-cirinya adalah memiliki sifat yang tertutup, cenderung tidak suka mendengarkan orang lain dan seringkali melakukan interupsi serta memonopoli pembicaraan.

3. Gaya Komunikasi Pasif (*Passive Style*)

Gaya Komunikasi Pasif adalah gaya komunikasi seseorang yang menganggap nilai kehadiran orang lain lebih penting dari dirinya sendiri. Pada gaya ini seseorang cenderung menghindari untuk mengungkapkan pendapat atau perasaan secara terbuka. Komunikator juga selalu menghindari konfrontasi lebih banyak mendengarkan, sepatutnya memenuhi kebutuhan lawan bicaranya dibanding tujuan komunikasinya. Individu dengan gaya komunikasi pasif tidak dengan jelas merespon situasi yang mungkin tidak sepaham dengannya atau situasi yang membuat jengkel dan marah.³⁵

Gaya komunikasi termasuk pada sesuatu yang dinamis dan relatif karena dipengaruhi banyak faktor. Gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Gaya komunikasi setiap orang berbeda sesuai dengan emosi yang dirasakan baik marah,

³⁵ Liliweri. hlm 261

gembira, sedih, tertarik ataupun bosan.³⁶ Selain itu juga dipengaruhi oleh kedekatan hubungan antar pribadi.

Dalam buku *Komunikasi Antar Personal* yang ditulis oleh Alo Liliweri, Norton dan para ahli komunikasi membagi tipe gaya komunikasi menjadi sepuluh, di antaranya:

1. *Gaya Dominan (Dominant Style)*

Gaya komunikasi dengan tipe dominan ini, seseorang cenderung dapat mengontrol situasi sosial dan biasanya ingin menguasai pembicaraan. Hal ini mengacu pada ketegasan dan orang yang memiliki gaya komunikasi dominan akan tampil lebih percaya diri, antusias, kuat, aktif, kompetitif, sombong dan apa adanya. Gaya komunikasi ini juga ditandai dengan komunikator yang dominan dalam berinteraksi dimana semakin berkuasa individu tersebut maka semakin ia mendominasi. Dengan kata lain komunikator ingin menguasai pembicaraan dan tidak suka pembicaraannya dipotong.³⁷

2. *Gaya Dramatis (Dramatic Style)*

Gaya Komunikasi Dramatis yaitu tipe gaya berkomunikasi individu yang ketika bercakap-cakap selalu 'hidup'.³⁸ Umumnya berkomunikasi secara berlebihan biasanya menggunakan kiasan, metaphora, cerita, fantasi dan permainan suara.³⁹

3. *Gaya Kontroversial (Controversial Style)*

Gaya kontroversial adalah gaya seorang individu yang ketika berkomunikasi selalu secara argumentatif dan agresif cenderung

³⁶ Isti Novitasari and Suwanti, "Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah," *Jurnal Online Universitas Muhammadiyah Purwokerto* 13, no. 1 (2015). Hlm 29

³⁷ Umi Jazilatul Khanifah and Pia Khoirotu Nisa, "Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok," *Al-Munir* 14, no. 1 (2023). Hlm 89

³⁸ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 255

³⁹ Novitasari and Suwanti, "Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah." Hlm 29

menentang orang lain. Gaya komunikasi tipe ini memiliki keterkaitan dengan gaya dominan dalam hal ini menguasai pembicaraan.

4. Gaya Animasi (*Animated Style*)

Gaya komunikasi animasi atau gaya komunikasi ekspresif adalah gaya seorang individu yang berkomunikasi dengan aktif melibatkan bahasa nonverbal. Pada tipe ini, memiliki warna tersendiri menggunakan bahasa non verbal seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan. Gaya komunikasi ini termasuk gaya yang paling jujur dibanding lainnya karena menonjolkan komunikasi nonverbal yang bersifat spontan sehingga komunikasi dapat mudah memahami informasi yang disampaikan.

5. Gaya Berkesan (*Impression Style*)

Gaya berkesan atau Impression Leaving adalah gaya seorang komunikator yang mampu merangsang orang lain untuk mudah diingat dan dapat membentuk kesan bagi pendengarnya. Pada gaya tipe ini, komunikator mampu menguasai hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi baik dari pemilihan kata, bahasa, topik, cara penyampaian hingga sasaran atau komunikannya. Sehingga dapat meninggalkan kesan bagi pendengarnya dan menciptakan kekhasan tersendiri bagi pendengarnya.

6. Gaya Santai (*Relaxed Style*)

Gaya Komunikasi Santai adalah gaya seorang individu dalam berkomunikasi dengan tenang, senang dan ceria penuh senyum dan tawa. Pada tipe ini biasanya komunikator dapat bersikap positif serta mendukung satu sama lain. Selain itu gaya komunikasi ini juga menunjukkan kedamaian, kenyamanan, dan kepercayaan. Kurangnya ketegangan dalam berkomunikasi akan memberikan pesan dengan cara yang berbeda pula.⁴⁰ Maka dari itu, gaya komunikasi pada tipe ini erat

⁴⁰ Khanifah and Nisa, "Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok." Hlm 92

dengan gaya bahasa karena akan mempengaruhi sejauh mana kedamaian yang ditunjukkan. Penggunaan bahasa yang dapat dimengerti semua orang akan memudahkan informasi tersampaikan kepada komunikan dengan baik.

7. Gaya Atentif (*Attentive Style*)

Gaya Attentif adalah gaya seorang individu dalam berkomunikasi dengan bersikap simpati dan empati serta memberikan perhatian penuh dengan sungguh-sungguh mendengarkan lawan bicaranya. Pada gaya tipe ini individu bersikap aktif dan sensitif menunjukkan bahwa ia mendengarkan lawan bicaranya.⁴¹

8. Gaya Terbuka (*Open Style*)

Gaya komunikasi terbuka adalah gaya seorang individu dalam berkomunikasi bersifat terbuka, menunjukkan tampilan yang jujur apa adanya dan mungkin blak-blakan. Individu pada tipe ini biasanya tidak menyembunyikan rahasia apapun dari lawan bicara, cenderung percaya diri dan dapat membentuk komunikasi dua arah.

9. Gaya Bersahabat (*Friendly Style*)

Gaya bersahabat adalah gaya seorang individu dalam berkomunikasi menunjukkan sikap yang ramah, merasa dekat dan saling mendukung memberikan respon positif. Biasanya individu pada tipe ini memiliki kemampuan bersosialisasi, dan status sosial yang baik menjadi daya tarik tersendiri untuk orang lain.

10. Gaya yang tepat (*Precise Style*)

Gaya komunikasi Precise adalah gaya seorang individu dalam berkomunikasi fokus pada sesuatu yang akurat dan tepat. Individu ini biasanya teliti menunjukkan bukti dan dokumentasi dalam memberi informasi dan argumentasi.⁴²

⁴¹ Muhammad Sawir et al., "Pelatihan Gaya Komunikasi Guru Dalam Proses Pembelajaran," *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2023). Hlm 209

⁴² Novitasari and Suwanti, "Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah." Hlm 89

Berbeda dari pendapat Norton masih mengutip pada buku karya Alo Liliweri menurut Carl Jung tipe gaya komunikasi dibagi menjadi 4 berdasarkan hubungan individu dengan tugas yang diembannya antara lain:⁴³

1. Gaya Pengendali (*controller style*) adalah gaya komunikator yang mampu mengendalikan diri sendiri dan orang lain serta mengendalikan situasi yang ada.
2. Gaya Kolaborator (*Collaborator Style*) adalah gaya komunikator yang santai dan suka mengajukan pertanyaan serta emosional sehingga nada suaranya cenderung ekspresif.
3. Gaya *Animated Ekspresif* yaitu gaya individu yang santai dan suka mengajukan banyak pertanyaan. Individu ini juga sangat emosional sehingga selalu tampil dengan nada suara yang ekspresif
4. Gaya Analisis (*Analysers Style*) adalah gaya komunikator yang cenderung berhati-hati dan berorientasi pada hal-hal terperinci dalam berinteraksi. Seringkali mengandalkan logika ketika menganalisis sesuatu.
5. Gaya Sosial (*Socializer Style*). Pada gaya tipe ini lebih menekankan pada kedekatan secara emosional dan cenderung memutuskan sesuatu setelah mendengar banyak pendapat dari orang sekitar.

Menurut Ardiansyah untuk menentukan tipe gaya komunikasi dari komunikator ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan diantaranya ⁴⁴:

1. Pemilihan bahasa

Pemilihan bahasa adalah memilih “sebuah bahasa secara keseluruhan” dalam suatu komunikasi. Dalam masyarakat multibahasa tersedia berbagai kode, baik berupa bahasa, dialek, variasi, dan gaya untuk digunakan dalam interaksi sosial, salah satunya yaitu dakwah.

⁴³ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 259

⁴⁴ Ardiansyah, “Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan AA’ Di Indosiar.”hlm 19-20

Agar proses komunikasi berjalan dengan efektif, bahasa memiliki peran penting sebagai sarana suatu pesan dapat diterima dengan baik kepada komunikan. Baik bahasa verbal dan non verbal memiliki peran vital dalam proses komunikasi. Seorang komunikator harus mampu mengemas pesan dengan bahasa yang mudah dipahami khalayak.

Dalam bahasa verbal komunikator dituntut untuk bisa mengemas kata agar mudah dipahami. Ada tiga tipe gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata menurut Gorys Keraf antara lain⁴⁵:

- a. Gaya Bahasa Resmi adalah gaya bahasa dalam bentuk lengkapnya. Umumnya gaya bahasa ini menggunakan rangkaian kalimat yang sesuai dengan kaidah bahasa yang benar. Gaya bahasa resmi dapat didapati pada acara-acara resmi.
- b. Gaya Bahasa Tidak Resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar, tidak baku dan tidak memenuhi dengan kajian-kajian pedoman ejaan (EYD) berupa penggunaan bahasa gaul dsb. Biasanya digunakan pada acara yang tidak resmi.
- c. Gaya Bahasa Percakapan adalah gaya bahasa berupa kalimat percakapan sehari-hari.

Adapun bahasa non verbal dalam indikator ini sebagaimana komunikasi nonverbal yang melibatkan bahasa isyarat, ekspresi wajah, kata sandi, tanda, seragam, nada suara, dan intonasi.

Indikator lainnya dalam pemilihan bahasa adalah adanya variasi dialek. Dialek tidak bisa terlepas dari bahasa karena dialek merupakan salah satu dari varian bahasa. Dialek dalam kamus Longman diartikan sebagai variasi dari sebuah bahasa yang dipergunakan di suatu bagian dari sebuah negara yang variasi itu berbeda dengan variasi-variasi

⁴⁵ Khasanah, "Analisis Gaya Bahasa Dakwah Husain Basyaiban Dalam Video Tiktok Berjudul 'Masih Mau Ninggalin SHolat Habis Nonton Ini? Dan Puasa Tapi Ngga Sholat.'" Hlm 4

lainnya dari bahasa yang sama dalam sejumlah kata atau gramatikanya.⁴⁶ Dialek dapat diartikan sebagai variasi bahasa yang berbeda-beda menurut penggunanya. Dalam hal ini dapat berasal dari sebuah negara, daerah, atau suatu komunitas tertentu. Seperti halnya Indonesia yang memiliki beragam daerah dengan dialeknnya yang khas. Macam-macam dialek yang ada di Indonesia antara lain adalah dialek Jawa, Madura, Sunda, Batak, Papua, Melayu, Minangkabau, Bugis, Bali dan masih banyak ratusan dialek lainnya.

2. Pemilihan kata

Pemilihan kata yang tepat merupakan sarana pendukung dan penentu keberhasilan dalam berkomunikasi. Pemilihan kata bukan hanya soal pilih-memilih kata, melainkan lebih mencangkup bagaimana efek kata tersebut terhadap makna dan informasi yang ingin disampaikan.

Kata sangat berperan dalam kalimat atau bahasa, karena merupakan unsur utama pembangunan suatu kalimat. Seseorang dapat dikatakan bahasanya baik ditentukan dengan kemahiran dan kecermatan seseorang dalam memilih kata. Dalam dakwah di antara alat terpenting yang dimiliki seorang pendakwah untuk membantu menjelaskan gagasannya adalah kemampuan mendefinisikan sesuatu apa saja sebelum seorang pendakwah dapat mengatakan dakwahnya kepada orang lain. Rangkaian kata yang membentuk kalimat akan menghasilkan suatu pesan, gagasan, cerita dan topik untuk diketahui pendengarnya. Seorang pendakwah harus memilih kata-kata yang digunakan agar pendengar mengerti dengan dakwah atau pesan yang ingin disampaikan.

3. Teknik pengucapan

Teknik pengucapan adalah cara pengucapan kata agar terdengar dengan baik, benar, serta jelas sehingga telinga pendengar/penonton dapat mengerti pada kata-kata yang diucapkan.

⁴⁶ Suaidi, "Dialek-Dialek Bahasa Arab," *Adabiyat* 7 (2008). Hlm 78

Teknik pengucapan merupakan salah satu teknik yang penting bagi seorang pendakwah. Perbedaan teknik pengucapan terletak pada tekanan atau jumlah suku kata. Teknik pengucapan mengandung arti ketepatan suatu nada. Teknik pengucapan melalui suara merupakan kemampuan manusia mengatur nada suara naik atau turun. Ketepatan nada pada suara yang dikirimkan akan mempengaruhi arti pesan yang diterima oleh komunikan.

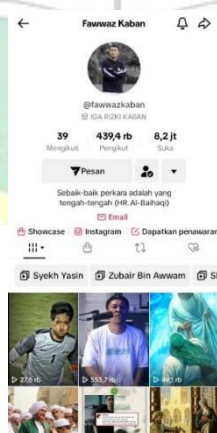
4. Penyampaian sumber pesan

Penyampaian sumber pesan dalam komunikasi dakwah adalah sesuatu yang diterima oleh komunikan dari pendakwah. Pesan ini harus berdasarkan sumber referensi yang terpercaya dan akurat agar tidak sesat isi dari pesan tersebut.

Penyampaian sumber pesan akan memperkuat pesan yang hendak disampaikan. Dalam hal dakwah, sumber pesan berasal dari ajaran agama baik dari Al-Quran dan Hadits ataupun berasal dari sumber-sumber yang dapat dipercaya dengan isi yang akurat dan tepat seperti halnya buku ilmu pengetahuan, kitab-kitab, tulisan para ulama dan lain sebagainya.

B. Akun TikTok @Fawwazkaban

Salah satu pengguna Tik Tok yang memanfaatkan Tik Tok sebagai media dakwah yaitu pemilik akun @fawwazkaban.



Gambar 1 : Profil akun TikTok @fawwazkaban

(sumber : TikTok @fawwazkaban)

Dari hasil observasi pada akun tiktok @fawwazkaban, akun ini memiliki 439,4 ribu *followers* dengan 8,2 juta *likes* dan jumlah konten tiktok sebanyak 289 video. Hampir semua video yang diunggah memiliki lebih dari 10 ribu *viewers* dan kontennya cukup konsisten berisikan tentang sejarah islam ataupun permasalahan yang terjadi saat ini yang kemudian dikorelasikan pada peristiwa masa lampau dari para *fuqaha*.

Fawwazil terbilang kreatif dalam mengemas konten TikTok yang diunggahnya. Kecakapan Fawwazil dalam merangkai kata dengan bahasa yang mudah dipahami dan materi yang dipilih menarik serta berkaitan dengan masa kini cukup mengedukasi dan menarik minat *viewers* dari penggunaan TikTok. Terbukti dari jumlah *viewers* videonya yang tak kurang dari 10 ribu.

Melihat dari *followers* dan komentar yang ada di setiap video yang diunggahnya, konten Fawwazil cukup digemari baik dari kalangan gen Z dan gen Alpha terlihat dari bahasa yang digunakan dalam mengomentari konten video. Bahasa yang digunakan seringkali menggunakan bahasa gaul dan cukup viral di kalangan anak muda. Seperti kata *epic*, *recal*, *hero Khaled* dan lain sebagainya.

Pengikut akun @fawwazkaban yang banyak dari generasi muda, tentu menjadi hal yang positif. Mengingat generasi muda saat ini cukup kritis dan tumbuh dengan berkembangnya teknologi. Maka tepat bila Fawwaz memanfaatkan Tik Tok sebagai media dakwahnya karena mampu mengemas dalam bentuk konten TikTok yang dapat mengedukasi *followersnya* tentang ajaran islam dan Sejarah-sejarah islam baik dari zaman Nabi ataupun dari pengalaman yang dialami para *fuqaha*.

C. Dakwah

Dakwah berasal dari kata Bahasa Arab yaitu *da'aa- yad'uu - da'watan* yang memiliki makna menyeru, memanggil, mengundang, mengajak, mendorong dan memohon. Secara terminologi dakwah merupakan sebuah seruan atau ajakan kepada manusia menuju kebaikan *al-amru bi al-ma'ruf* dan

mencegah dari kemungkaran *wa nahyu al munkar* untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat ⁴⁷.

Adapun definisi dakwah secara terminologi menurut para ahli adalah sbb:⁴⁸

1. Menurut Sykh Ali Mahfudh

العاجل والاجل عن المنكر ليفوز ببيعة بالمعروف والنهي حث الناس على الخير والهدى والمر
 “Mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh mereka berbuat makruf dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat”

2. Menurut Bahay Al Khauly

...محت الى نقل امة من محط

Artinya : ‘Memindahkan umat dari satu situasi ke situasi yang lain’

3. Menurut Syekh Abdullah Ba’lawy al-Haddad, “dakwah adalah mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar, untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepada-Nya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran” (Abdullah Ba’lawy al-Haddad, 1980: 68)

4. Menurut Muhammad Natsir “dakwah adakah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma’ruf nahi mungkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam peri kehidupan masyarakat dan perikehidupan bernegara” (M. Natsir, 1978: 17)

5. Menurut Shalahudin Sanusi, dakwah yaitu usaha-usaha perbaikan dan pembangunan masyarakat, memperbaiki kerusakan-kerusakan,

⁴⁷ Pirol, *Komunikasi Dan Dakwah Islam*. 43

⁴⁸ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. Qiara Media, *Вестник Росздравнадзора*, 1st ed., vol. 4 (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019). Hlm 32

melenyapkan kebatilan, kemaksiatan dan ketidakwajaran dalam masyarakat (Shalahuddin Sanusi, 1964: 11)

Jadi, dalam penelitian ini dakwah dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki upaya untuk mendorong, mengajar, menyeru dan mengarahkan umat manusia kepada jalan kebenaran untuk berbuat makruf dan beriman kepada Allah SWT dari jalan yang penuh kesesatan yaitu perbuatan yang mungkar, rusak, batil, maksiat dan menyimpang.

Meski dakwah dapat dilakukan oleh siapapun namun masyarakat awam seringkali mendefinisikan dakwah sebagai sebuah penyampaian informasi (pengetahuan) keagamaan yang biasanya dilakukan dengan oral (ceramah, dialog, diskusi, khutbah) dari seseorang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan agama yang lebih (kiai, mubaligh, dai) kepada masyarakat luas (umat atau mad'û) sebagai salah satu bentuk ibadah baik bagi yang menyampaikan ataupun yang mendengarkan.⁴⁹ Adapun ruang lingkup dakwah adalah sebagai berikut :

1. Da'i

Da'i atau subjek dakwah adalah seorang yang mengajak dan menyeru serta menyampaikan ajaran-ajaran Islam. Da'I dalam dunia komunikasi juga disebut sebagai komunikator atau orang yang menyampaikan pesan. Dalam pelaksanaan dakwah peran da'i penting karena sebagai pemandu dan penunjuk yang mengemban risalah untuk diserukan kepada objek dakwah disertai dalil yang dapat dipertanggungjawabkan. Seorang da'i harus mampu mengetuk dan menyentuh hati mad'unya agar pesan atau ajaran yang disampaikan dapat diterima oleh umat⁵⁰.

Dai memiliki 2 makna yang berbeda. *Pertama*, dai adalah setiap muslim dan muslimat yang mukallaf atau telah dewasa, dimana bagi mereka dakwah adalah kewajiban yang tidak terpisahkan dari perintah Allah dan Rasul-Nya

⁴⁹ Aris Saefulloh, "Cyber Dakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2014). Hlm 141

⁵⁰ Aris Risdiana, "Transformasi Peran Da'i Dalam Menjawab Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Dakwah* XV, no. 2 (2014). Hlm 438

sebagai penganut umat islam. *Kedua*, dai adalah mereka yang dengan sengaja mengambil keahlian khusus dalam bidang dakwah islam dengan panggilan yang melekat seperti ulama, dai dan mubaligh.

2. Mad'u

Secara etimologi mad'u berasal dari kata bahasa arab yaitu isim maf'ul yang menunjukkan obyek atau sasaran. Menurut terminologi, mad'u adalah orang atau sekelompok orang yang sering disebut jamaah yang menuntut ajaran agama dari seorang da'i.⁵¹

Mad'u dalam dunia komunikasi disebut juga dengan *receiver* atau komunikan yaitu orang yang menerima pesan dalam hal ini ajaran agama atau pesan dakwah.

Dalam berdakwah seorang dai harus mengetahui sasaran dakwahnya (mad'u) agar dapat menentukan metode dan strategi dalam menyampaikan dakwah. Mohammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu: golongan cerdik cendekiawan, golongan awam dan golongan yang berada diantara kedua golongan tersebut yang senang membahas ssuatu tetapihanya dalam batas tertentu.⁵²

Adanya pengetahuan ini sangat membantu dalam menentukan pendekatan dan metode dakwah. Da'i yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masyarakat yang akan menjadi obyek dakwahnya adalah calon-calon da'i yang akan mengalami kegagalan dalam dakwahnya. Pengetahuan tentang mad'u ini dapat diperoleh dengan penelitian secara formal atau secara informal atau secara literer, dan lebih-lebih secara empiris.

3. Materi atau Pesan Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pesan memiliki arti sebagai perintah, nasihat, permintaan dan amanat yang disampaikan dari

⁵¹ Asna Istya Marwantika, "Potret Dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia," *Al-Adabiya* 14, no. 01 (2019). Hlm 3

⁵² Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013). Hlm 69

orang lain. Dengan demikian pesan dakwah adalah isi berupa perintah, nasihat, permintaan dan amanat tentang ajakan kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Pesan dakwah berisi ajaran ajaran islam diantaranya berupa *Aqidah*, *syariat*, dan *Akhlak*.

a. Aqidah

Aqidah menurut bahasa adalah berasal dari kata *aqd* yang berarti pengikatan, ikatan yang kokoh, pegangan yang teguh, lekat, kuat dan dipercaya, atau apa-apa yang diyakini seseorang. Menurut bahasa aqidah adalah keimanan atau apa-apa yang diyakini dengan mantap dan hukum yang tegas, yang tidak dicampuri keragu-raguan terhadap orang yang mengimaninya.⁵³

b. Syariat

Syariat dalam Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia, hubungan manusia dengan Allah Swt., hubungan manusia dengan manusia dan alam sekitar berdasarkan Alquran dan hadis. Secara terminology memiliki pengertian sebagai hukum hukum yang berisi perintah dari Allah SWT untuk disampaikan kepada manusia melalui lisan-lisan para rasul-Nya.⁵⁴

c. Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa arab “akhlak” berasal dari bentuk jamak *khuluqum* yang memiliki arti sebagai dorongan untuk berada dan mencintai jalan kebenaran atau kepribadian baik. Secara bahasa bermakna budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat.⁵⁵ Dalam islam akhlak dibagi menjadi dua yaitu akhlak kepada Allah (*Hablu Minallah*) dan akhlak kepada sesama manusia (*Hablu Minannas*) Akhlak meliputi

⁵³ Imam Suyono, “Aqidah Akhlak,” *Jurnal Ilmiah* 10, no. 2 (2017). Hlm 2

⁵⁴ Mukran H. Usman, Aswar Aswar, and Andi Wahyu Irawan, “Syariat Islam Dan Kemaslahatan Manusia Di Era New Normal Pada Kegiatan Keagamaan Dan Pendidikan,” *Fenomena* 12, no. 1 (2020). Hlm 93

⁵⁵ Suyono, “Aqidah Akhlak.” Hlm 97

sikap dan perbuatan manusia berasal dari *lahiriah* dan *bathiniyah* yang terdiri dari akhlak yang baik yang menjadi tujuan dan akhlak yang buruk yang sepantasnya di jauhi.⁵⁶

4. Media Dakwah

Dalam definisi komunikasi, media adalah perantara, alat atau sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan⁵⁷. Lazimnya seorang da'i berdakwah secara lisan baik ceramah atau pidato. Dahulu media dakwahnya berupa majelis taklim, acara pengajian, dan khotbah Jumat. Seiring berkembangnya teknologi, saat ini pendakwah banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.

Untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media. Dr. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima macam yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak.

- a. Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan dan penyuluhan dan lain sebagainya.
- b. Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, flash card dan sebagainya.
- c. Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
- d. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan atau kedua-duanya, seperti radio, televisi, film, slide, OHP dan sebagainya.
- e. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam dan dapat diamati serta dimengerti oleh mad'u.⁵⁸

⁵⁶ Kamaludin, "Pesan Dakwah," *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 1, no. 12 (2016). Hlm 44

⁵⁷ Syamsul M R, "Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis." Hlm 36

⁵⁸ Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Hlm 77

5. Efek Dakwah

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian juga dakwah. Jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi, media, dan metode dakwah tertentu maka akan timbul response dan efek (atsar) pada Mad'u (objek dakwah).

Efek dakwah bisa diartikan sebagai umpan balik dari adanya proses dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat efek dakwah dibagi menjadi tiga yaitu; *Efek kognitif*, timbul bila terdapat perubahan dari apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi oleh mad'unya. *Efek Efektif*, timbul bila terjadi perubahan dari apa yang dirasakan berkaitan dengan emosi, sikap dan nilai. *Efek Behavioral*, terjadi bila terjadi perubahan perilaku secara nyata yang dapat diamati⁵⁹.

6. Metode Dakwah

Secara terminology metode adalah jalan atau proses yang berisi cara kerja yang dibutuhkan untuk memahami objek sasaran menuju suatu tujuan yang dikehendaki.⁶⁰ Metode dakwah adalah cara seorang da'i menyampaikan pesan kepada mad'unya untuk mengajak atau menyeru menuju kebaikan dan mencegah kemungkaran dengan tujuan mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Metode dakwah tercantum dalam surat An Nahl ayat 125 yang meliputi metode dakwah *bil hikmah*, *bil ma'udizah khasanah*, dan *jadilhum bil lati hiya ahsan*.

a. Bil Hikmah

Dakwah dengan hikmah didefinisikan sebagai metode dai dalam menyampaikan dakwahnya dengan bijak dengan memperhatikan suasana, situasi dan kondisi mad'unya. Menurut Sayyid Quthub prinsip metode ini memperhatikan kondisi mad'u, kadar atau ukuran materi

⁵⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 1st ed. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARY, 2010). Hlm 62

⁶⁰ Syahputra, "Metode Dakwah Perspektif Quraish Shihab." hlm 41

yang disampaikan mudah dipahami, dan membuat variasi dalam penyampaian materi dakwah sesuai dengan kondisi mad'u.⁶¹

Hikmah sebagai yang paling utama dan dalam al quran ditempatkan di urutan pertama karena melalui metode hikmah mencakup kecerdasan emosional, intelektual dan spiritual. Dengan demikian seorang *da'i* dapat memiliki kecerdasan dalam berdakwah, wawasan yang luas dan rasa simpatik dari *mad'unya*⁶².

b. Bil Ma'uidzah Khasanah

Asal kata *mau'idzah* dari wazan *wa'adza ya'idzu wa'dzan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan.⁶³ Menurut Abd. Hamid al Bilal *mau'idzah hasanah* adalah metode dakwah yang digunakan menuju ke jalan Allah dengan nasihat dan bimbingan secara lemah lembut agar mereka berbuat baik. Dengan demikian dakwah dengan *Mau'idzah Hasanah* adalah cara menyampaikan materi dakwah dengan baik melalui uraian yang menyentuh hati meliputi bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat⁶⁴.

Dari uraian definisi tersebut, dakwah diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk di antaranya :

- 1) Nasehat yang berarti memberikan petunjuk kepada jalan yang benar
- 2) *Tabsyir Wa Tandzir* yang berarti kabar gembira dan peringatan
- 3) Wasiat adalah perkataan yang berisi arahan kepada orang lain tentang sesuatu yang belum dan akan terjadi.

⁶¹ Asep Muhidin, *Dakwah Dalam Perspektif Al Quran*, ed. Maman Abdul Jaliel, 1st ed. (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002).hal 164

⁶² Harjani Hefni et al., *Metode Dakwah*, 1st ed. (Jakarta Timur: Prenada Media, n.d.). hlm 61

⁶³ Hefni et al. 65

⁶⁴ Hefni et al.67

- 4) Kisah-kisah berupa kisah para nabi, kisah peristiwa pada zaman Rasulullah, kisah peristiwa masa lalu para *fuqaha* dan ulama terdahulu.

Dari keempat bentuk dakwah agar dapat tersampaikan dengan efektif dapat dikemas dalam bentuk *storytelling*. Penyampaian pesan Islam dengan *storytelling* diharapkan para Mad'u memiliki *antusiasme* yang besar atau motivasi yang kuat sehingga pesan yang disampaikan dapat terserap dengan baik. Pesan yang sesuai disampaikan dengan *storytelling* dapat berupa banyak kisah, baik kisah para Nabi maupun kisah umat-umat terdahulu. Umumnya, dakwah melalui *storytelling* bertujuan untuk menyampaikan pelajaran moral serta membentuk karakter dari apa yang dikisahkan.⁶⁵

Keefektifan *storytelling* atau bercerita menurut Arsjad dan Mukti dipengaruhi oleh faktor kebahasaan dan nonkebahasaan.⁶⁶ Faktor kebahasaan meliputi :

- 1) ketepatan ucapan
- 2) penekanan tekanan nada, sendi dan durasi,
- 3) pilihan kata
- 4) ketepatan penggunaan kalimat
- 5) ketepatan Sasaran pembicaraan

Adapun faktor nonkebahasaan meliputi

- 1) sikap yang wajar, tenang, dan tidak kaku
- 2) pandangan harus diarahkan pada lawan bicara
- 3) kesediaan menghargai pendapat orang lain
- 4) gerak-gerik dan mimik yang tepat
- 5) kenyaringan suara

⁶⁵ Kodir and Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube." Hlm 53

⁶⁶ W S Sari, M Marmawi, and M Ali, "Penggunaan Metode Bercerita Dalam Pengembangan Moral Anak Di RA Baitul Juma'ah," *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2019. Hlm 2

- 6) relevansi/penalaran
 - 7) penguasaan topik
- c. Jadilhum

Jadilhum berasal dari kata *Jidal* yang berarti berdiskusi dengan mengungkapkan bukti-bukti yang mematahkan alasan rekan diskusi baik yang disampaikan diterima semua orang atau hanya diterima oleh rekan bicara.⁶⁷ Quraish Shihab mengemukakan bahwa jidal terdiri dari tiga macam. *Pertama, buruk* adalah diskusi yang disampaikan secara kasar dan mengundang emosi lawan bicara dengan menggunakan bukti-bukti yang tidak benar. *Kedua, baik* adalah diskusi yang disampaikan secara sopan, serta menggunakan bukti-bukti yang hanya diakui lawan. *Ketiga, terbaik* adalah diskusi yang disampaikan dengan baik disertai argumen yang terbukti benar dan dapat membungkam lawan.⁶⁸

D. Media Sosial Sebagai New Media

Istilah *New Media* atau media baru erat kaitannya dengan perangkat digital. Menurut Alo Liliweri dalam buku Komunikasi Antarpersonal mendefinisikan media baru sebagai konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat mengakses informasi dan konten tak terbatas ruang dan waktu sehingga siapapun dapat diberi kesempatan sebagai penerima atau pengguna dalam partisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru. Aspek penting lainnya dari media baru selain perangkat digital adalah lahirnya media yang berbasis *real-time* dimana konten media tidak bisa diatur seperti pada media konvensional.⁶⁹

Salah satu bagian dari media baru dengan lahirnya media berbasis *real-time* adalah media sosial. Media sosial yang hadir sebagai bagian dari media

⁶⁷ M. Quraish Shihab, "Tafsir Al-Misbah Jilid-07," Jakarta : Lentera Hati, 2002, 568. Hlm 388

⁶⁸ Syahputra, "Metode Dakwah Perspektif Quraish Shihab." Hlm 48

⁶⁹ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 284

baru sangat berbeda dengan media tradisional seperti media cetak dan media audio-visual. Perbedaan ini terlihat dari hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan kedekatan dan sifatnya yang permanen. Adapun karakteristik media sosial sebagai media baru dibandingkan dengan media lama adalah sebagai berikut:⁷⁰

1. Orang dapat berkomunikasi secara dialogis dengan media sosial sebagai media baru dan mulai mengabaikan komunikasi monologis
2. Para pengguna media sosial adalah individu, atau individu yang mewakili komunitas, kelompok atau organisasi.
3. Inti dari media sosial adalah kejujuran dan transparansi
4. Semua media sosial umumnya lebih merupakan faktor penarik daripada faktor pendorong
5. Media sosial memiliki tugas untuk mendistribusikan konten bukan sentralisasi konten

Menurut Boyd media sosial memiliki definisi sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.⁷¹

Keberagaman pengguna dalam menghasilkan konten melalui media sosial akan membangun sebuah kekuatan untuk membentuk pola perilaku dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Fungsi dari media sosial di antaranya:⁷²

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.

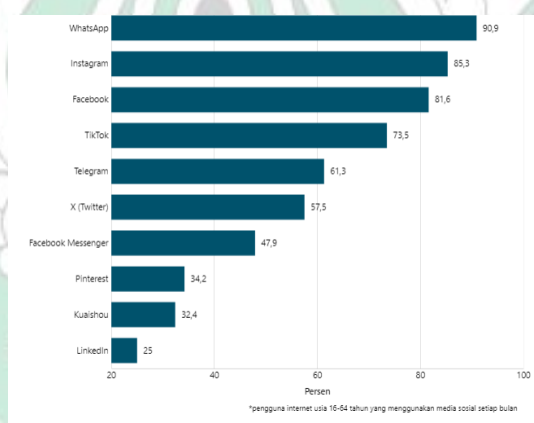
⁷⁰ Liliweri. hlm 290

⁷¹ Clara Sari, "Komunikasi Dan Media Sosial." hlm 5

⁷² Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017). Hlm 215

2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (many to many).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Menurut *We Are Social*, secara total ada 5,04 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia per Januari 2024. Angka ini setara dengan sekitar 62,3% dari total populasi global sebesar 8,08 miliar orang.⁷³ Banyaknya pengguna karena kemudahan berkomunikasi dan memperoleh informasi menghadirkan berbagai platform media sosial. Adapun lima *platform* media sosial yang paling populer di Indonesia berdasarkan laporan awal 2024 oleh *We Are Social* sebagai berikut :⁷⁴



Gambar 2 : Persentase Pengguna Media Sosial
(sumber : website *databoks.katadata.co.id*)

1. Whatsapp

Dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16—64 tahun, mayoritas atau 90,9%-nya tercatat memakai aplikasi WhatsApp. WhatsApp merupakan salah satu produk media sosial yang tergabung

⁷³ Cindy Mutia Annur, “TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia Pada Awal 2024,” diakses pada 16 Juni 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>.

⁷⁴ Annur.

dengan dalam grup Facebook.⁷⁵ Selain memberikan layanan pengiriman pesan dalam bentuk teks, WhatsApp juga mengembangkan layanan berbasis gambar, video call, dan lain sebagainya.

2. Instagram

Instagram menjadi *platform* media sosial kedua yang memiliki banyak pengguna di Indonesia mencapai proporsi pengguna 85,3%. Instagram ialah aplikasi berbagi gambar serta video yang mengizinkan pemakai mengambil gambar serta video, melaksanakan penyeleksi digital, serta membagikannya di bermacam layanan jejaring sosial.⁷⁶ Fitur tersendiri dari Instagram ialah kemampuannya guna membuat foto persegi biar tampak seperti hasil kamera Kodak Instamatic serta Polaroid.

3. Facebook

Saat ini Facebook menjadi *platform* media sosial ketiga yang terpopuler di Indonesia dengan proporsi pengguna 81,6 %. Facebook adalah jejaring sosial yang memiliki layanan seperti Instagram dan diluncurkan pada bulan Februari 2004 didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya.⁷⁷

4. TikTok

TikTok menjadi urutan keempat media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia mencapai proporsi pengguna 73,5 %. TikTok merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melihat, berbagi, dan membuat klip video pendek. Tik Tok diposisikan sebagai layanan jejaring sosial streaming langsung yang berfokus pada berbagi musik yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tarian

⁷⁵ Leon A Abdillah, *Peranan Media Sosial Modern*, 1st ed. (Bening Media Publishing, 2022). Hlm 4

⁷⁶ Faidah Yusuf et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera," *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2023). Hlm 3

⁷⁷ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. hlm 295

pendek, sinkronisasi bibir, komedi, dan video bakat.⁷⁸ Umumnya, video yang diposting di Tik Tok berdurasi 15 detik dan bisa mencapai 10 menit.

5. Telegram

Telegram menjadi urutan kelima media sosial yang memiliki banyak pengguna pada awal tahun 2024. Telegram adalah salah satu media sosial yang menyediakan layanan pengirim pesan yang dapat digunakan pada berbagai system *gadget* seperti Android, iOS, Windows phone, Ubuntu (Untuk telepon genggam) dan Windows, Mac dan Linux (Untuk versi *desktop*).⁷⁹ Selain itu, dapat digunakan juga untuk berbagi foto, video, audio dan berbagai tipe file lainnya.

E. TikTok Sebagai Media Dakwah

Saat ini perkembangan dunia teknologi informasi semakin cepat dan pesat. Hal ini tentu mempengaruhi kehidupan masyarakat. Bukti perkembangan teknologi informasi adalah munculnya fenomena baru berupa media sosial yang beberapa tahun terakhir banyak digemari masyarakat dunia..

Menurut *We Are Social* pengguna aktif media sosial di Indonesia per januari 2024 mencapai 139 juta yang merupakan 49,9% dari populasi. Konsumsi media sosial yang besar menjadi bukti bahwa media sosial saat ini telah menjadi gaya hidup manusia. Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan per januari 2024 adalah TikTok.

Dilansir dari *website* databoks jumlah pengguna TikTok pada akhir tahun lalu di Indonesia mencapai 106,5 juta pengguna. TikTok merupakan salah satu media social terbaru yang menghadirkan berbagai fitur menarik untuk membuat dan berbagi video, berinteraksi di kolom komentar ataupun pesan pribadi. Berbeda dengan media social lain, dalam memberikan konten kepada penggunanya melalui algoritma rekomendasi bukan melalui *friends* atau

⁷⁸ Sugito et al., *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)* (Deliserdang: Universitas Medan Ara Press, 2022). Hlm 54

⁷⁹ Basman Tompo, *Pesona Bot Telegram*, vol. 1 (Watampone: Penerbit Syhadah, 2018). Hlm 1

followers. Sehingga informasi atau peristiwa-peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan dapat dengan mudah diterima pengguna.

Kemudahan *platform* ini membuat banyak pengguna memanfaatkan TikTok sebagai media informasi yang cukup efektif. Baik informasi dalam bidang ekonomi, budaya, social, pendidikan hingga keagamaan. Informasi dalam bidang keagamaan sendiri bisa berupa edukasi mengenai ajaran islam hingga ajakan dan seruan menuju kebaikan yang disebut dengan dakwah.

Kegiatan berdakwah melalui media sosial TikTok akan sangat efektif karena memiliki banyak pengguna aktif. Masih berasal dari sumber *website* databoks TikTok telah menjadi salah satu media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia berdasarkan Lembaga riset independen internasional, Brand Directory, yang merilis daftar merek paling bernilai di dunia dalam laporannya yang berjudul Brand Finance Global 500 tahun 2022. TikTok menarik ratusan juta pengguna dari berbagai kalangan terlihat dari unduhan aplikasi ini pada *playstore* dan *Appstore* yang mencapai 500 juta unduhan. Basis pengguna yang luas ini memberikan peluang besar bagi penyebaran pesan-pesan dakwah.

Menggunakan TikTok sebagai media dakwah juga membuka kesempatan bagi siapa saja untuk berdakwah dengan cara yang kreatif dan unik. Para pendakwah dapat memanfaatkan fitur-fitur kreatif TikTok seperti filter, efek khusus, dan musik latar untuk membuat konten dakwah yang menarik perhatian. Mereka bisa menyampaikan pesan-pesan keagamaan, nilai-nilai moral, dan ajaran-ajaran spiritual dalam bentuk yang mudah dipahami dan diingat. Misalnya, ceramah singkat, kutipan ayat-ayat suci, atau kisah inspiratif bisa disampaikan dengan cara yang menarik dan menghibur.

Dengan semua kelebihan ini, TikTok bukan hanya platform hiburan semata tetapi juga alat yang efektif untuk penyebaran dakwah. Dengan memanfaatkan basis pengguna yang besar dan aktif, serta fitur-fitur kreatif yang disediakan, pendakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik, dan berinteraksi secara langsung dengan *followers* mereka tanpa harus bertemu secara *face to face*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian secara umum didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang bertahap diawali dari merumuskan masalah atau menentukan topik, mengumpulkan dan menganalisis data untuk memperoleh suatu pemahaman.⁸⁰ Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian dengan memahami dan mendeskripsikan sebuah fenomena yang menjadi suatu penelitian seperti perilaku, motivasi, observasi yang dilakukan dalam bentuk bahasa dengan berbagai metode ilmiah.⁸¹ Penelitian ini dimaksudkan agar mampu mengembangkan pemahaman terhadap fenomena atau subjek penelitian yang berkaitan dengan pola pikir, cara bertindak, tingkah laku, dan lainnya dengan cara mendeskripsikan berupa bahasa serta kata-kata dalam konteks khusus yang alami dan dengan metode alamiah. Pendekatan ini disebut dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini berupaya untuk menghasilkan data deskriptif baik dari segi perkataan, tulisan maupun perilaku yang diamati dari subjek itu sendiri.⁸²

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber untuk mendapat informasi penelitian. Dalam penelitian kualitatif subjek penelitiannya adalah orang-orang atau suatu hal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian sebagai sumber informasi. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah konten video Tik Tok pada akun @fawwazkaban.

Adapun objek penelitian adalah suatu persoalan yang menjadi topik penelitian. Objek penelitian adalah Gaya Komunikasi pada akun

⁸⁰ J. R. Raco, "Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya," (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010). Hlm 2

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014). hlm 36

⁸² Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media., 2016). Hlm 23

@fawwazkaban sebagai salah satu akun yang memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media dakwah.

C. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi dan data-data penelitian membagi menjadi dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber yang didapatkan langsung dari sumber aslinya. Pada penelitian ini sumber data primernya adalah akun TikTok @fawwazkaban. Terdapat 3 video yang dipilih dari konten tiktok Fawwaz untuk diteliti.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber kedua atau sumber lainnya yang digunakan untuk melengkapi data. Sumber data sekunder biasanya diperoleh melalui *library research* untuk mendapat teori dan konsep yang terkait dengan penelitian ini. Dapat berupa jurnal, artikel, skripsi, buku, atau referensi lainnya.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik yang digunakan peneliti untuk memilih bahan atau data penelitian dengan menetapkan ciri-ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini diharapkan dapat menjawab dan menyelesaikan penelitian. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini sebagai berikut

1. Konten video yang berasal dari akun TikTok @fawwazkaban periode periode Februari – April 2024
2. Membagi menjadi 3 tema berdasarkan kategori isi pesan dakwahnya.
3. Dari masing masing tema di pilih satu video yang memiliki jumlah penonton terbanyak.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan menggunakan empat Teknik, diantaranya:

1. Observasi

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang pertama dengan cara observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang ada pada objek penelitian. Observasi merupakan kegiatan melihat, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan perilaku, tindakan, maupun peristiwa tertentu secara terencana yang bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang akan diteliti.⁸³

Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan pada konten yang diunggah melalui akun TikTok @fawwazkaban untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz Kaban dalam menyampaikan dakwahnya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan tanya jawab secara lisan yang diarahkan pada suatu topik atau masalah untuk mendapatkan jawaban mengenai masalah tersebut. Dalam penelitian ini, wawancara dilaksanakan untuk mengetahui profil dari pemilik akun tiktok @fawwazkaban

3. Studi Pustaka

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data dengan mengutip dari sumber data lain untuk melengkapi data yang diperoleh sebelumnya.

4. Dokumentasi

Dalam teknik dokumentasi, peneliti akan mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dalam penelitian sebagai sumber data dan bukti penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan adalah yang berkaitan dengan akun TikTok @fawwazkaban.

Peneliti mencari, memperoleh, mengumpulkan data dokumen arsip berupa video yang diperoleh dari akun TikTok @fawwazkaban. Data

⁸³ Uma Sekaran and Roger Baugie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, 6th ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2017). Hlm. 151

tersebut akan digunakan sebagai bahan pendukung dalam melakukan penelitian sehingga membantu memudahkan dalam proses analisis

F. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data model Miles and Huberman. Metode analisis data pada model ini menyatakan *bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh*. Aktivitas dalam analisis data kualitatif ada tiga, yaitu tahap reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi.

1. Pengumpulan data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data dokumentasi berupa video yang bersumber dari konten video dari akun TikTok @fawwazkaban. Adapun data tersebut adalah segala sesuatu yang dapat dilihat, didengar, dan juga diamati oleh peneliti.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul langkah selanjutnya adalah mereduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Kemudian menyortir data yang diperlukan dan mengeluarkan yang tidak diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memisahkan data yang relevan dan memiliki makna sehingga mampu membantu peneliti menarik kesimpulan. Fokus dari data yang dipilih ini adalah data yang mengarahkan pada pemecahan masalah, penemuan pemaknaan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Pada penelitian ini seperti halnya kriteria pada pengambilan sampel, peneliti memilih 3 konten video dari akun TikTok @fawwazkaban. Ketiga video merupakan perwakilan dari tiga tema pesan dakwah yang dikelompokkan peneliti dan berdasarkan jumlah tayangan terbanyak periode unggahan Februari hingga April 2024.

3. Display data (Penyajian data)

Penyajian data adalah sekelompok informasi yang tersusun yang dapat memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan yang diambil. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif maka penyajian data dilakukan dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4. Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini setelah melakukan penyajian data peneliti melakukan pemberian makna sesuai dengan pemahaman peneliti. Seperti halnya pada proses reduksi data, apabila data yang terkumpul memadai maka peneliti dapat menarik kesimpulan. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Simpulan dalam penulisan kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya kurang jelas sehingga menjadi jelas setelah diteliti. Apabila data telah benar-benar lengkap, penarikan kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah.⁸⁴ Peneliti nantinya memberikan kesimpulan terkait data yang diperoleh pada akun TikTok @fawwazkaban kemudian data disajikan dengan diteliti kembali untuk memastikan tidak ada kesalahan data yang ditemukan.

⁸⁴ Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, 1st ed. (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2016), <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>. hlm 93

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Fawwaz Kaban

Fawwaz kaban memiliki nama asli Iga Rizki Kaban Lahir di Barusjahe, Sumatera Utara pada 19 Juni 1997. Penggunaan nama Fawwaz Kaban di akun TikTok nya diambil dari nama anaknya yaitu Fawwazil Mousaa Kaban. Saat ini *followersnya* lebih mengenalnya dengan nama Fawwaz.⁸⁵

Riwayat Pendidikan yang dimilikinya di mulai dari jenjang Sekolah dasar ia bersekolah di SD Sukatani 014 Riau. Kemudian ketika ia memasuki jenjang sekolah menengah oleh orangtuanya, Fawwaz dikirimkan ke pondok pesantren. Saat SMP ia mengenyam Pendidikan di Pondok Pesantren Modern Nahdatul Islam Binjai Sumatera Utara dan dilanjutkan ke Pondok Pesantren Darul Istiqamah di Riau. Setelah lulus ia menimba ilmu menjadi mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Dakwah dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.⁸⁶ Fawwaz juga sempat berkelana ke Pare untuk memperlancar bahasa Inggrisnya namun belum bisa diteruskan kembali karena terkendala dan lain sebagainya.

Sebelum menjadi konten kreator TikTok, Fawwaz menjalani profesi sebagai pedagang baik barang ataupun jasa. Pada awalnya setelah lulus kuliah S1 ia hanya fokus mengejar *passionnya* di dunia perniagaan. Namun kemudian ketika ia bertemu dengan salah satu dosen yang kenal dekat dengan dirinya dan memberinya nasehat untuk meneruskan estafet dakwah setelah ia menjadi lulusan Fakultas Dakwah membuat Fawwaz berfikir ulang. Ia kemudian memikirkan hal yang dapat ia lakukan sebagai lulusan dakwah tapi tetap bisa mengejar karir sesuai *passionnya* dan berada di dunia perniagaan. Dari

⁸⁵ Wawancara dengan Informan Fawwaz Kaban pada tanggal 10 Juni 2024 di zoom meeting

⁸⁶ Wawancara dengan Informan Fawwaz Kaban pada tanggal 10 Juni 2024 di zoom meeting

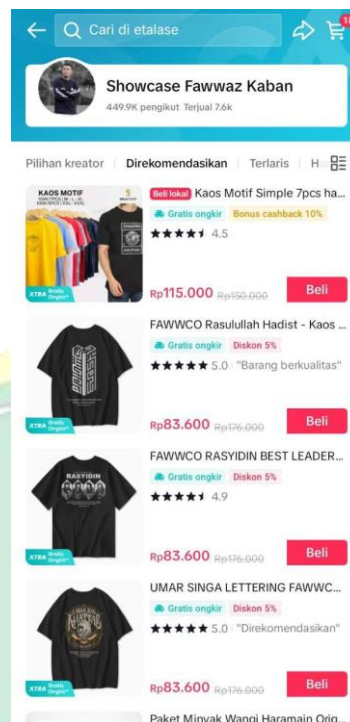
pemikiran inilah ia membuat akun TikTok dengan nama @fawwazkaban seperti yang kita kenal saat ini.⁸⁷

Berdasarkan observasi pada akun TikTok milik Fawwaz, konten yang diunggahnya secara konsisten memberikan pesan dakwah dengan mengambil peran dari sisi sejarah islam yang didalamnya terdapat banyak kisah-kisah inspiratif tentang para Rasulullah, para sahabat dan para pemuka islam terdahulu. Penampilan Fawwaz ketika ia menyampaikan pesan dakwahnya menjadi salah satu ciri khasnya. Hampir seluruh video yang diunggah Fawwaz selalu menampilkan dirinya dengan kaos hitam atau putih. Kerap kali juga menggunakan topi. Berbanding terbalik dengan *image* dari seorang dai yang seringkali menggunakan pakaian berwibawa dan formal. Seperti menggunakan sorban, peci, gamis dan lain sebagainya.

Namun gaya penampilan Fawwaz ini cenderung banyak digemari *followersnya* melihat dari *audience* dakwahnya adalah berasal dari kalangan anak muda. Peneliti menilai gaya berbusana Fawwaz ini dapat memutus jarak yang biasanya terjadi antara da'i dengan mad'unya. Diiringi pula dengan cara ia berkomunikasi yang banyak menggunakan bahasa sehari-hari sehingga pesan yang ia sampaikan dapat ditangkap dengan baik oleh *audiencenya*.

Selain untuk berdakwah, busana yang Fawwaz tampilkan ini juga bagian dari promosi bagi dagangannya. Mengingat alasan Fawwaz membuat akun tik toknya adalah untuk meneruskan estafet dakwah sebagai tanggung jawab moral seorang muslim serta mengejar karir sesuai *passionnya*. Fawwaz menjual berbagai kaos dan parfum bermerek Fawwco. Kaos yang ia jual berisi ilustrasi atau gambar dari sosok-sosok pemuka islam terdahulu. Seperti Abu Bakar, Umar bin khattab, Salahudin Al-ayyubi dan lain sebagainya. Berikut bukti Fawwaz memanfaatkan media sosial TikTok sebagai berdakwah dan berniaga.

⁸⁷ Wawancara dengan Informan Fawwaz Kaban pada tanggal 10 Juni 2024 di zoom meeting



Gambar 2 : Tangkapan Layar Toko Online Fawwaz

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

B. Akun TikTok Fawwaz Kaban (@fawwazkaban)

Akun dengan *username* @fawwazkaban adalah salah satu dari sekian banyaknya akun dari para konten kreator dakwah. Yang membedakan akun ini dengan yang lainnya adalah isi konten yang ia unggah lebih banyak membahas tentang kisah Rasulullah, para sahabat, pemuka islam terdahulu dan selebihnya adalah fakta-fakta sejarah serta fenomena-fenomena sosial yang terjadi saat ini.

Dari konten video yang diunggahnya, Fawwaz menggunakan metode dakwah Bil Maudhoh Khasanah dengan pembawaan *storytelling* disetiap videonya. Meski banyak berisi sejarah dari kisah-kisah Rasulullah dan sahabatnya, konten Fawwaz tidak terdengar membosankan karena kemampuannya dalam mengemas cerita dengan baik dan terasa hidup. Topik yang ia angkat juga bukan sekedar cerita sejarah namun dapat memunculkan nilai-nilai kebaikan, moral dan kehidupan yang dapat dipahami dengan mudah oleh penonton. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah tayangan di setiap videonya yang lebih dari 10 ribu *viewers* dengan ribuan like serta komentar. Salah satunya dalam video berikut:



Gambar 3 : Fakta Rasulullah membunuh musuh
(sumber : TikTok @fawwazkaban)

Video TikTok berdurasi 2 menit 14 detik tersebut diunggah pada tanggal 17 Maret 2024 dengan jumlah tayangan 539,9 ribu kali, 45,5 ribu *likes* dan 1530 komentar. Pada video tersebut Fawwaz menceritakan fakta tentang Nabi yang di zamannya meski banyak mengikuti perang, ia hanya membunuh seorang saja itu pun tidak sengaja karena bentuk pembelaan diri dari Rasulullah. Diceritakan orang tersebut bernama Ubay bin Khalaf. Seorang musuh nabi yang terang-terangan membenci dan berniat besar membunuh Nabi Muhammad saw. Bahkan saat ia menjadi tawanan Rasulullah, dan dengan baik hatinya beliau masih membiarkan Ubai hidup dan melepaskannya. Bukannya berterimakasih ubai masih dengan kebenciannya bahkan mengancam secara terang-terangan keinginannya membunuh Nabi. Pada akhirnya keinginan tersebut tak mungkin bisa direalisasikan karena Nabi tak sengaja membunuh Ubai sebagai bentuk pembelaan diri Nabi ketika diserang.

Dari peristiwa yang Fawwaz ceritakan dapat memuat nilai moral tentang sikap Rasulullah. Dimana ia selalu berbaik hati, bersikap lembut bahkan kepada orang yang terang-terangan membencinya. Adapun respon-respon netizen sebagai berikut :



Gambar 4 : Komentar pada konten video fakta Rasulullah membunuh musuh
(sumber : TikTok @fawwazkaban)

Adapun untuk sumber literatur atau referensi rujukan yang digunakan oleh Fawwaz dalam membuat konten dakwah di TikTok, ia biasanya merujuk suatu fakta sejarah melalui tokoh atau da'i besar kebanggaan negara Indonesia seperti Ustadz Abdul Somad atau Ustadz Khalid Basalamah maupun dari buku-buku sejarah Islam dan jurnal-jurnal yang berkaitan.⁸⁸

Pada dasarnya konten Fawwaz terbagi menjadi 3 tema yang diklasifikasikan peneliti berdasarkan pesan dakwahnya. Pengelompokan ini dilakukan pada video yang diunggah Fawwaz per Februari 2024 sampai April 2024. Dari 45 video peneliti menemukan 3 tema pesan dakwah pada konten Fawwaz sebagai berikut:

1. Pertama, video yang berisi pesan dakwah mengandung materi Aqidah sebanyak 18 video
2. Kedua, pesan dakwah yang berisi ajaran-ajaran syariat ada 6 video
3. Ketiga, pesan dakwah yang mengandung ajaran akhlak ada 21 video.

Berikut klasifikasi video pada akun TikTok @fawwazkaban berdasarkan 3 tema pesan dakwah :

⁸⁸ Wawancara dengan Informan Fawwaz Kaban pada tanggal 10 Juni 2024 di zoom meeting

Tabel 1:

Klasifikasi video pada akun TikTok @fawwazkaban berdasarkan 3 tema pesan dakwah periode Februari-April 2023

Pesan Dakwah	Judul konten	Link video
Aqidah	Fakta sifat Rasulullah kepada keluarganya	https://vt.tiktok.com/ZSYaoMksp/
	Kisah orang kikir	https://vt.tiktok.com/ZSYaojSyC/
	Kisah Fatimah dan Ali	https://vt.tiktok.com/ZSYao4k8A/
	Kisah Isra' Mi'raj	https://vt.tiktok.com/ZSYaoxRp7/
	Fakta kebencian Aisyah kepada Ali	https://vt.tiktok.com/ZSYaos2gN/
	Tahun perjalanan hidup Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYao9562/
	Fakta kisah Umar yang menguburkan anaknya	https://vt.tiktok.com/ZSYao4uL5/
	5 Fakta Unik Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYaoqJ2K/
	Fakta Rasulullah yang buta huruf menjadi pedagang sukses	https://vt.tiktok.com/ZSYao43KQ/
	Fakta ulama masa kini lebih hebat dari zaman Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm11Rou/
	Fakta Kisah Abu Bakar dan Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm127NM/
	Roda Kehidupan Kurnia Meiga	https://vt.tiktok.com/ZSYm1U9q7/

	Fakta sikap lemah lembut dari Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1hth5/
	Kisah paling sedih yang dialami Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1fmY3/
	Fakta musuh yang dibunuh langsung oleh Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1NEEg/
	Fenomena orang yang mengaku menjadi Nabi	https://vt.tiktok.com/ZSYm1hCLR/
	Fenomena pemuda menghina Al Quran	https://vt.tiktok.com/ZSYm1rbkA/
Syariat	Polemik Statement Sofyan dan Khanza	https://vt.tiktok.com/ZSYm12dyR/
	Hukum Uang Sogokan Caleg	https://vt.tiktok.com/ZSYm1NL8w/
	Kisah Abu Bakar	https://vt.tiktok.com/ZSYm1jAyt/
	Fenomena Komentar Mio Mirza	https://vt.tiktok.com/ZSYm124G2/
	Hukum melakukan Korupsi	https://vt.tiktok.com/ZSYm1533d/
	Fenomena orang mabuk ikut sholat subuh di masjid	https://vt.tiktok.com/ZSYm1sjVn/
	Fenomena Ustad Solmed	https://vt.tiktok.com/ZSYm1sjVn/
Akhlak	Cara mengetahui kepribadian orang ala Umar bin Khattab	https://vt.tiktok.com/ZSYm1VJda/

Alasan khalifah Umar menjadi panutan untuk memilih pemimpin	https://vt.tiktok.com/ZSYm1GMkC/
Pesan Sahabat Ali	https://vt.tiktok.com/ZSYm14SBX/
Kisah Umar bin Khattab	https://vt.tiktok.com/ZSYm17eNL/
Fenomena memplesetkan nama dengan hal tidak baik	https://vt.tiktok.com/ZSYm1HXep/
Kisah Sahabat Nabi paling epic	https://vt.tiktok.com/ZSYm1ma7b/
Kisah Khalid bin Walid	https://vt.tiktok.com/ZSYm13fE9/
Fenomena kasus bullying di lingkungan pesantren	https://vt.tiktok.com/ZSYm1CGkb/
Teguran Aa Gym terhadap pemuda berkumpul dengan lawan jenis	https://vt.tiktok.com/ZSYm1bh4s/
Fenomena anak madrasah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1tAR5/
Top 3 kisah lucu yang dialami Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1auY1/
Pentingnya belajar sejarah	https://vt.tiktok.com/ZSYm13xkm/
Fenomena himbauan tentang pelarangan penggunaan Toa masjid	https://vt.tiktok.com/ZSYm14DNv/

Kisah kasihnya seorang Rasulullah	https://vt.tiktok.com/ZSYmJjYUk/
Kisah pemuda ansor	https://vt.tiktok.com/ZSYmJ2QKf/
Pentingnya mengenal kisah orang soleh	https://vt.tiktok.com/ZSYmJMW74/
3 Muslimah terbaik	https://vt.tiktok.com/ZSYmJhyGF/
Kisah Umar dan Abu Bakar	https://vt.tiktok.com/ZSYm1E4vg/

C. Analisis Gaya Komunikasi Fawwaz Kaban dalam Berdakwah di Media Sosial TikTok

Gaya komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Gaya komunikasi efektif akan memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang serta melatih penggunaan bahasa nonverbal secara baik.

Berdakwah sebagai salah satu bentuk kegiatan komunikasi, perlu gaya komunikasi yang efektif. Agar pesan atau informasi Islam dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Fawwaz Kaban salah satu pendakwah yang berdakwah melalui media sosial TikTok memiliki gaya komunikasi khas tersendiri. Gaya komunikasi yang dimaksud adalah cara ia menyampaikan pesan dakwah dengan komunikasi satu arah melalui media sosial TikTok.

Adanya penelitian ini adalah memberikan wawasan tentang gaya komunikasi yang efektif untuk berdakwah di media sosial TikTok. Dengan memahami gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz Kaban, para dai atau pendakwah lainnya dapat mengadopsi strategi serupa untuk menyampaikan pesan dakwah dengan lebih menarik dan relevan di platform media sosial yang populer ini.

Oleh karena itu dari total keseluruhan video yang diunggah pada akun TikTok @fawwazkaban mulai 29 April 2022 sampai 2 April 2024 sebanyak 307 video peneliti akan menganalisis gaya komunikasi dakwah Fawwaz dari 3

sampel video. Video yang dianalisis dipilih berdasarkan video yang paling banyak ditonton dari ketiga tema pesan dakwah unggahan periode februari hingga April 2024. Berikut klasifikasi 3 video yang akan dianalisis :

Tabel 2 :

Daftar video yang akan dianalisis

Pesan Dakwah	Judul Konten	Link Video	Jumlah Viewers
Syariat	Polemik Sofyan dan khanza pacaran serumah	https://vt.tiktok.com/ZSYm1ER4u/	6,1 juta
Aqidah	Roda kehidupan Kurnia Mega	https://vt.tiktok.com/ZSYmJ8F3q/	5,1 juta
Akhlak	Pentingnya mengenal kisah orang soleh	https://vt.tiktok.com/ZSYmJMXp8/	3,5 juta

Berikut hasil analisis Gaya Komunikasi Fawwazil Mousaa Kaban dalam berdakwah pada akun Media Sosial TikTok :

1. Polemik Sofyan Kanza Pacaran Serumah



Gambar 5 : Video dakwah Polemik Sofyan Kanza Pacaran Serumah

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Video TikTok berdurasi 1 menit 39 detik tersebut diunggah pada tanggal 7 Februari 2024 dengan jumlah tayangan 6,1 juta kali. Dalam video tersebut menampilkan klarifikasi Sofyan dan Khanza tentang mereka yang pacaran tapi serumah. Sofyan membantah pernyataan tersebut dan mengatakan kalau dirinya telah melamar dan bertunangan dengan Khanza dan menganggap *skinship* atau berpegangan dengan lawan jenis tidak berdosa asal telah bertunangan. Menanggapi klarifikasi tersebut, Fawwaz memberi tanggapan sebagai berikut:

“Serius aku mau nanya, Ini konsepnya gimana sih? Dia bilang dia ngga pacaran, terus dia gentlemen ketemu orangtuanya, ngga pake lama dia lamar langsung anaknya. Habis itu beranggapan, karena udah tunangan boleh pegangan tangan. Ini konsepnya darimana? Emang boleh seenak itu? Sejak kapan tunangan itu jadi pintu halal dua insan coba hah? Jujur aku agak enggan ngasih taunya. Cuma pas aku lihat followersnya dua juta aku jadi mikir ada tanggung jawab moral disini. karena coba bayangin, kalau aja setengah persen followersnya ikut-ikutan apa engga sepuluh ribu juga orang yang maksiat. Jadi sebelum makin kesana, aku mau bilang, kalau tunangan itu cuman bagian dari proses dua insan yang mau jadi halal. Jadi kalau mau ijab qabul, apapun judulnya, apapun ceritanya, mau ko tunangan dengan cara gentle lah, mau kau pakek pacaranlah, atau ko ajak bapaknya main catur trus ko lamar anaknya lah. atau emaknya kau dekati dan kau belikan gorengan habis tu ko lamar anaknya. Tetap aja itu ngga sah kalau belum ijab qabul dan ngga boleh. Pertanyaannya kenapa nggak boleh? ya logika aja faktanya hari ini masih banyak loh, orang yang bertunangan trus gagal ke pernikahan. Pertanyaannya kalau gagal tapi dah dipegang-pegang yang rugi siapa? Wanita kan? Jadi rugi dong! itu mengapa islam ketat banget mengatur hal ini ya untuk memuliakan wanita. Tapi menurut kalian gimana sih fenomena tunangan, tapi sudah bebas berpegangan tangan itu hal yang wajar atau gimana? Coba kasih jawaban terbaikmu di kolom komentar.”

Pada video tersebut, peneliti menyimpulkan isi dakwah yang disampaikan Fawwaz mengandung pesan dakwah syariat. Fawwaz memberikan *statement* bahwa bertunangan adalah bagian dari proses dua insan yang menjadi halal. Ia juga menambahkan kalau belum ijab qobul, apapun alasannya baik karena sudah dilamar ataupun bertunangan melakukan *skinship* atau sekedar berpegangan tangan dengan lawan jenis tetap tidak sah dan tidak boleh. Hal tersebut didasari pada kenyataan yang terjadi di kehidupan masyarakat, dimana banyak orang telah bertunangan namun gagal ke jenjang pernikahan. Gagalnya pertunangan ke jenjang pernikahan akan lebih banyak merugikan perempuan, maka dari itu Islam mengatur hal ini dengan ketat dengan tujuan untuk memuliakan wanita. Sebagaimana pada hadis berikut:

عَنْ أَبِي الْعَلَاءِ حَدَّثَنِي مَعْقِلُ بْنُ يَسَارٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَأَنْ يُطْعَنَ فِي رَأْسِ رَجُلٍ بِمِخْطَبٍ مِنْ حَدِيدٍ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَمَسَّ امْرَأَةً لَا تَحِلُّ لَهُ - رواه الطبراني والبيهقي، ورجال الطبراني ثقات رجال الصحيح

Dari Abu 'Ala menceritakan padaku Ma'qil bin Yasar (diriwayatkan), ia berkata, Rasulullah saw bersabda, "ditusuknya kepala seseorang dengan pasak dari besi sungguh lebih baik baginya daripada menyentuh wanita yang bukan mahramnya" [HR. ath-Thabrani dalam al-Mu'jam al-Kabir 20: 212].

Pada video tersebut peneliti menemukan ada 6 gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz, diantaranya :

a. *Dominan Style*

Gaya komunikasi dominan adalah gaya komunikasi seseorang yang ketika berkomunikasi berusaha mengontrol situasi dan menguasai pembicaraan. Pada gaya tipe ini mengacu pada ketegasan seseorang dalam berkomunikasi. Komunikator pada tipe ini cenderung tampil lebih percaya diri, antusias, kuat, aktif, kompetitif, sombong dan apa adanya.

Pada video TikTok tentang polemik tersebut, berdasarkan indikator pemilihan kata Fawwaz menggunakan gaya komunikasi dominan. Hal ini terlihat ketika Fawwaz percaya diri bahwa tanggapan tentang polemik ini perlu diungkapkan. *Jujur aku enggan ngasih tahunya, Cuma pas aku liat followersnya 2 juta aku jadi mikir. Aduh, ada tanggung jawab moral disini.*

Selain itu, Fawwaz juga bersikap tegas dengan menolak *statement* Sofyan yang beranggapan bahwa lawan jenis boleh berpegangan tangan bila sudah bertunangan. Hal ini diungkapkan Fawwaz dengan menegaskan kalau belum ijab qabul berpegangan tangan atau *skinship* dengan lawan jenis hukumnya tidak boleh dan tidak sah.

“kalau tunangan itu cuman bagian dari proses dua insan yang mau jadi halal. Jadi kalau mau ijab qabul, apapun judulnya, apapun ceritanya, mau ko tunangan dengan cara gentlelah, mau ko pakek pacaranlah, atau ko ajak bapaknya main catur trus ko lamar anaknyalah. atau emaknya kau dekati dan kau belikan gorengan habis tu ko lamar anaknya. Tetap aja itu ngga sah kalau belum ijab qabul dan ngga boleh”

Ketegasan Fawwaz dalam menolak *statement* Sofyan dapat dilihat dari indikator pemilihan kata. Fawwaz menegaskan dengan mengulang beberapa kata imbuhan *lah*, *ko* yang artinya kamu, dan menggunakan dua kata yang memiliki makna yang sama *ngga sah* dan *ngga boleh*.

b. *Dramatic Style*

Gaya komunikasi tipe ini ditunjukkan ketika seseorang berkomunikasi terdengar hidup dengan menggunakan kiasan, metaphora, cerita, fantasi dan permainan suara. Berdasarkan indikator teknik pengucapan tipe gaya komunikasi ini terlihat dari permainan suara yang dilakukan Fawwaz.

Kemampuan Fawwaz dalam mengatur nada suara naik dan turun membantu komunikasi untuk memahami apa yang ingin disampaikan Fawwaz. Ketepatan nada dan penekanan suara ketika berkomunikasi

dapat membantu menggambarkan emosi yang dialami komunikator. Seperti halnya nada heran yang Fawwaz ketika mengucapkan “*Serius aku mau nanya, Ini konsepnya gimana sih? Dia bilang dia ngga pacaran, terus dia gentlemen ketemu orangtuanya, ngga pake lama dia lamar langsung anaknya. Habis itu beranggapan, karena udah tunangan boleh pegangan tangan. Ini konsepnya darimana? Emang boleh seenak itu? Sejak kapan tunangan itu jadi pintu halal dua insan coba hah?*” Selain itu, Fawwaz juga memberikan penekanan suara ketika mengucapkan kata-kata yang digaris bawahi.

c. *Controversial Style*

Gaya komunikasi pada tipe ini adalah gaya ketika seorang berkomunikasi mengeluarkan argumennya untuk menentang orang lain. Dalam video ini gaya komunikasi tipe ini terlihat dari reaksi langsung Fawwaz ketika video klarifikasi Sofyan dan Khanza di tayangkan. Berdasarkan indikator pemilihan kata dan bahasa, respon Fawwaz mengandung kalimat satire dan sarkas serta jelas menentang pernyataan dari Sofyan. Hal ini terlihat pada kalimat *Ini konsepnya gimana sih? Dia bilang ngga pacaran, trus dia gentlemen ketemu orangtuanya, ngga pake lama dia lamar langsung anaknya habis itu beranggapan kalau sudah tunangan boleh pegangan tangan. Ini konsepnya darimana? Emang boleh seenak itu?*

Dari kalimat tersebut mengandung makna satire dan sarkas terutama pada kata *Emang boleh seenak itu*. Yang dimaksud enak dalam kalimat ini bukan enak bersifat positif tetapi lebih kepada hal yang berkonotasi negative.

Adapun kalimat yang menegaskan Fawwaz menentang pertanyaan Sofyan ini adalah dengan mengulang beberapa suku kata dan menambah pernyataan lainnya untuk kembali menegaskan bantahan dan argumen yang dimilikinya. “*kalau tuangan itu cuman bagian dari proses dua insan yang mau jadi halal. Jadi kalau mau ijab qabul, apapun judulnya, apapun ceritanya, mau ko tunangan dengan cara*

gentlelah, mau ko pakek pacaranlah, atau ko ajak bapaknya main catur trus ko lamar anaknyalah, atau emaknya kau dekati dan kau belikan gorengan habis tu ko lamar anaknya. Tetap aja itu ngga sah kalau belum ijab qabul dan ngga boleh Pertanyaannya Kenapa ngga boleh? Logika aja faktanya hari ini masih banyak loh orang yang udah tunangan trus gagal ke pernikahan” Kata yang digaris bawahi adalah kata-kata pengulangan yang mendukung pertentangan Fawwaz terhadap *statement* Sofyan. Selain itu Fawwaz juga menambahkan alasan pertentangan tersebut untuk mendukung argumennya.

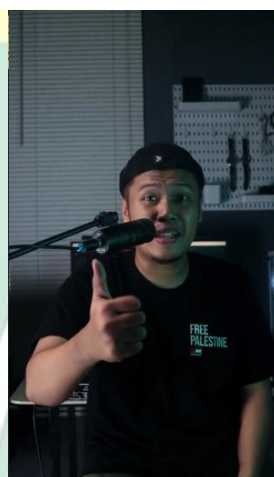
d. *Animated Style*

Animated Style atau gaya animasi dan dikenal juga sebagai gaya animasi ekspresif adalah gaya seseorang yang ketika berkomunikasi aktif melibatkan bahasa non verbal. Seperti kontak mata, ekspresi wajah, *gesture* dan gerak badan.

Pada video TikTok tersebut berisi tentang tanggapan Fawwaz terhadap pernyataan Sofyan tentang diperbolehkan bersentuhan dengan lawan jenis ketika sudah bertunangan. Hal itu lantas mendapat berbagai respon kontra dari para netizen. Sependapat dengan para netizen, Fawwaz juga menentang pernyataan tersebut. Hal itu terlihat dari kalimat yang ia ucapkan dengan melibatkan bahasa nonverbal setelah menonton dan mendengar klarifikasi Sofyan.

Dalam video ini berdasarkan indikator pemilihan bahasa Fawwaz menggunakan gaya komunikasi Animasi karena selain menggunakan bahasa verbal Fawwaz juga menanggapi polemik tersebut dengan melibatkan bahasa non-verbal. Hal ini ditujukan dengan respon Fawwaz yang menampilkan wajah penuh ekspresi seperti heran dan kesal. Fawwaz menampilkan segala ekspresi atas tanggapan dari pernyataan tersebut yang ia ungkapkan. Seperti mengangkat dan menurunkan alis, melebarkan dan menyipitkan mata, serta mengerutkan keningnya. Selain ekspresi wajah, Fawwaz juga melibatkan *gesture* dan gerak badannya untuk menegaskan apa yang ia

ungkapkan. Seperti mengacungkan jari telunjuk, menggosok dan menumpuk kedua telapak tangan serta menghendikkan bahu. Berikut gambar yang menunjukkan salah satu komunikasi nonverbal yang melibatkan Fawwaz pada video tersebut.



Gambar 6 : *Animated Style* dari video Polemik Sofyan Kanza Pacaran Serumah

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Pada gambar diatas, gerakan Fawwaz mengacungkan ibu jarinya diikuti dengan ucapan “*Dia bilang dia ngga pacaran,*”. Gerakan mengacungkan ibu jari ini digunakan untuk mempertegas urutan pertama alasan *statement* dari Sofyan. Pada detik selanjutnya Fawwaz juga mengacungkan kedua jarinya (Ibu jari dan jari telunjuk) yang dimaknai sebagai urutan kedua, dan selanjutnya mengacungkan tiga jarinya (Ibu jari, jari telunjuk, dan jari tengah) sebagai urutan ketiga rangkaian *statement* dari Sofyan. Adapun gerakan tersebut disertai dengan perkataan “*dan dia gentlemen ketemu orang tuanya, ngga pake lama dia langsung lamar anaknya*”

e. *Impression Style*

Impression Style atau Gaya Berkesan merupakan gaya komunikasi dimana komunikator memberikan kesan bagi pendengarnya.

Komunikator pada penelitian ini adalah Fawwaz. Dilihat dari indikator teknik pengucapan gaya komunikasi berkesan milik Fawwaz di tujukan dengan gaya bahasanya yang menggunakan gaya bahasa tidak resmi. Hal ini terlihat pada kalimat *Ini konsepnya gimana sih?*. Kata *gimana* dan *sih* bukanlah kata baku dan merupakan bahasa sehari-hari sehingga mudah dimengerti pendengar.

Selain itu, ketika Fawwaz berkomunikasi memiliki dialek dan logat yang khas yaitu dialek dan logat Batak. Sebagaimana bahasa tempat kelahirannya yaitu Barusjahe, Karo, Sumatera Utara. Pada video ini, Fawwaz menggunakan beberapa dialek batak seperti penambahan huruf k di akhir kata pada kalimat *kalian cobak bayangin*. Dan penggunaan kata *ko* yang berarti *kamu* pada kalimat *mau ko tunangan dengan cara gentle lah, mau ko pake pacaranlah, atau ko ajak bapaknya ngopi sambil main catur terus ko lamar anaknya lah, atau emaknya ko dekati dan ko berikan gorengan trus ko lamar anaknya tetap aja itu ngga sah kalau sebelum ijab qabul dan ngga boleh*. Adapun logat Bataknya terlihat dari cara ia berkomunikasi yang terdengar ekspresif. Keduanya memberi kesan tersendiri bagi pendengarnya.

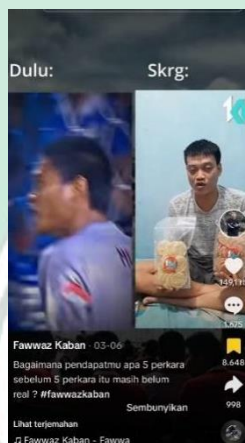
f. *Open Style*

Gaya komunikasi terbuka adalah gaya seseorang ketika berkomunikasi bersifat terbuka, jujur apa adanya dan tidak menyembunyikan rahasia apapun terhadap lawan bicara dan dapat membentuk komunikasi dua arah.

Pada video ini, gaya komunikasi terbuka ditunjukkan berdasarkan indikator pemilihan kata. Hal ini terlihat ketika ia mengungkapkan dengan jujur bahwa ia enggan untuk menanggapi pernyataan dari Sofyan ini, namun karena *followers* Sofyan yang lebih dari 2 juta membuat Fawwaz merasa memiliki tanggung jawab moral untuk meluruskan pernyataan tersebut.

Selain mengungkapkan dengan jujur, Fawwaz juga membentuk komunikasi dua arah dengan membuka kolom komentar sebagai tempat diskusi netizen untuk menanggapi fenomena tunangan yang sudah bebas bersentuhan dengan pasangannya. Hal ini disampaikan Fawwaz di akhir video dengan kalimat *“Menurut kalian bagaimana sih? Fenomena tunangan yang bebas pegangan tangan itu hal yang ngga wajar atau gimana?coba kasih jawaban terbaikmu di kolom komentar.”*

2. Roda kehidupan Kurnia Mega



Gambar 7 : Video Dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga
(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Video TikTok berdurasi 1 menit 46 detik tersebut diunggah pada tanggal 27 Februari 2024 dengan jumlah tayangan 5,1 juta kali. Video TikTok ini berisi tentang kisah hidup Kurnia Mega yang erat dengan roda kehidupan dimana ia dahulu adalah seorang punggawa Timnas Indonesia sekarang berjuang mencari nafkah dengan berjualan keripik. Berikut transkrip dari video tersebut:

“Kurnia Meiga itu bisa dibilang contoh gimana takdirnya nasib manusia kedepan itu ngga pernah ada yang tau, siapa coba yang pernah menyangka kalau Kurnia Meiga yang dulu sempat menjadi top punggawa Timnas Indonesia bahkan pernah dinobatkan sebagai kiper terbaik di Piala AFF 2016 hidupnya kini harus berjuang dan survive dengan menjual keripik secara online. Tak ada satupun diantara kita yang mikir sampai

kesitu. 'Memang kalau dulu pesepak bola sekarang menjadi pedagang kerupuk dimana salahnya?' Ngga ada yang salah. Pedagang kripik juga halal dan terpuji tapi bukan itu yang menjadi fokus kita. Fokuslah kepada roda kehidupan seorang Kurnia Meiga. Roda kehidupan yang berputar-putar, roda kehidupan yang bisa menimpa siapa aja diri kita. Aku jadi teringat pesan dari Ibnu Abbas yang didengar langsung dari Rasulullah. Bahwa manfaatkan lima perkara sebelum datangnya lima perkara. salah satu perkaranya disitu adalah manfaatkan sehatmu sebelum datang rasa sakitmu. Suatu saat nanti suka tidak suka kita mesti sakit dan kita ngga pernah tahu apakah sakitnya nanti kita juga biasa aja atau sakitnya ngga biasa seperti Kurnia Meiga. Kita ngga pernah tau apa sakitnya itu akan datang disaat kita atau nanti atau masih muda seperti Kurnia Meiga. Maka dari itu persiapkanlah. Teruntuk abang Kurnia Meiga tetap semangat bang, kami mendoakan abang supaya lekas pulih abang bener-bener panutan. Serius, meskipun sudah terjatuh tetep aja abang bangkit memilih untuk semangat dan abang itu melakukan apa yang abang bisa ketimbang abang meminta-minta. Gais kalian setuju ngga sii, harusnya bang Kurnia Meiga ini dapat tempat atau posisi lebih baik di PSSI? Coba jawab dikolom komentar”

Fawwaz menyebutkan perjalanan hidup Kurnia Mega saat ini merupakan contoh dari nasib seseorang kedepannya adalah rahasia Allah SWT, tidak ada satu pun makhluk-Nya yang menyangka dan mengetahuinya. Video ini termasuk dalam pesan dakwah Aqidah karena berupa keyakinan kepada Allah akan segala takdir yang telah Allah tentukan. Allahlah yang menghendaki nasib daripada hambanya sebagaimana dalam surat ar rad ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum

sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Perjalanan hidup Kurnia Mega oleh Fawwaz diibaratkan seperti halnya roda kehidupan yang berputar dan dapat menimpa siapapun. Perjalanan hidup Kurnia Mega mengingatkan Fawwaz pada pesan Ibnu Abas yang di dengar langsung dari Rasulullah tentang 5 perkara yang harus dimanfaatkan manusia sebelum datangnya lima perkara. Salah satunya adalah perkara sehat sebelum datangnya sakit.

Pada video ini, peneliti menemukan setidaknya 5 gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz diantaranya:

a. *Dramatic Style*

Dramatic Style atau gaya dramatis adalah gaya seseorang ketika berkomunikasi terdengar hidup dengan penggunaan kata kiasan, majas metafora, cerita, fantasi, gaya dan permainan suara. Dengan ciri khas Fawwaz dalam berkomunikasi menggunakan pembawaan *storytelling*. Maka berdasarkan indikator pemilihan bahasa, pemilihan kata dan teknik pengucapan, gaya komunikasi dramatis pada video ini ditujukan dengan penggunaan kata bermajas metafora, gaya bahasa tidak resmi, permainan suara dan berisi cerita perjalanan hidup Kurnia Mega.

Berdasarkan indikator pemilihan bahasa, pada video ini Fawwaz menggunakan gaya bahasa tidak resmi dalam memberikan pesan dakwah dengan metode bercerita. Bahasa tidak resmi disini adalah bahasa yang digunakan sehari-hari dan rangkaian kalimat yang tidak sesuai EYD dan menggunakan kata tidak baku. Hal ini dapat ditujukan pada kalimat *Kurnia Meiga bisa dibilang real contoh, gimana Nasib manusia ke depan itu tidak ada yang tau. Siapa coba yang pernah menyangka kalau kurnia meiga yang dulu sempat menjadi Top Punggawa timnas Indonesia bahkan pernah dinobatkan menjadi kiper terbaik di piala AFF 2016. Kini harus berjuang dan survive dengan menjual kripik secara online.* Kata yang digaris bawah merupakan kata

tidak baku seperti kata *gimana*, *tau*, dan *nyangka* merupakan kata yang digunakan dalam bahasa sehari-hari bukan bahasa resmi. Kata *top punggawa* juga merupakan kata kiasan yang bermakna pemain terbaik dan penggunaan kata dalam bahasa asing seperti kata *real* dan *survive*.

Berdasarkan pemilihan kata dalam video ini, Fawwaz menggunakan salah satu kata bermajas metafora yaitu *roda kehidupan* yang merujuk pada perubahan hidup yang dialami Kurnia Meiga. Hal ini terbukti pada kalimat yang disampaikan Fawwaz *Fokuslah pada roda kehidupan seorang kurnia meiga, roda kehidupan yang berputar, roda kehidupan yang bisa menimpa siapa saja diantara kita*.

Adapun berdasarkan teknik pengucapan, sebagai ciri khas dari seorang Fawwaz adalah kemampuan permainan suara dalam menyampaikan pesan terdengar ekspresif. Pada video ini salah satunya ditunjukkan ketika Fawwaz mengilustrasikan dirinya dengan ucapan yang seakan-akan menjadi netizen yang merespon pernyataan yang terkesan merendahkan profesi penjual kripik. *Emang kalau dulu pesepak bola sekarang menjadi pedagang kripik dimana salahnya?* pada saat ia mengucapkan kalimat tersebut menggunakan suara sinis dan penekanan pada akhir kalimat.

b. *Animated Style*

Gaya komunikasi animasi adalah gaya seorang individu yang melibatkan bahasa non verbal ketika ia berkomunikasi. Dalam video ini, Fawwaz menggunakan berbagai bahasa non verbal seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan.

Bahasa non verbal yang digunakan Fawwaz adalah bentuk penegasan ulang dari apa yang telah ia ucapkan. Seperti halnya ketika ia berucap *Siapa coba yang pernah nyangka kalau kurnia meiga yang dulu sempat menjadi Top Punggawa timnas Indonesia bahkan pernah dinobatkan menjadi kiper terbaik di piala AFF 2016. Kini harus berjuang dan survive dengan menjual kripik secara online*. Ekspresi wajah yang ia tampilkan adalah ekspresi wajah heran, bingung dan

ketidakpercayaan dengan mengerutkan kedua alis, mengerutkan kening, dan menyipitkan mata.

Selain itu, Fawwaz juga menggunakan gesture dan gerak badan untuk memperjelas informasi yang disampaikan. Dalam video ini salah satunya ketika Fawwaz mengucapkan tentang pesan Ibnu Abbas yaitu lima perkara yang harus dimanfaatkan manusia sebelum datangnya lima perkara dengan mengacungkan kelima jari tangan kanannya sebagai simbol dari angka lima dari informasi yang ia sampaikan. Gesture dan gerak badan ini terlihat pada gambar berikut:



Gambar 8 : *Animated Style* dari video dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

c. *Impression Style*

Gaya komunikasi berkesan adalah gaya komunikasi seseorang ketika ia menjadi komunikator memberi kesan bagi komunikannya. Kesan yang dapat komunikator tunjukkan adalah tentang pemilihan kata, bahasa, topik, cara penyampaiannya.

Ciri khas dari seorang Fawwaz di setiap videonya adalah penggunaan gaya komunikasi Dramatis dan Animasi yang ia tunjukkan. Keterlibatan bahasa non verbal dan cara penyampaiannya yang terdengar hidup menjadi kesan tersendiri bagi komunikan. Selain itu pada video ini, Fawwaz mengamati fenomena sosial saat ini dengan

disertai pesan dan amalan yang dapat di contoh dari Rasulullah. Fenomena disini adalah perjalanan hidup Kurnia Meiga yang jungkir balik karena menderita sakit dengan pesan dan amalan dari Rasulullah tentang memanfaatkan lima perkara sebelum datang lima perkara salah satunya kesehatan sebelum datang rasa sakit. Ciri khas Fawwaz yang mampu mengkorelasikan fenomena saat ini dengan pesan yang pernah Rasulullah ajarkan ditunjukkan pada kalimat "*Fokuslah kepada roda kehidupan seorang Kurnia Meiga. Roda kehidupan yang berputar-putar, roda kehidupan yang bisa menimpa siapa aja diri kita. Aku jadi teringat pesan dari Ibnu Abbas yang didengar langsung dari Rasulullah*"

d. *Relaxed Style*

Gaya komunikasi ini ditunjukkan dengan komunikator yang ketika ia menyampaikan informasi dengan tenang, ceria, penuh tawa dan menghadirkan kedamaian. Pada tipe ini komunikator bersikap positif dan mendukung satu sama lain.

Dalam video TikTok yang diunggah Fawwaz 6 maret lalu gaya komunikasi tipe santai dapat ditunjukkan pada pembawaan Fawwaz yang tenang dan percaya diri. Fawwaz menceritakan perjalanan hidup Kurnia Meiga singkat dan jelas sesuai apa yang ia ketahui. Ia juga menyampaikan dukungan kepada Kurnia Meiga pada kalimat "*Teruntuk abang Kurnia Meiga tetap semangat bang. Kami mendoakan abang semoga cepat lekas pulih dan abang benar-benar panutan*". Kalimat yang disampaikan Fawwaz menghadirkan kedamaian karena berupa dukungan positif untuk orang lain.

e. *Attentive Style*

Gaya komunikasi Atentif adalah gaya seseorang yang dalam berkomunikasi menunjukkan sikap simpati, empati dan perhatian penuh. Pada video ini, tipe gaya atentif ditunjukkan dari indikator pemilihan bahasa dan pemilihan kata berupa bahasa non verbal dan pemilihan kata. Yaitu pada saat ia menunjukkan ekspresi tidak percaya dan heran

mengetahui nasib kurnia meiga yang berbanding terbalik dengan saat ia menjadi atlet. Hal ini disertai dengan kalimat *Siapa coba yang pernah nyangka kalau kurnia mega yang dulu sempat menjadi Top Punggawa timnas Indonesia bahkan pernah dinobatkan menjadi kiper terbaik di piala AFF 2016. Kini harus berjuang dan survive dengan menjual kripik secara online.*

Selain itu Fawwaz juga menunjukkan simpati dan empatinya di akhir video berupa kalimat dukungan dan doa. *Teruntuk abang Kurnia Meiga tetap semangat bang. Kami mendoakan abang semoga cepat lekas pulih dan abang benar-benar panutan,*

f. *Open Style*

Gaya komunikasi terbuka adalah gaya seseorang yang ketika berkomunikasi menunjukkan sikap terbuka. Dalam hal ini menunjukkan sikap yang jujur, apa adanya, mungkin *blak-blakan* dan ketika ia berkomunikasi cenderung percaya diri dan dapat membentuk komunikasi dua arah.

Adapun pada video ini, gaya terbuka ditampilkan Fawwaz dengan membentuk komunikasi dua arah. Dimana pada akhir video ini ditutup dengan pertanyaan kepada *followers*, penonton dan pendengarnya untuk dijawab dan didiskusikan melalui kolom komentar yang ada pada unggahan video ini. Gaya ini berdasarkan pemilihan kata yang digunakan Fawwaz pada kalimat *“Gais kalian setuju ngga sii, harusnya bang Kurnia Meiga ini dapat tempat atau posisi lebih baik di PSSI? Coba jawab di kolom komentar”* kalimat tersebut menunjukkan bahwa Fawwaz meminta pendapat dari komunikan tentang pertanyaan yang ia ajukan dan membuka seluas-luasnya kolom komentar unggahan video ini untuk mengeluarkan pendapatnya dan berdiskusi.

g. *Precise Style*

Gaya yang tepat adalah gaya komunikasi yang digunakan komunikator dengan membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat. Berdasarkan indikator penyampaian sumber pesan gaya Atentif

digunakan Fawwaz dengan mencantumkan sumber dalil tentang pesan untuk memanfaatkan lima perkara sebelum datangnya lima perkara. Ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 9 : *Precise Style* dari video dakwah Roda Kehidupan Kurnia Meiga

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Adapun hadits tentang memanfaatkan lima perkara sebelum datangnya lima perkara adalah sebagai berikut:

Dari Ibn Abbas Rasulullah Saw bersabda :

إِغْتَنِمِ خَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ : شَبَابَكَ قَبْلَ هَرَمِكَ وَ صِحَّتَكَ قَبْلَ سَقَمِكَ وَ غِنَاكَ قَبْلَ فَقْرِكَ وَ فَرَاحَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ وَ حَيَاتَكَ قَبْلَ مَوْتِكَ

Gunakanlah 5 perkara sebelum datang 5 perkara lainnya, gunakanlah masa mudamu sebelum masa tuamu., masa sehatmu sebelum masa sakitmu, masa kayamu sebelum miskinmu, masa lapangmu sebelum datang masa sibukmu, dan masa hidupmu sebelum datang matimu.

3. Pentingnya mengenal kisah orang saleh



Gambar 10: video dakwah Pentingnya Mengenal Orang Soleh

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Video TikTok berdurasi 1 menit 32 detik tersebut diunggah pada tanggal 26 Maret 2024 dengan jumlah tayangan 3,2 juta kali. Video TikTok ini dimulai dengan memutar video seorang anak yang tidak bersyukur ketika dibelikan ayahnya sebuah motor. Video ini viral karena menampilkan bagaimana seorang anak menghancurkan motor pemberian bapaknya sebab tidak sesuai dengan permintaannya. Menanggapi video tersebut Fawwaz berpendapat hal ini terjadi karena kurangnya peran orangtua untuk mengenalkan kisah orang soleh sejak dini agar dapat memupuk akhlak yang positif bagi anaknya. Selengkapnya pada dialog berikut :

“Jadi nih anak minta ninja ke bapaknya, tapi bapaknya cuman bisa ngasih Yamaha byson. Mungkin karena budget bapaknya pas-pasan makanya byson lah yang datang. Tapi ya udahlah hargai kenapa sih usaha bapakmu. Kan Yamaha byson tangkinya sama-sama didepan. Tapi nih anak malah ngga terima dan bysonnya diancurin. Ini miris banget, gini banget ya akhlak anak-anak muda zaman sekarang. Udahlah ngga bisa ngasih orang tua, mintanya pake maksa kan beban

banget. Kalau ko ngga bisa bahagiain emak dan bapakmu minimal jangan kau sakiti mereka. Kasihan loh mungkin aja mereka nih ngutang untuk beliin motor bysonmu kan? Masa sii kau ngga mikir sampe kesana. Tapi percuma sih nasehat kek gini kalau tidak disampaikan kepada orang yang panutannya bukan Rasulullah sedari awal otaknya ngga bakal sampe. Kalau panutannya bukan sahabat nabi atau tabiin maka di ruqyah sekalipun kayaknya bakal ngga berubah. Disini juga pentingnya kita sebagai orangtua perkenalkanlah sejak dini anak-anak kita tuh orang-orang soleh. Supaya akhlaknya juga ngikutin orang soleh. Coba sedari awal nih anak tau cerita-cerita Uwais keknya akhlaknya ngga bakal separah tadi. Uwais itu, anyway biar pun miskin, biar pun kerjanya serabutan, tapi apapun yang diminta emaknya pasti dia usahakan. Sampai-sampai hal yang mustahil kayak haji aja pun dia lakukan. Lihat bagaimana derajat orang yang patuh kepada orangtuanya seperti Uwais. Rasulullah bilang dia bukan lagi penduduk bumi tapi udah menjadi penduduk langit. Pertanyaanya orang yang ngga bersyukur kerjaannya nendang pintu, kalau keinginannya beli motor, pas motornya udah dibeliin dan datang malah diancurin. Kira-kira derajatnya bakal Allah campakkan kemana ya? Coba jawab di kolom komentar bagi yang tau, dan follow aku di sini.”

Isi konten pada video ini termasuk tema pesan dakwah akhlak. yaitu tentang akhlak kepada manusia terutama kepada orangtua. Fawwaz dalam video ini berpendapat akan pentingnya mencontoh kisah dari orang soleh untuk membentuk akhlak seseorang. Pada video ini peneliti menemukan setidaknya ada 5 gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz. Di antaranya:

a. *Dramatic Style*

Gaya komunikasi pada tipe ini ditandai dengan apabila seseorang berkomunikasi terdengar hidup dengan menggunakan kata-kata kiasan, metafora, cerita, dan permainan suara. Pada video

ini Fawwaz menggunakan gaya dramatis yang ditunjukkan dengan menggunakan kata-kata kiasan, cerita dan permainan suara.

Berdasarkan indikator pemilihan bahasa, gaya komunikasi dramatis ditunjukkan dengan menggunakan gaya bahasa tidak resmi ketika ia menceritakan sosok Uwais. Salah satunya pada kalimat “*Uwais itu, anyway biar pun miskin, biar pun kerjanya serabutan, tapi apapun yang diminta emaknya pasti dia usahakan*” kata yang digaris bawah merupakan kata tidak baku. Kata *anyway* merupakan kata dari bahasa asing. Adapun kata *serabutan* dan *emaknya* merupakan kata yang digunakan dalam bahasa sehari-hari. *Serabutan* adalah kata tidak baku dari pekerjaan yang tidak tetap dan kata *emaknya* merupakan kata tidak baku dari *ibunya*.

Pada indikator pemilihan kata, gaya dramatis ini ditunjukkan fawwaz melalui kata-kata kiasan yang diucapkan Fawwaz. Salah satunya pada dialog “*Tapi percuma sih nasehat kek gini kalau tidak disampaikan kepada orang yang panutannya bukan Rasulullah sedari awal otaknya ngga bakal sampe.*” Kata *otaknya ngga bakal sampe* merupakan kata kiasan karena tidak merujuk secara harfiah pada otak yang tidak mencapai sesuatu, melainkan menggunakan kiasan untuk menyampaikan bahwa seseorang tidak memiliki kapasitas pemikiran atau kecerdasan yang cukup untuk memahami atau mengerjakan sesuatu.

Sedangkan gaya dramatis berdasarkan indikator teknik pengucapan terlihat dari kemampuan Fawwaz melakukan permainan suara ketika ia berkomunikasi. Pada video ini, Fawwaz menekankan suaranya ketika ia mengucapkan *poin-poin* penting pada permasalahan yang ditanggapinya. Salah satunya pada kalimat “*Udahlah ngga bisa ngasih orang tua, mintanya pake maksa kan beban banget*” pada kalimat yang digaris bawah Fawwaz menekankan suaranya yang merupakan poin penting dimana seorang anak yang memaksakan permintaannya kepada

orangtua dapat merepotkan mereka. Selain itu Fawwaz juga melakukan penekanan suara pada kalimat “*Disini juga pentingnya kita sebagai orangtua perkenalkanlah sejak dini anak-anak kita tuh orang-orang soleh.*” Kalimat tersebut merupakan pendapat Fawwaz terhadap anak yang tidak mensyukuri usaha orangtuanya dengan memberikan solusi untuk memupuk akhlak yang baik pada anak sejak dini melalui kisah orang soleh.

b. *Controversial Style*

Gaya komunikasi kontroversial adalah gaya komunikasi seseorang yang ketika berkomunikasi mengeluarkan pendapat atau argumen untuk menentang orang lain. Gaya tipe ini pada video tersebut ditunjukkan dengan pendapat Fawwaz menentang perilaku dari cuplikan video viral yang ia tampilkan serta penggunaan kalimat sarkas untuk mendukung pendapatnya.

Gaya komunikasi ini dapat dilihat melalui indikator pemilihan kata. Yaitu pada kalimat “*Ini miris banget, gini banget ya akhlak anak-anak muda zaman sekarang*”, kalimat tersebut merupakan argument dari Fawwaz terhadap fenomena anak yang tidak bisa menghargai usaha orang tuanya untuk mengabaikan keinginan mereka.

Selain itu gaya komunikasi tipe ini dapat dilihat dengan penggunaan kalimat sarkas yaitu pada kalimat “*Kasih loh mungkin aja mereka nih ngutang untuk beliin motor bysonmu kan? Masa sii kau ngga mikir sampe kesana*” kalimat tersebut memiliki makna menyindir orang lain karena tidak berpikir lebih jauh atau tidak mempertimbangkan perasaan dan situasi orang lain dan menggunakan nada sarkas ketika ia mengucapkannya.

c. *Animated Style*

Berdasarkan indikator pemilihan bahasa pada video tersebut ditemukan gaya komunikasi animasi yaitu dengan melibatkan bahasa nonverbal. Bahasa nonverbal dalam gaya komunikasi

meliputi kontak mata, ekspresi wajah, *gesture* dan gerak badan. Bahasa nonverbal memiliki fungsi sebagai penegasan kembali dari gagasan yang disampaikan komunikator secara verbal.

Pada video ini, gaya komunikasi animasi ditunjukkan melalui bahasa nonverbal yaitu ekspresi wajah. Salah satu ekspresi wajah yang ditampilkan di dalam video ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 11 : *Animated Style* dari video dakwah Pentingnya Menenal Kisah Orang Soleh

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Pada gambar tersebut Fawwaz menampilkan ekspresi wajah dengan mengerutkan keningnya dan memejamkan sedikit matanya disertai dengan kedua tangan yang melemas di kanan-kirinya. Ekspresi ini ditampilkan Fawwaz dengan menyampaikan gagasannya secara verbal pada dialog “*Ini miris banget sih, kok gini banget ya akhlak anak-anak jaman sekarang*”. dari kalimat dan penjabaran gambar tersebut Fawwaz menampilkan ekspresi yang menunjukkan kekecewaan dan keprihatinannya terhadap akhlak anak-anak muda saat ini setelah melihat cuplikan video viral tadi.

Selain ekspresi wajah, Fawwaz juga melibatkan bahasa nonverbal lainnya seperti *gesture* dan gerak badan. Hal ini dapat kita lihat pada gambar berikut:



Gambar 12 : *Animated Style* dari video dakwah Pentingnya Mengetahui Kisah Orang Soleh

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Pada kedua gambar tersebut menampilkan gesture dan gerak badan Fawwaz dengan kedua tangan yang mengatup lalu kembali terbuka. Kedua gambar ini juga diiringi dengan kalimat “*Tapi percuma sih nasehat kek gini kalau tidak disampaikan...*”. Saat mengatupkan telapak tangannya Fawwaz menekankan pada kata *nasehat kek gini* yang dapat diasumsikan bahwa Fawwaz mencoba membentuk poin dan menegaskan tentang nasehatnya. Dan ketika ia membuka kedua telapak tangannya untuk menegaskan kata *disampaikan* dengan makna yang sama untuk disebarluaskan melalui gesture tangannya.

d. *Impression Style*

Gaya komunikasi berkesan adalah gaya komunikasi yang dimiliki seseorang dimana ketika ia berkomunikasi meninggalkan kesan tersendiri atau ciri khasnya bagi komunikan. Dalam hal ini yaitu berkesan dari segi pemilihan kata, bahasa, topik, cara penyampaian hingga sasaran atau komunikannya.

Pada video tersebut gaya komunikasi berkesan ditunjukkan melalui indikator pemilihan kata, bahasa dan, teknik pengucapan. Berdasarkan indikator pemilihan kata, Fawwaz meninggalkan kesan

tentang rangkaian kata yang ia ucapkan membentuk topik yang menjadi ciri khasnya. Yaitu kemampuan ia mengemas topik berisi fenomena sosial masa kini dan menghubungkannya dengan cerita dari zaman Rasulullah untuk memahami nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Pada video tersebut, fenomena masa kini yang ditanggapi Fawwaz adalah tentang seorang anak yang tidak menghargai pemberian orang tua yaitu sebuah motor byson. Karena berbeda dengan keinginannya yang menginginkan motor ninja anak tersebut malah menghancurkan motor pemberian orangtuanya. Dari fenomena tersebut Fawwaz menghubungkan dengan kisah Uwais seorang anak yang sangat berbakti pada orangtuanya. Dalam cerita yang disampaikan Fawwaz, Uwais adalah sosok anak yang selalu menghormati dan mengedepankan keinginan ibunya. Meski berada dalam kondisi miskin, Uwais selalu mengusahakan keinginan ibunya salah satunya adalah untuk pergi haji. Rasulullah yang melihat kebaktian Uwais terhadap ibunya mengatakan kalau dia bukan lagi penduduk bumi tapi sudah menjadi penduduk langit. Dari kedua kisah tersebut, Fawwaz menerangkan tentang pentingnya mengenalkan anak sejak dini dengan kisah orang-orang soleh salah satunya kisah dari Uwais.

Adapun gaya komunikasi berkesan berdasarkan pemilihan bahasa dan teknik pengucapan terlihat dari pemilihan bahasa dan cara penyampaiannya. Seperti halnya gaya komunikasi Animasi, selain bahasa verbal Fawwaz melibatkan bahasa nonverbal di setiap penyampaiannya. Baik berupa kontak mata, ekspresi wajah dan gerak badan atau gesture. Sedangkan pada teknik pengucapan sebagaimana gaya dramatis, Fawwaz menyampaikan pesan atau informasi dakwahnya dengan pembawaan bercerita dan permainan suara yang terdengar hidup ketika ia berkomunikasi

e. *Open Style*

Gaya komunikasi terbuka merupakan gaya seseorang yang dalam berkomunikasi bersifat terbuka, percaya diri dan blak blakan serta dapat membentuk komunikasi dua arah. Dalam video ini, gaya tipe terbuka ditunjukkan dari indikator pemilihan kata. Yaitu sikapnya yang terbuka dan percaya diri dalam mengemukakan pendapatnya

Fawwaz dengan jelas memberikan pendapatnya terkait fenomena ini tentang akhlak anak muda jaman sekarang yang cukup memprihatinkan. Hal ini dimaknai melalui gagasan yang disampaikan Fawwaz *“Ini miris banget, gini banget ya akhlak anak-anak muda zaman sekarang.”* Selain itu, Fawwaz menambahkan pendapatnya akan pentingnya mengenalkan kisah orang soleh sejak dini agar akhlaknya mengikuti orang soleh. *“Disini juga pentingnya kita sebagai orangtua perkenalkanlah sejak dini anak-anak kita tuh orang-orang soleh. Supaya akhlaknya juga ngikutin orang soleh”*

Gaya komunikasi terbuka juga ditunjukkan Fawwaz dengan membentuk komunikasi dua arah. Di Akhir videonya ia membuka ruang diskusi di setiap kolom komentar video unggahannya. Pada video ini Fawwaz mengatakan *“Pertanyaanya orang yang ngga bersyukur pekerjaannya nendang pintu, kalau keinginannya beli motor, pas motornya udah dibeliin dan datang malah diancurin. Kira-kira derajatnya bakal Allah campakkan kemana ya? Coba jawab di kolom komentar bagi yang tau, dan follow aku di sini.”*

Berikut beberapa pendapat dan komentar pada unggahan video ini:



Gambar 13 : Komentar dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

f. *Friendly Style*

Gaya komunikasi bersahabat adalah gaya seseorang ketika berkomunikasi menunjukkan sikap yang ramah , merasa dekat dan saling mendukung memberikan respon positif. Gaya bersahabat dari Fawwaz dapat ditemukan melihat dari komentar pada unggahan video ini.

Selain membuka ruang diskusi pada kolom komentar unggahan videonya, Fawwaz bersikap ramah dengan membalas komentar-komentar *followersnya*. Salah satunya komentar pada gambar dibawah ini :



Gambar 14 : Komentar dari video dakwah Pentingnya Mengenal Kisah Orang Soleh

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Pada gambar tersebut Fawwaz memberikan balasan komentar yang menunjukkan sikap ramah dan merasa dekat dengan komunikan. Ia menggunakan bahasa *gaul* yang banyak digandrungi anak muda dengan menggunakan kata *lu* sebagai kata pengganti kamu. Fawwaz juga memberikan respon positif kepada komunikan dengan mendoakannya dan mengingatkan

untuk bersabar. Selain itu Fawwaz juga mengaminkan doa yang ditulis *followersnya* agar terlindung dari perbuatan yang tidak pantas.

Dari ketiga video yang dianalisis berdasarkan indikator pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan dan penyampaian sumber pesan ditemukan bahwa Fawwaz menggunakan kesepuluh teori gaya komunikasi Norton. Kesepuluh gaya komunikasi ini tidak digunakan langsung dalam setiap video yang diunggahnya melalui akun TikTok @fawwazkaban. Beberapa gaya komunikasi digunakan Fawwaz berdasarkan pembahasan yang ia angkat dalam kontennya. Ketika ia membahas fenomena yang menurutnya bertentangan dengan pemikirannya, ia cenderung menggunakan gaya komunikasi dominan dan kontroversial seperti halnya pada video yang peneliti analisis tentang pernyataan Sofyan dan perilaku kasar anak terhadap orangtuanya. Fawwaz juga menggunakan gaya komunikasi atentif ketika membahas fenomena yang menurutnya membutuhkan perhatian dan simpatinya seperti halnya video tentang roda kehidupan Kurnia Meiga.

Selain itu, Fawwaz menggunakan gaya komunikasi santai pada saat ia membahas hal-hal yang dapat memberikan kedamaian, ketenangan dan jauh dari ketegangan. Seperti halnya membahas tentang nasib seorang Kurnia Meiga yang dapat kita ambil nilai-nilai kehidupan dari kisahnya. Gaya komunikasi bersahabat dapat ditemukan ketika Fawwaz bersikap ramah melihat dari kolom komentar setiap unggahannya. Tak jarang Fawwaz membalas komentar *followersnya* baik *reply* langsung di kolom komentar ataupun membalas pertanyaan yang membutuhkan penjelasan lebih dalam melalui video. Sedangkan gaya komunikasi yang tepat atau *precise style* dapat ditemukan ketika Fawwaz mencantumkan sumber dari kisah-kisah atau pesan yang disampaikan. Namun peneliti tidak selalu menemukan kedua gaya komunikasi ini di setiap unggahannya.

Berbeda dengan gaya komunikasi diatas, Fawwaz menggunakan keempat gaya komunikasi yaitu gaya dramatis, animasi, berkesan dan

terbuka hampir di setiap video yang diunggah Fawwaz. Terlihat dari ketiga video yang dianalisis, ketiganya mengandung empat gaya ini. Gaya dramatis selalu digunakan Fawwaz ketika ia berkomunikasi. Gaya ini digunakan agar gagasan yang disampaikan Fawwaz terdengar hidup dan tidak membosankan bagi pendengarnya. Terlebih konten dakwah ini merupakan komunikasi satu arah karena berupa video dimana Fawwaz seorang yang berperan menjadi komunikator. Kemampuan Fawwaz merangkai suatu permasalahan menjadi sebuah cerita dan permainan suaranya ketika ia menyampaikan informasi memudahkan komunikasi untuk memahami pesan dakwah yang ingin ia sampaikan. Seperti halnya yang disampaikan Ipoet bersama peneliti dalam wawancaranya.

“Menurutku,yang menarik dari konten dia adalah ciri khas dia yang sering membahas tentang kisah-kisah para sahabat. Cara ia nyampein ceritanya itu enak didenger, apalagi wajahnya yg ekspresif dan intonasi ia ketika cerita tuh dapet banget. Kesannya jadi kek ada di cerita itu, pokoknya nambah imajinasi aku banget laah.”⁸⁹

Hal ini juga dibuktikan dengan beberapa respon komunikasi pada komentar di setiap unggahan videonya. Salah satunya pada gambar berikut:



Gambar 15 : Komentar pada akun TikTok @fawwazkaban

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Gaya komunikasi dramatis berkaitan dengan komunikasi verbal dimana rangkaian kata yang disampaikan Fawwaz menjadi sebuah topik yang menarik dan mengandung pesan dakwah sebagaimana Fawwaz adalah

⁸⁹ Wawancara bersama Ipoet (Pengikut Fawwaz Kaban), pada 20 Juni 2024, pukul 16:30

seorang konten kreator dakwah. Berbeda dengan gaya dramatis, Fawwaz juga selalu menggunakan gaya animasi yang melibatkan komunikasi nonverbal di setiap gagasan yang ia sampaikan secara verbal. Karena dakwah Fawwaz ditampilkan melalui video maka untuk mendukung kesan ‘hidup’ dalam dakwahnya Fawwaz melibatkan komunikasi nonverbal dengan tujuan sebagai penegasan ulang dan melengkapi makna terhadap gagasan yang ia sampaikan. Bahasa nonverbal yang ia libatkan meliputi ekspresi wajah, gesture dan gerak badan.

Ekspresi wajah menjadi bagian yang sering ditampilkan Fawwaz dalam menyampaikan dakwahnya. Fawwaz memiliki ekspresi wajah yang beragam tergantung perkataan yang ia lontarkan. Dalam satu video Fawwaz dapat menampilkan beragam ekspresi. Salah satunya ketika ia menceritakan tentang top 3 kisah lucu yang pernah dialami Rasulullah. Ekspresi ceria ditampilkan Fawwaz ketika menceritakan tentang Rasulullah yang tertawa karena sikap Umar dan para ibu-ibu di dekatnya seperti pada gambar berikut:

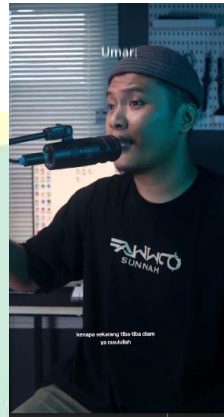


Gambar 16 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Ekspresi ceria ini diiringi dengan kalimat *disini Rasul masih aja ketawa*. Selain menampilkan ekspresi ceria ia memperlihatkan ekspresi heran, gelisah dan takut ketika ia mengilustrasikan dirinya sebagai Umar

dan Ibu-ibu. Ekspresi heran ditunjukkan Fawwaz ketika ia menggambarkan dirinya sebagai Umar yang bingung dengan keadaan sekitar tiba-tiba hening karena kedatangannya. Ekspresi ini ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 17 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Ekspresi ini ditunjukkan Fawwaz dengan melontarkan kalimat “*Tadi dari luar aku dengerin suara kalian tadi heboh banget. Kenapa Sekarang tiba-tiba diam ya Rasulullah?*”. Adapun ekspresi Fawwaz yang gelisah dan takut adalah ketika ia mengilustrasikan dirinya sebagai ibu-ibu yang menjawab pertanyaan Umar.



Gambar 18 : Gaya Dramatis dari video dakwah Top 3 Kisah Lucu Rasulullah

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Dengan sorot matanya yang gelisah ke kanan dan ke kiri serta pandangannya yang menunduk, ekspresi ini melengkapi makna perasaan

Ibu-ibu yang takut kepada Umar diiringi dengan kalimat “*Kami jadi diam begini karena kami itu takut ngeliat kau Umar. Kau tuh orangnya kasar dan keras sekali.*”

Bahasa nonverbal lainnya pada gaya animasi melibatkan gesture dan gerak badan. Seperti halnya temuan gaya animasi pada analisis ketiga video diatas , bahasa nonverbal yang digunakan Fawwaz dari gesture dan gerak badan ialah seperti mengangkat tangan, mengacungkan jarinya, menggenggam, menepuk dan menggosok kedua telapak tangan dan lain sebagainya yang dapat menegaskan kalimat yang Fawwaz ucapkan. Gaya dramatis dan gaya animasi dinilai peneliti sangat diperlukan untuk seorang pendakwah yang berdakwah melalui media sosial. Kedua gaya ini akan menghadirkan kesan hidup sehingga tidak terlihat membosankan dan pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh komunikan.

Adapun gaya komunikasi lainnya yang peneliti temukan dan kerap kali digunakan di setiap videonya adalah gaya komunikasi terbuka. Gaya komunikasi terbuka adalah gaya seorang komunikator yang bersifat terbuka, jujur apa adanya, percaya diri dan dapat membentuk komunikasi dua arah. Pada akun Tik Tok @fawwazkaban, gaya ini ditunjukkan pada sikap percaya diri yang ditampilkan Fawwaz ketika ia berpendapat dan mengemukakan perasaannya terhadap suatu fenomena. Seperti halnya pada video tentang pentingnya kisah orang soleh untuk menumbuhkan akhlak yang baik pula. Pada video tersebut ketika ia menanggapi sikap anak yang tidak menghargai pemberian dan usaha orangtua, ia menunjukkan sikap prihatin dan kecewa dengan akhlak anak-anak jaman sekarang dengan kalimat “*Ini miris banget, gini banget ya akhlak anak-anak muda zaman sekarang*” Fawwaz juga menambahkan pendapatnya kalau anak-anak yang memiliki akhlak kurang baik disebabkan karena kurangnya peran orang tua untuk mengenalkan sejak dini kisah orang soleh. Sebagaimana pada dialog “*Disini juga pentingnya kita sebagai orangtua perkenalkanlah sejak dini anak-anak kita tuh orang-orang soleh. Supaya akhlaknya juga ngikutin*

orang soleh. Coba sedari awal nih anak tau cerita-cerita Uwais keknya akhlaknya ngga bakal separah tadi”.

Gaya komunikasi terbuka dapat ditemukan pula pada setiap akhir video yang diunggah Fawwaz dengan membentuk komunikasi dua arah. Yaitu dengan membuka ruang diskusi bagi para *followersnya* tentang topik yang Fawwaz bawakan. Setelah memaparkan pesan dakwahnya, sebagai penutup di akhir video Fawwaz selalu mengajukan pertanyaan dari topik yang ia bahas dan membuka ruang diskusi seluas-luasnya di kolom komentar pada setiap unggahan videonya. Salah satunya pada video tentang roda kehidupan Kurnia Meiga. Di akhir video ini ditutup dengan dialog “*Gais kalian setuju ngga sii, harusnya bang Kurnia Mega ini dapat tempat atau posisi lebih baik di PSSI? Coba jawab di kolom komentar”*. Kalimat tersebut dapat diartikan bahwa *followers* atau yang menonton dan mendengarkan video tersebut untuk menjawab pertanyaan dari Fawwaz dan berdiskusi untuk menanggapi situasi tersebut.

Selanjutnya gaya komunikasi berkesan. Gaya tipe ini adalah gaya seseorang ketika ia berkomunikasi mampu membentuk kesan bagi pendengarnya baik dari penguasaan topik, pemilihan kata dan bahasa serta cara penyampaiannya hingga sasaran atau komunikannya. Berbeda dengan lainnya Fawaz merupakan konten kreator dakwah yang memiliki ciri khas tersendiri pada setiap konten video yang diunggah. Baik dari pemilihan kata dan bahasa, pengemasan topik dan cara penyampaiannya memiliki kesan tersendiri bagi pendengarnya. Terlihat dari komentar yang kerap kali memenuhi video unggahannya . Salah satunya pada gambar berikut :





Gambar 19 : Komentar pada akun TikTok @fawwazkaban

(Sumber : Akun TikTok @fawwazkaban)

Kesan yang dibentuk Fawwaz pada setiap unggahannya adalah pada cara ia mengemas sebuah topik dengan pembawaan *storytelling* yang menggunakan bahasa dan kata-kata yang mudah dimengerti berbagai kalangan. Isi kontennya yang seringkali berisi kisah-kisah pada zaman Rasulullah, sahabat hingga para pemuka islam lainnya serta kemampuan Fawwaz mengangkat topik dari sebuah fenomena masa kini yang kemudian dihubungkan dengan pesan, nasehat dan kisah dari para Rasul dan sahabat menjadi salah satu ciri khas Fawwaz dalam berdakwah. Kesan inilah yang menjadi salah satu alasan akun tiktok @fawwazkaban memiliki banyak pengikut. Sebagaimana yang disampaikan Kamila Nur bersama peneliti dalam wawancaranya.

“Yang menarik dari konten kak fawwaz si dari kepriawaian dia ngemas cerita, kek peristiwa viral gitu bisa dihubungin sama dia ke peristiwa atau cerita zaman dulu. Apalagi saat kak fawwaz cerita dia ekspresif banget, bisa impersonate cerita yang ia sampein. Nambah imajinasiku gitu. Jujur ya kak, saya ngga terlalu suka sama sejarah. Tapi kalau diceritain sm kak fawwaz enak aja gitu didenger, apalagi kadang cerita tentang kisah2 zaman nabi atau sahabat gitu punya banyak nilai kehidupan yang dapat dipetik. jadi suka deh dan jadi followers kak fawwaz sampe sekarang”⁹⁰

Peneliti menilai gaya komunikasi berkesan yang Fawwaz tunjukan dapat dilihat dari kemampuan ia mengemas topik, seperti halnya pada ketiga video yang dianalisis diatas Fawwaz menghubungkan kisah seorang Kurnia Meiga tentang adanya roda kehidupan yang terus berjalan dengan pesan dari Ibnu Abbas tentang memanfaatkan lima perkara sebelum terjadi

⁹⁰ Wawancara bersama Kamila Nur (Pengikut Fawwaz Kaban), pada 20 Juni 2024, pukul 15.30

lima perkara. Kemudian pada video tentang pentingnya mengenalkan orang soleh sejak dini, pada video ini diperlihatkan bagaimana akhlak seorang pemuda yang tidak mau menghargai dan mensyukuri pemberian orang tua. Fawwaz menghubungkan situasi tersebut dengan kisah Uwais seorang pemuda miskin yang sangat berbakti kepada ibunya dan memenuhi segala keinginan dari ibunya meski terdengar mustahil. Berbeda dengan kedua video tadi, video tentang polemik dari *statement* Sofyan meski tidak dihubungkan dengan kisah pada zaman Rasulullah tapi Fawwaz tetap menceritakan kembali *statement* Sofyan dan tanggapannya terhadap fenomena tersebut dengan pembawaan *storytellingnya* yang ekspresif.

Selain pengemasan topik dan cara penyampaiannya, gaya berkesan yang ditunjukkan Fawwaz adalah dengan logat dan dialek khas tanah kelahirannya yaitu Batak. Fawwaz lahir dan besar di Barusjahe, Karo, Sumatera Utara sehingga ia memiliki logat yang sama dengan tempat kelahirannya. Salah satu video yang memperlihatkan logat dan dialek batak yang dimiliki Fawwaz adalah pada video tentang polemik *statement* Sofyan. Ciri dialek batak adalah dengan penambahan huruf k pada akhir kalimat dan huruf *i* yang diganti menjadi *e* ketika berdekatan dengan huruf *a*. Adapun ciri pertama dapat kita temukan pada kalimat yang dilontarkan Fawwaz yaitu “*Kalian cobak bayangin*”. Kata *cobak* berasal dari kata coba. Kemudian ciri kedua pada kalimat yang diucapkan Fawwaz di detik terakhir videonya “*mungkin kalian wahai para netizen bisa komen baik-baik*”. kata *baik-baik* pada kalimat tersebut berasal dari kata *baik-baik*. Fawwaz memang khas dengan dialek bataknya tapi tidak semua videonya dapat kita temui dialek dan logatnya. Karena Fawwaz lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia yang memudahkan komunikannya yang berasal dari berbagai kalangan. Ciri khas Fawwaz tetap pada cara ia menyampaikan pesan dakwahnya dengan pengemasan topik dan pembawaan *storytellingnya*.

Berdasarkan hasil temuan dan paparan peneliti diatas serta analisis konten akun TikTok @fawwazkaban, ditemukan bahwa Fawwaz Kaban

menggunakan sepuluh gaya komunikasi menurut Norton dalam berdakwah. Namun, hanya empat gaya komunikasi yang konsisten muncul di setiap video yang diunggahnya, yaitu *Dramatic style*, *Animated style*, *Open style*, dan *Impression style*. Keempat gaya ini tampak menjadi ciri khas dan strategi utama dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

Adapun enam gaya komunikasi lainnya, yaitu *Dominant style*, *Controversial style*, *Relaxed style*, *Friendly style*, *Precise style*, dan *Attentive style*, muncul secara bervariasi tergantung pada topik yang dibahas dalam videonya. Gaya-gaya ini tidak selalu hadir di setiap konten, melainkan digunakan secara situasional sesuai dengan kebutuhan pembahasan yang diangkat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Fawwaz Kaban memiliki fleksibilitas dalam gaya komunikasinya dan mampu menyesuaikan pendekatan komunikasinya berdasarkan konteks topik yang dibahas, namun tetap mempertahankan gaya-gaya utama yang konsisten untuk menjaga karakteristik dan daya tarik kontennya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dari temuan penelitian dan data yang ada, menunjukkan bahwa Fawwaz Kaban menggunakan gaya komunikasi dakwah yang fleksibel. Digunakan secara situasional sesuai dengan kebutuhan pembahasan yang diangkat. Karena dari sepuluh gaya komunikasi menurut Norton yang ditemukan pada konten TikTiknya. Berdasarkan indikator pemilihan bahasa, pemilihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan Fawwaz cenderung menggunakan empat gaya komunikasi yang konsisten muncul di setiap video yang diunggahnya. Keempat gaya tersebut yaitu *Dramatic style*, *Animated style*, *Open style*, dan *Impression style*. Adapun ke enam gaya lainnya digunakan Fawwaz pada situasi tertentu diantaranya *Dominan Style*, *Controversial Style*, *Relaxed Style*, *Attentive Style*, *Friendly Style* dan *Precise Style*.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dari peneliti yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan, diantaranya:

1. Bagi Fawwaz Kaban sebagai seorang pendakwah dan komunikator senantiasa untuk selalu menggunakan perkataan yang baik dan jelas, berhati-hati dan dapat membuka lebih banyak ruang diskusi dengan *followersnya* serta menambahkan sumber referensi di setiap videonya agar tidak menimbulkan keraguan bagi komunikannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, jika hendak meneliti penelitian mengenai Gaya Komunikasi Fawwaz Kaban dapat mempertimbangkan tentang efek dan umpan balik public terhadap gaya komunikasi yang digunakan Fawwaz kaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*. 1st ed. Bening Media Publishing, 2022. www.bening-mediapublishing.com.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Edited by Qiara Media. *Вестник Росздравнадзора*. 1st ed. Vol. 4. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Ahmadi, Rulam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media., 2016.
- Amelia, Rizka. “Gaya Komunikasi Dakwah Bil Lisan Yang Digunakan Ustadz Di Majelis Taklim (Studi Pada Majelis Taklim Rachmat Hidayat Bandar Lampung).” Universitas Lampung, 2017.
- Annur, Cindy Mutia. “Indonesia Punya Pengguna Tik Tok Terbanyak Ke-2 Di Dunia.” *databoks*. Accessed June 16, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>.
- . “TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia Pada Awal 2024.” *databoks*, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>.
- Ardiyansah, Muhammad Rosyid. “Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh Pada Program Mamah Dan AA’ Di Indosiar.” Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019.
- Bashori, Abdul Hamid. “Gaya Komunikasi Da’i Dalam Kegiatan Dakwah.” *El-Fatih: Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2022): 1–30.
- Buana, Tri, and Dwi Maharani. “Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak.” *Jurnal Inovasi* 16, no. 2 (2022): 34–44. <https://doi.org/10.33557/ji.v16i2.2227>.
- Clara Sari, Astari. “Komunikasi Dan Media Sosial.” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>.
- Didik Hariyanto, Didik Hariyanto. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. 1st ed. Sidoarjo, 2021.
- H. Usman, Mukran, Aswar Aswar, and Andi Wahyu Irawan. “Syariat Islam Dan Kemaslahatan Manusia Di Era New Normal Pada Kegiatan Keagamaan Dan Pendidikan.” *Fenomena* 12, no. 1 (2020): 89–106.
- Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena

Salsabila, 2013.

Hefni, Harjani, M Munir, Elvi Hudhriyah, Elidar Husain, Faizah, Lilih Rahmawati, Zuni Nurrochim, et al. *Metode Dakwah*. 1st ed. Jakarta Timur: Prenada Media, n.d.

Husaini, Syahid. "Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Pesan Dakwah @fawwazkaban)." Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. 1st ed. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARY, 2010.

Inah, Ety Nur. "Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan." *Al-Ta'dib* 6, no. 1 (2016).

Kamaludin. "Pesan Dakwah." *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 1, no. 12 (2016): 13.

Khanifah, Umi Jazilatul, and Pia Khoirotu Nisa. "Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok." *Al-Munir* 14, no. 1 (2023).

Khasanah, Dyah Novia Nur. "Analisis Gaya Bahasa Dakwah Husain Basyaiban Dalam Video Tiktok Berjudul 'Masih Mau Ninggalin SHolat Habis Nonton Ini? Dan Puasa Tapi Ngga Sholat.'" Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022.

Kodir, Kaka Hasan Abdul, and Anggit Rizkianto. "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 49..

Kurniati, desak putu yuli. "Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal (Komunikasi Kesehatan)." *Universitas Udayana* 17, no. 1 (2016).

Kustiawan, Winda, Liza Khairani, Devi Rafidayani Lubis, Dewi Lestari, Faridah Zahra Yassar, Aidil Bismar Albani, Farhan Zuherman, and Affan Saifullah Ahmad. "Pengantar Komunikasi Non Verbal." *Journal Analytica Islamica* 11, no. 1 (2022): 143.

Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.

Maresta, Dian, and Achmad Al Farisi. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif Di Kanal Youtube Al Bahjah TV." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2024): 61–80.

Marwantika, Asna Istya. "Potret Dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan

- Media Di Indonesia.” *Al-Adabiya* 14, no. 01 (2019): 1–14.
- Muhammad Ezra Fannany. “Strategi Dakwah Fawwaz Kaban (Studi Pada Akun Tiktok @fawwazkaban).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Muhidin, Asep. *Dakwah Dalam Perspektif Al Quran*. Edited by Maman Abdul Jaliel. 1st ed. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002.
- Novitasari, Isti, and Suwarti. “Gaya Komunikasi Mertua Peremuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah.” *Jurnal Online Universitas Muhammadiyah Purwokerto* 13, no. 1 (2015): 27–33.
- Pirol, Abdul. *Komunikasi Dan Dakwah Islam. Grup Peberbit Cv Budi Utama: Yogyakarta*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018..
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Bahasa Indonesia. Pusat Bahasa*. Jakarta, 2008.
- Raco, J. R. “Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya.” *Jakarta: Kompas Gramedia*, 2010.
- Risdiana, Aris. “Tranformasi Peran Da’i Dalam Menjawab Peluang Dan Tantangan.” *Jurnal Dakwah XV*, no. 2 (2014): 433–51.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Data Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada 2024.” *dataindonesia.id*, 2024. <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-2024>.
- Saeffulloh, Aris. “Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah.” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2014): 138.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. 1st ed. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2016.
- Sari, W S, M Marmawi, and M Ali. “Penggunaan Metode Bercerita Dalam Pengembangan Moral Anak Di RA Baitul Juma’ah.” *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2019.
- Sawir, Muhammad, Elvira M.Usulu, Farida Tuharea, Andi Annisa Nurlia Mamonto, and Izzatul Laili. “Pelatihan Gaya Komunikasi Guru Dalam Proses Pembelajaran.” *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2023): 206–11.
- Sekaran, Uma, and Roger Baugie. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. 6th ed. Jakarta:

Salemba Empat, 2017.

Shihab, M. Quraish. "Tafsir Al-Misbah Jilid-07." *Jakarta : Lentera Hati*, 2002, 568.

Suaidi. "Dialek-Dialek Bahasa Arab." *Adabiyat* 7 (2008).

Sugito, Aryani Sairun, Ikbar Pratama, and Indah Azzahra. *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Deliserdang: Universitas Medan Ara Press, 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suyono, Imam. "Aqidah Akhlak." *Jurnal Ilmiah* 10, no. 2 (2017): 100–141.

Syahputra, Afrizal El Adzim. "Metode Dakwah Perspektif Quraish Shihab." *Al-Ifkar*, Vol. XII (2021).

Syamsul M R, Asep. "Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis." *Mimbar* 25 (2013).

Tompo, Basman. *Pesona Bot Telegram*. Vol. 1. Watampone: Penerbit Syahadah, 2018.

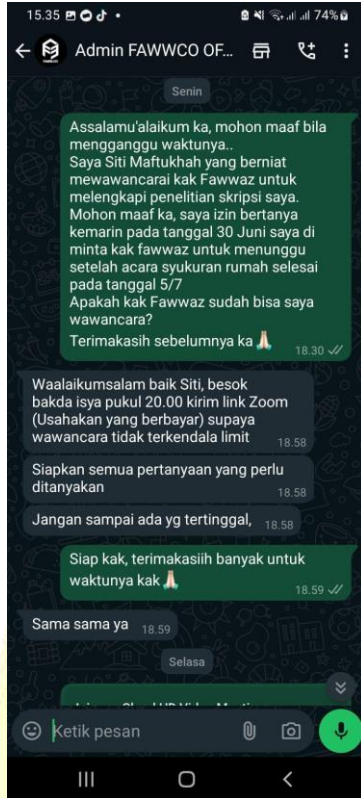
Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, and Angri Lismayani. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera." *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2023): 1–8.

Zuwirna. *Dasar-Dasar Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: KENCANA, 2020.

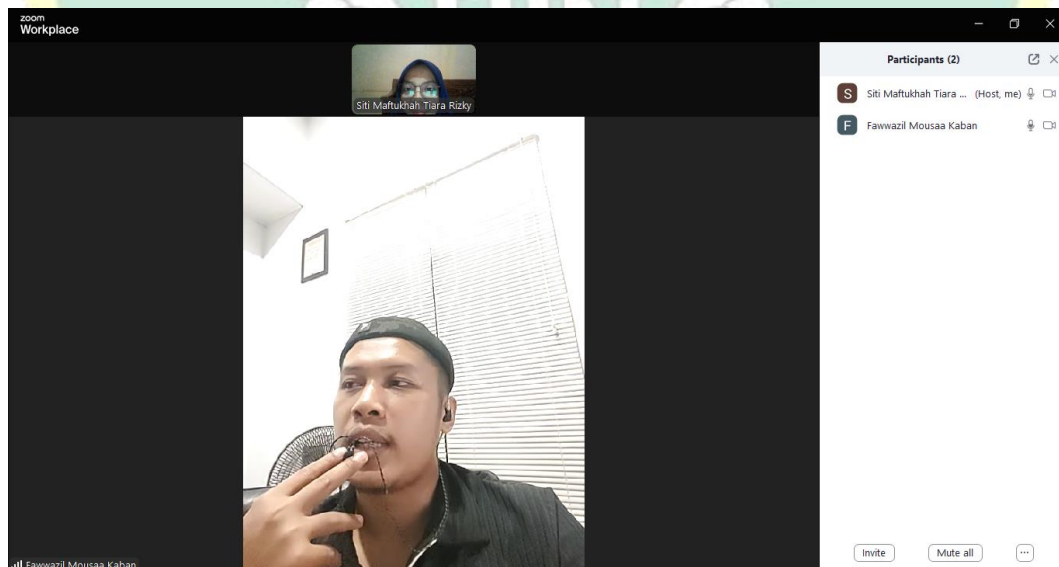
Kaban, Iga Rizki, wawancara oleh Siti Maftukhah Tiara Rizky. *Pemilik Akun TikTok @fawwazkaban* (10 Juni 2024).

LAMPIRAN

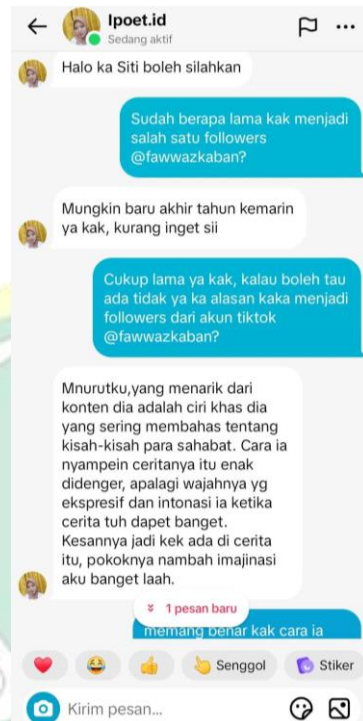
1. Bukti wawancara admin akun TikTok @fawwazkaban



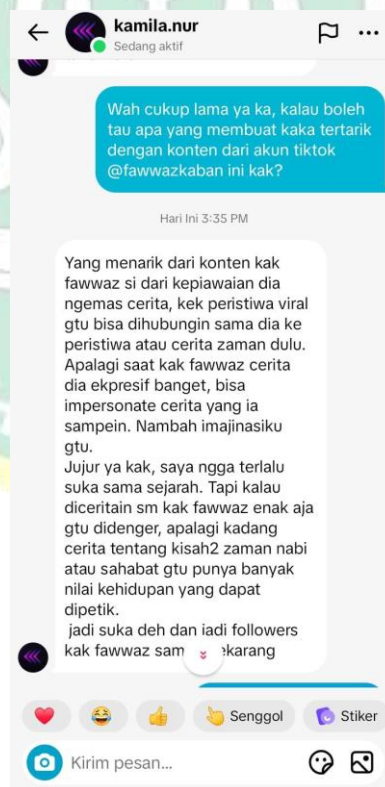
2. Dokumentasi saat wawancara bersama Iga Rizki Kaban (Pemilik Akun Tik Tok @fawwazkaban)



3. Bukti wawancara bersama Ipoet pengikut akun TikTok @fawwaz kaban



4. Bukti wawancara bersama Kamila Nur pengikut akun TikTok @fawwaz kaban



DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Siti Maftukhah Tiara Rizky
2. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 9 Oktober 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Pasir Wetan Rt 3 Rw 2 Karanglewas,
Banyumas
6. Alamat email : sitimaftukhahtiarar9@gmail.com
7. Nama Ayah : Taswan M. Anwar Hasanuddin
8. Nama Ibu : Siamsiti

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri Pasir Wetan (2007-2013)
2. SMP/MTS : SMP Negeri 4 Purwokerto (2013-2016)
3. SMA/SMK/MA : SMA Negeri 3 Purwokerto (2016-2019)
4. Perguruan Tinggi : S1-Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto

Purwokerto, 1 Juli 2024,

**Siti Maftukhah Tiara Rizky**

NIM. 2017102152