

STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA MILENIAL

ANNISA PUTRI

Institut Agama Islam Syekh Maulana Qori Bangko

email:

annisaputri@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan aplikasi Tiktok dalam proses penyampaian dakwah yang dilaksanakan mempunyai respon positif. Sehingga statement Tiktok yang awalnya sebagai aplikasi yang hanya berisi konten-konten video tidak bermanfaat kini berubah menjadi aplikasi yang berisikan konten-konten edukasi rohani dan islami yang membawa dampak dan respon positif bagi penggunaannya salah satunya yaitu dakwah untuk menyaingi konten-konten yang menyimpang atau tidak bermanfaat untuk umat islam sebagai metode penyampaian dakwah yang relevan pada era teknologi saat ini. Untuk penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih di tonjolkan dalam penelitian kualitatif. Metode seterusnya yang penulis gunakan dalam penulisan Artikel ini adalah literature review, yang terdapat dua tahap dalam penulisannya, pertama tahap seleksi atau memilih artiket, kedua tahap analisis isi artikel dilakukan secara detail. Berdasarkan penelitian di atas penulis menyimpulkan dalam berdakwah perlu mengikuti perkembangan zaman agar dalam proses mengajak, menyeru dan mengedukasi atau menyampaikan kebaikan dengan menyertakan unsur dakwah di dalamnya dapat di terima dengan baik, apalagi menggunakan Aplikasi yang memang sudah banyak di gunakan di berbagai kalangan yaitu TikTok. Kontren-konten dakwah juga dapat menyaingi konten lainnya yang tersebar di Tiktok dengan memenuhi syarat yang sudah ada di Tiktok dengan like, komen, salin link dan lain sebagainya sebagai pendukung akun agar akun tersebut tetap FYP atau terus taampil di beranda orang lain, sehingga semakin banyak orang yang melihatnya maka semakin banyak pula yang terajak dan tereduksi oleh konten yang di tampilkan tersebut.

Kata Kunci: Media Tiktok, Dakwah dan Milenial.

ABSTRACT

The use of the Tiktok application in the process of delivering da'wah has had a positive response. So the statement that Tiktok started as an application that only contained useless video content has now turned into an application that contains spiritual and Islamic educational content which has a positive impact and response for its users, one of which is da'wah to compete with content that is deviant or not. useful for Muslims as a method of delivering da'wah that is relevant in the current technological era. For this research, the author used qualitative research methods, where this qualitative research is descriptive and tends to use analysis. Process and meaning are more emphasized in qualitative research. The next method that the author uses in writing this article is a literature review, which has two stages in writing, the first is the selection stage or choosing articles, the second is the stage of analyzing the content of the article in detail. Based on the research above, the author concludes that in preaching it is necessary to keep up with the times so that the process of inviting, calling and educating or conveying goodness by including elements of da'wah in it can be well received, especially using an application that is already widely used in various circles, namely TikTok. Da'wah content can also compete with other content spread on Tiktok by fulfilling the existing requirements on Tiktok with likes, comments, copy links and so on as support for the account so that the account remains FYP or continues

to appear on other people's homepages, so that more and more The more people who see it, the more they will be invited and educated by the content

Keywords: *TikTok Medi, Da'wah and Millennials*

I. PENDAHULUAN

Dengan adanya perkembangan zaman tidak bisa di pungkiri juga kemajuan teknologi yang berkembang dari zaman ke zaman berkembang pesat sampai saat ini, dimana media informasi sangat mudah di dapatkan tidak perlu menunggunya melalui siaran radio, Koran yang hanya ada di setiap hari minggu ataupun hari tertentu saja. Sekarang semuanya ada dalam genggam tangan, dimana hanya membutuhkan sinyal internet saja ataupun bisa menggunakan WIFI dengan kekuatan sinyal yang kuat untuk mencari tahu berita ataupun informasi tanpa takut ketinggalan update terbaru. Apalagi di era zaman milenial ini telah banyak tersebar informasi-informasi di berbagai aplikasi yang di buat baik itu dalam negeri maupun luar negeri, hanya tinggal pandai dalam memilih dan memilah mana berita ataupun informasi yang akurat dan mana berita atau informasi yang hanya berupa sensasi saja. Bahkan sekarang berdakwah saja bisa di aplikasi tidak harus bertatap muka secara langsung, seperti di YouTube, TikTOK dan lain sebagainya. Dan lebih canggihnya lagi baru-baru ini viral cara berbicara, berpidato, berdakwah tidak harus merekam video secara langsung tapi cukup dengan foto saja bisa berdakwah dengan tema yang di angkat sesuai keinginan dengan menggunakan AI dengan kecerdasan teknologi dimana AI baik itu dalam bentuk aplikasi, web, robot pembantu atau lainnya dapat membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Dimana AI ini tidak menunggu waktu lama untuk menyelesaikan segala permasalahan yang sulit terpecahkan oleh manusia itu sendiri karena AI ini sudah di setting untuk memecahkan segala permasalahan kognitif yang umunya terkait dengan kecerdasan manusia, seperti pembelajaran, penciptaan, pengenalan gambar dan lain sebagainya. Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya sosial media yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebarkan informasi, sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita. Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i-da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain. Seperti yang kita ketahui sebelumnya, bahwa dakwah telah ada sejak zaman Nabi, dimana Nabi dan Rasul diutus oleh Allah SWT untuk menyebarkan risalah-risalah Islam bagi umatnya (Yulia Nafa Randani, 2021).

Adapun peranan media sosial menurut McQuail dalam buku *Mass Communication Theory*, yaitu; memberikan informasi tentang peristiwa yang ada di masyarakat, memberi informasi tentang hubungan yang bersifat menjelaskan dan mengomentari suatu peristiwa serta informasi, memberikan hiburan untuk mengalihkan perhatian akan adanya ketegangan sosial, sebagai alat kampanye tujuan masyarakat dalam bidang politik, pekerjaan, dan agama (McQuail, 2010). Salah satu fungsi media sosial tersebut adalah digunakan untuk berdakwah. Berdakwah adalah salah satu aktivitas mengajak, menyeru, dan menyampaikan petunjuk dari Allah Swt kepada manusia yang lain agar menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi seluruh larangannya sesuai dengan pesan-pesan kebaikan yang ada di dalam Al-Qur'an dan Hadits (Aziz, 2009). Media tiktok menjadi salah satu tempat untuk berdakwah dalam lingkup besar, dimana tingkat penonton sesuai generasi semuanya berkumpul di dalam satu aplikasi, peluang untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi kedalam hal kebaikan berpeluang besar karena aplikasi ini tidak hanya di gunakan di beberapa Negara saja namun hampir seluruh dunia tak terkecuali, dibalik berdakwah dengan tujuan baik tersebut di aplikasi tiktok ini pun bisa memberi peluang bagi konten creator dalam menghasilkan pundi-pundi uang melalui

konten edukasi yang dapat menarik minat yang besar bagi penonton, terkhusus bagi pendakwah di balik mengharap ridho dari Allah SWT dengan konten dakwah yang di sajikan sekaligus bisa menjadi amal jariah di akhirat nanti. Ini juga bisa jadi salah satu tempat mencari penghasilan jadi bisa memegang dua sekaligus dunia dan akhiratnya seimbang (Febriana, 2021).

Dunia dakwah juga memanfaatkan media sosial guna menjangkau kaum milenial. Dengan adanya perantara dakwah melalui media sosial, remaja milenial tidak menganggap dakwah itu sebagai salah satu media kampungan yang membosankan tetapi menarik untuk dipelajari dan dengar sehingga sedikit demi sedikit bisa merubah pola pikir mereka yang sebelumnya terpengaruh oleh hal-hal yang tidak bermanfaat menjadi lebih baik dari sebelumnya, perilaku mereka pun akan terkontrol dengan adanya kebijakan yang dilakukan ini dengan mengikuti perkembangan zaman (Musthofa, 2016). Penggunaan aplikasi Tiktok dalam proses penyampaian dakwah yang dilaksanakan mempunyai respon positif. Sehingga statement Tiktok yang awalnya sebagai aplikasi yang hanya berisi konten-konten video tidak bermanfaat kini berubah menjadi aplikasi yang berisikan konten-konten edukasi rohani dan islami yang membawa dampak dan respon positif bagi penggunanya salah satunya yaitu dakwah untuk menyaingi konten-konten yang menyimpang atau tidak bermanfaat untuk umat islam sebagai metode penyampaian dakwah yang relevan pada era teknologi saat ini (Lutfiana Allisa, 2023). Berdasarkan pemaparan diatas penulis menyimpulkan tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi secara ilmiah mengenai “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Era Milenial”.

II. METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih di tonjolkan dalam penelitian kualitatif. Metode seterusnya yang penulis gunakan dalam penulisan Artikel ini adalah literature review, yang terdapat dua tahap dalam penulisannya, pertama tahap seleksi atau memilih artikel, kedua tahap analisis isi artikel dilakukan secara detail. Tahapan seleksi artikel meliputi beberapa aktivitas yaitu: mengidentifikasi kata kunci yang akan ditelusuri, memilih sumber database penelusuran, mengunduh serta mengolah teks tersebut dan citation file dengan bodynote, mendeley (aplikasi manajemen referensi lainnya) merumuskan kriteria-kriteria penyertaan dan pengecualian untuk menyaring hasil dari penelusuran untuk bisa diteruskan ke tahapan selanjutnya yaitu pada tahap analisis. Sedangkan isis dari artikel terdiri atas dua kegiatan, yakni analisis deskriptif untuk menampilkan suatu fenomena yang terjadi dan analisis tematik agar mengetahui apa saja berkenaan dengan tema, analisis deskriptif meliputi proses pengolahan informasi, biografis, metode, dan hasil dari penelitian. Sedangkan analisis tematik adalah telaah pustaka dengan cara mendalam dengan berlandaskan fokus yang telah ditetapkan peneliti.

Dalam konteks ini peneliti membahas tentang Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Era Milenial di zaman yang sudah semakin berkembang dengan teknologi canggih untuk mengetahui apakah teknologi informasi ini mampu membantu dan sekiranya bermanfaat sebagai pendukung kinerja manusia menjadi semakin efektif dan mendorong pendakwah dalam menyampaikan nasihat, ajakan, edukasi tentang keislaman. Terkhususnya di Aplikasi TikTok ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilihat dari sudut etimologi, dakwah yaitu da'a-yadu'u yang artinya memanggil, menyeru, mengajak dan mengundang seseorang, sekelompok orang menuju kebajikan dan kebaikan, mengenal keislaman dan juga indahnya agama yang satu ini yaitu islam melalui dakwah

(Mahmud Yunus, 1973: 127). Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim untuk menyampaikan asma Allah dan juga Hadist yang telah tertulis di dalam Al-Qur'an, segala jawaban di atas dunia ini sudah tertulis dengan jelas di Al-Qur'an, sebagaimana Allah menurunkan wahyu melalui perantara malaikat jibril untuk di sampaikan kepada manusia. Al-Qur'an itu sendiri sebagai penopang jalan hidup manusia agar tidak tersesat ke jalan selain dari Ridho Allah SWT (Husaini & Fitria, 2019). Satuan bahasa "dakwah" dilihat dari sudut etimologi yang memiliki arti mengajak dalam hal kebaikan atas perintah Allah SWT, yang dilakukan oleh para Rasul, nabi, serta orang yang memiliki kesadaran dan keimanan untuk berdakwah. Hal ini merupakan suatu kewajiban bagi seorang muslim (Zain, 2019).

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa pada saat ini dakwah telah merambah kedunia memalui sosial media. Sekarang ini Banyak sekali konten yang telah tersebar luas dari berbagai platform, seperti TikTok, Facebook, Instagram, Telegram dan lain sebagainya. Terkhususnya Aplikasi Tiktok Semua platform yang telah tersedia di TikTok menjadi media paling menarik pandangan di berbagai kalangan, mulai anak muda hingga tua mayoritas menikmati aplikasi sebagai hiburan. Konten dakwah diunggah dalam platform tersebut, sehingga banyak pegiat dakwah yang mampu memberikan informasi dan dorongan hingga lahirnya da'i-da'i muda untuk berdakwah. Da'i-da'i muda lahir mampu memikat viewers dan diberi tanggapan baik oleh berbagai kalangan. Aktivitas dakwah pada akun TikTok ini telah dijelaskan oleh Para ulama bahwa dakwah itu hukumnya fardu kifayah. Oleh sebab itu, apabila di suatu tempat sudah ada para da'i yang sudah menegakkan atau melaksanakan kewajiban dakwah, maka kewajiban dakwah bagi yang lain akan gugur dengan sendirinya (Aminudin, 2016). Maka hukum ini berlaku untuk dakwah melalui media sosial TikTok karena Ustadz maupun orang-orang biasa banyak yang menggunakan TikTok sebagai media dakwah, maka kewajiban dakwah bagi pengguna lain menjadi gugur. Adapun dakwah melalui media sosial TikTok harus dilakukan secara continue karena masih banyaknya konten pornografi dan video-video maksiat yang merupakan salah satu dampak negatif media sosial TikTok. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content) (Nasrullah, 2015). Maka berdasarkan pengertian tersebut akun TikTok dapat menghasilkan konten berupa konten dakwah. Adapun beberapa karakteristik yang ada pada media sosial yaitu partisipasi, keterbukaan, perbincangan sosial media, komunitas dan keterhubungan (Khairuni, 2016). Maka akun TikTok yang akan digunakan sebagai media dakwah di kaum milenial ini seharusnya sudah memenuhi kelima karakteristik tersebut yaitu partisipasi dan keterbukaan berupa followers memberikan like, comment dan share video, perbincangan sosial media berupa adanya perbincangan antara creator dan followers melalui section comment dan tanya jawab, komunitas dan keterhubungan berupa adanya sumber informasi lain di grup Whatsapp dan grup Telegram. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah) dan atsar (efek dakwah) (Aminudin, 2016). Maka aktivitas dakwah pada akun TikTok tersebut secara keseluruhan telah dikatakan baik karena telah memenuhi unsure-unsur dakwah tersebut (Salma HumairaSupratman, 2022).

Generasi Z Dalam perkembangan komunikasi dimana teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan di dunia modern, kita mengenal beberapa generasi yang dikenal dengan teori generasi. Pembagian ini terkait dengan beberapa asumsi tentang periode atau zaman yang sudah berkembang sesuai dengan waktu yang semakin berjalan dinalik itu juga terkait dengan pengalaman sejarah yang sama. Definisi generasi secara teoritikal memang terkait dengan sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur, lokasi, pengalaman sejarah maupun kejadian dalam diri individu tersebut. Oblinger mencoba mengelompokan generasi

kedalam 5 kategori utama, yakni : a. Matures, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran kurang dari tahun 1946. b. Baby Boomers, yakni generasi yang lahir ditahun 1947-1964. c. Generation Xers atau generasi X, yakni generasi yang lahir ditahun 1965-1980. d. Gen-Y atau NetGen, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran direntang tahun 1981-1995. e. Post Millenials, yang merupakan generasi dengan angka kelahiran direntang tahun 1995 hingga sekarang. Selain pembedaan tentang tahun kelahiran juga terdapat perbedaan karakter antara Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Bencsik mencoba menjelaskan perbedaan Generasi Z dengan generasi-generasi lainnya. Dari segi sudut pandang dalam melihat segala sesuatu, Generasi Z cenderung tidak memiliki rasa komitmen, bahagia dengan apa yang ia miliki saat ini dan hidup untuk saat ini. Berbeda dengan Generasi Baby Boomer yang cenderung berpikir secara terpadu dan komunal, Generasi X yang cenderung memiliki cara pandang berpusat pada diri sendiridan untuk kepentingan jangka menengah, sedangkan Generasi Y atau milenial cenderung lebih egoistic dan untuk kepentingan jangka pendek. Generasi-generasi di atas di tandai juga dengan sikap yang di tunjukkan dalam menyelesaikan suatu permasalahan, dan juga mental yang dimiliki setiap generasi tersebut, ada yang tahan banting di segala kondisi, tidak mudah mengeluh dalam menghadapi tantangan dan seterusnya. Berbanding terbalik dengan beberapa generasi lain nya dimana terkenal dengan sikap manja, mudah mengeluh, mentalnya begitu rentan karena lemah, lebih tidak memiliki empati atau bersikap tidak peduli (Robby Aditya Putra, 2023).

Dari hasil perbandingan jurnal yang sudah dibaca, maka kami mendapatkan hasil bahwa dakwah disampaikan melalui aplikasi Tik tok sangat efektif, karena melihat banyaknya pengguna aplikasi Tik tok di zaman sekarang, apalagi konten konten dakwah yang disampaikan harus kreatif mengikuti perkembangan zaman, mulai dari cara pengemasan hingga penyayangan dikemas secara singkat dan sangat baik agar para penonton konten dakwah di aplikasi tiktok lebih mudah untuk memahami isi konten tersebut. Aplikasi Tiktok juga sangat mudah di akses oleh para kaum remaja dikarenakan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang saat ini dan melihat banyaknya pengunduh aplikasitiktok di sosial media. Adapun Dampak Positif dan Negatif dari penggunaan aplikasi tiktok di dunia maya, yaitu para remaja dapat menayangkan konten apapun secara bebas di aplikasi tiktok. Maka dari itu konten yang di sajikan belum tentu sesuai dengan ajaran islam karena semakin banyaknya konten yang sudah tersedia di Tik tok, sehingga para remaja susah untuk membedakan mana konten yang baik, mana konten yang tidak baik untuk ditonton. Dampak positif dari penggunaan aplikasi tik tok adalah memudahkan para da'I dan masyarakat untuk menyebarluaskan konten konten dakwah di sosial media. Di era modern saat ini, para remaja harus bisa memanfaatkan sosial media seperti halnya aplikasi Tik tok, yang dimana didalamnya terdapat konten konten yang mendukung semangat islami untuk berdakwah, maka konten tersebut bertujuan untuk membuat para remaja menyadari bahwasannya konten islami juga sangat digemari oleh para penonton di aplikasi Tik tok, dengan tayangan yang tidak membosankan dan sangat kreatif, contohnya video pendek yang didalamnya diselipkan unsur humor atau kesenangan yang tetap berlandaskan pada ajaran islam (Syufa Tasya Kamilah, 2023).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas penulis menyimpulkan dalam berdakwah perlu mengikuti perkembangan zaman agar dalam proses mengajak, menyeru dan mengedukasi atau menyampaikan kebaikan dengan menyertakan unsur dakwah di dalamnya dapat di terima dengan baik, apalagi menggunakan Aplikasi yang memang sudah banyak di gunakan di berbagai kalangan yaitu TikTok. Kontren-konten dakwah juga dapat menyaingi konten lainnya yang tersebar di Tiktok dengan memenuhi syarat yang sudah ada di Tiktok dengan like, komen,

salin link dan lain sebagainya sebagai pendukung akun agar akun tersebut tetap FYP atau terus tampil di beranda orang lain, sehingga semakin banyak orang yang melihatnya maka semakin banyak pula yang terajak dan teredukasi oleh konten yang di tampilkan tersebut. Tak jarang juga walaupun konten berupa positif namun menerima berbagai respon ada yang merespon positif dan ada yang baliknya merespon negatif. Namun menjadi seorang pendakwah di Aplikasi Tiktok harus sedikit sabar, memiliki energy yang penuh untu bangkit ketika ada yang menjatuhkan, pintar dalam mengedukasi melalui konten-konten terkait yang sedang trending agar lebih banyak yang teredukasi namun juga tidak menyimpang keranah yang tidak seharusnya di masuki.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Artikel ini. Sehingga selesai penulisan artikel ini dengan baik sesuai dengan templat yang telah tersedia, dan penulis juga memohon maaf jika terdapat kesalahan dan typo baik dalam pengetikan dan juga lain sebagainya yang berkaitan. Semoga Artikel ini dapat menambah ilmu pengetahuan kita semua tak terkecuali bagi penulis sendiri.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Febri palupi muslikhah, r. F. (2022). Penggunaan media sosial tiktok sebagai media dakwah terhadap wawasan keagamaanbagi mahasiswa di institut agama islam sahid bogor . *Jurnal sahid da'wath* , 15-28.
- Febriana, a. (2021). Pemanfaatan tik-tok sebagai media dakwah; studi kasus ustad syam, di akun @syam_elmarusy. *Media kmunikasi dan dakwah* , 180-194.
- Lutfiana allisa, a. T. (2023). Pengaruh dakwah di media sosial tiktok terhadap tingkat religiusitas remaja di demak. *Ilmu komunikasi* , 26-38.
- Pratiwi, c. S. (2022). Platform tiktok sebagai reprensi media dakwah di era digital. *Jurna komunikasi dan penyiaran islam* , 50-65.
- Robby aditya putra, e. A. (2023). Pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah terhadap generasi z. *Jurnal dakwah dan komunikasi* , 58-71.
- Salma humairasupratman, h. S. (2022). Efektivitas dakwah melalui media sosial tiktok dalam meningkatkan nilai-nilaikeberagaman. *Jurnal riset komunikasi penyiaran islam (jrkipi)* , 09-14.
- Syufa tasya kamilah, p. A. (2023). Analisis konten dakwah dalam aplikasi tiktok di kalangan remaja. *Politik, sosial, hukum dan humaiora* , 50-62.
- Yulia nafa randani, s. J. (2021). Strategi pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai dakwah untuk kaum milenial. *At-thullab jurnal* , 578-601.