

PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAN JANGKAUAN DAKWAH ISLAM

Indra Adam¹

Institut Agama Islam Negeri Manado¹

Email: ia5789674@gmail.com¹

Abstract

The rapid advancement of digital technology requires Islamic preachers (da'i), both those with established scholarly authority and younger generations, to adapt to contemporary developments. Social media, particularly TikTok, has emerged as a strategic platform for disseminating Islamic preaching (da'wah) widely and efficiently. The use of TikTok for da'wah purposes should be guided by an understanding of Islamic jurisprudential principles, especially regarding the objectives of media utilization, to ensure that the content promotes public benefit and avoids negative impacts on individuals and society. This study aims to examine the role of TikTok in enhancing the quality and reach of Islamic da'wah. Using a qualitative approach, the research analyzes da'wah content and interaction patterns between preachers and viewers. The findings indicate that TikTok plays a significant role in expanding the reach of Islamic da'wah and improving the quality of religious messages through creative, interactive, and aesthetically appealing content. Active engagement between da'i and audiences, particularly in responding to viewers' questions and concerns, contributes to improved religious understanding and positive reciprocal relationships. Furthermore, visually attractive presentations and compelling narratives increase audience engagement, repeated visits, and content sharing, thereby strengthening the effectiveness of digital Islamic preaching.

Keywords: Islamic da'wah, social media, TikTok, digital preaching, preacher creativity.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menuntut para da'i, baik yang telah memiliki otoritas keilmuan maupun da'i muda, untuk beradaptasi dengan dinamika zaman. Media sosial, khususnya TikTok, menjadi salah satu platform strategis dalam menyebarkan dakwah Islam secara luas dan cepat. Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah perlu disertai dengan pemahaman kaidah fikih, terutama terkait tujuan penggunaan media, agar konten yang disampaikan membawa kemaslahatan serta tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TikTok dalam meningkatkan kualitas dan jangkauan dakwah Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis terhadap konten dakwah dan pola interaksi antara da'i dan viewers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan signifikan dalam memperluas jangkauan dakwah Islam serta meningkatkan kualitas penyampaian pesan keagamaan melalui konten yang kreatif, interaktif, dan estetis. Interaksi aktif antara da'i dan audiens, seperti respons terhadap pertanyaan dan keresahan viewers, terbukti meningkatkan pemahaman keagamaan serta membangun hubungan timbal balik yang positif.

Kata kunci: dakwah Islam, media sosial, TikTok

LATAR BELAKANG

Pada masa kehidupan sekarang ini manusia tidak bisa terlepas oleh kecanggihan teknologi yang semakin maju dan sudah sangat berkembang pesat keseluruh dunia. Manusia menggunakan internet untuk saling terhubung. Dalam kehidupan manusia saat ini saling berhubungan di media sosial untuk melakukan komunikasi atau saling bertukar informasi (Zulkifli, A. 2021.)

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepretrasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial adalah platform online dengan menyediakan kemudahan akses penggunaan kepada user untuk berbagi, berpartisipasi, jejaring sosial, wiki dan dunia virtual lainnya. Media sosial dapat memberikan informasi dalam waktu yang sangat cepat dan tak terbatas.

Media sosial sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan manusia saat ini. Dalam media sosial tidak hanya bisa saling berkomunikasi atau saling bertukar informasi tetapi di media sosial juga terdapat hiburan dan dakwah-dakwah yang sudah sangat mengikuti zaman. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini yaitu aplikasi TikTok. Menurut laporan dari Sensor Tower aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 87juta kali dan menjadikan TikTok sebagai aplikasi paling banyak diunduh mengalahkan aplikasi Zoom marak pada masa pandemic Covid-19. Aplikasi TikTok dibuat oleh China pada bulan September 2016 dengan berbasis aplikasi jejaring sosial online. TikTok sebagai media sosial masa kini yang tentu saja sangat populer dikalangan masyarakat terutama generasi zillennial yang sudah banyak memiliki kemampuan dalam menguasai akses internet dan preferensi penggunaan media sosial.

Berdakwah adalah salah satu aktivitas mengajak, menyeru, dan menyampaikan petunjuk dari Allah Swt kepada manusia yang lain agar menjalankan segala perintahNya dan menjauhi seluruh larangannya sesuai dengan pesan-pesan kebaikan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dakwah juga merupakan suatu kewajiban untuk seluruh umat Islam agar menyampaikan seruan dari Allah dengan baik dan benar. Dakwah dapat disampaikan dengan berbagai macam cara dan media. Salah satunya dengan media sosial, dengan berkembang pesatnya teknologi zaman sekarang maka akan mempermudah para pendakwah untuk menyampaikan dakwahnya dengan mudah dan cepat. Para pendakwah bukan hanya dituntut untuk cakap dalam menyampaikan informasi keagamaan melainkan juga mampu memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Salah satunya dengan aplikasi TikTok, aplikasi yang sangat mudah diakses oleh semua masyarakat di seluruh dunia. Dengan aplikasi TikTok sebagai media dakwah nya maka para pendakwah dituntut untuk lebih kreatif dan inovasi dalam berdakwah agar dakwahnya dapat diterima dan

dipahami dengan baik oleh pengguna aplikasi TikTok.

PEMBAHASAN

Peran Dan Potensi Sosial Media Dalam Dakwah

Sosial media memainkan peran penting yang signifikan dalam dakwah Islam di era digital. Sebagai platform yang populer dan luas, sosial media menyediakan saluran komunikasi yang efektif bagi para da'i untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui sosial media, para da'i dapat berbagi ceramah, kajian, tulisan, dan kutipan inspiratif mengenai ajaran Islam dengan mudah dan cepat. Peran sosial media dalam dakwah Islam juga melibatkan aspek interaktif dan partisipatif (Salsabila & Muslim, 2022). Melalui fitur-fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan grup diskusi, sosial media memungkinkan para da'i untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka. Ini memungkinkan terjalinnya dialog yang aktif, memungkinkan pertanyaan dijawab, kekhawatiran ditanggapi, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang Islam dicapai. Selain itu, sosial media juga memberikan ruang bagi komunitas Muslim untuk saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan moral, dan memperkuat ikatan sosial dalam mempraktikkan ajaran Islam.

Salah satu contoh konkret yang menggambarkan peran sosial media dalam dakwah Islam adalah akun Instagram @nuonline_id yang dikelola oleh LTNNahdlatul Ulama (PBNU) Executive Board (Romadani & Fikry, 2021). Akun ini berhasil memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dengan mengunggah konten dakwah yang informatif, inspiratif, dan edukatif, akun ini mampu menyampaikan pesan-pesan agama kepada ribuan pengikutnya. Selain itu, media sosial juga memberikan peluang bagi da'i dan mubaligh lokal untuk menggunakan saluran alternatif dalam menyebarkan pesan dakwah mereka. Selain menggunakan media massa tradisional, seperti surat kabar dan televisi, da'i dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan mad'u. Melalui platform sosial media seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, da'i dapat mempublikasikan ceramah, kajian, dan tulisan-tulisan agama mereka, mencapai audiens yang lebih luas, serta membangun komunitas yang berbagi minat dan keyakinan. Dengan memanfaatkan media sosial secara strategis, dakwah dapat menembus batasan geografis dan menghadapi tantangan dan hambatan yang ada dalam penyebaran pesan agama.

Namun, penting untuk diakui bahwa penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satu dampak negatif yang perlu diwaspadai adalah adanya konten-konten yang belum sepenuhnya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan kredibilitasnya. Hal ini dapat berdampak buruk terhadap pemikiran masyarakat yang belum tentu memiliki pemahaman yang cukup

tentang ajaran agama. Selain itu, fenomena dakwah kaum Islam Radikal juga menjadi perhatian serius, di mana mereka menyudutkan ajaran pesantren dengan mengabaikan konteks zaman dan kearifan lokal masyarakat.

Fenomena ini dapat menghasilkan pemahaman yang salah tentang Islam dan menyebabkan potensi radikalisasi di kalangan masyarakat. Untuk itu, kiai dan santri memiliki peran penting dalam melawan dampak negatif tersebut dan berkontribusi dalam pembelaan siber terhadap ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin serta menjaga kearifan lokal masyarakat. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan literasi digital di kalangan kiai dan santri. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang media sosial dan literasi digital, kiai dan santri dapat secara kritis menganalisis konten yang mereka temui di media sosial, memilah informasi yang dapat dipercaya, serta memahami konteks dan nilai-nilai ajaran Islam yang sesungguhnya. Selain itu, mereka juga dapat aktif berpartisipasi dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah yang benar dan mempromosikan kearifan lokal melalui media sosial. Selain peran dan potensi sosial media dalam dakwah, media sosial juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengembangkan strategi dakwah yang menarik dan relevan dengan perkembangan zaman.

Seorang content creator pada media sosial memiliki kesempatan untuk menggunakan berbagai strategi komunikasi pemasaran guna menarik perhatian dan mempertahankan audiensnya. Dalam konteks dakwah, strategi komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas, terutama anak muda. Dalam menggunakan media sosial sebagai alat dakwah, seorang content creator dapat mengadaptasi gaya komunikasi yang sesuai dengan target audiensnya. Misalnya, mereka dapat memperhatikan tren perkembangan gaya komunikasi dan gaya hidup milenial untuk membuat konten yang menarik dan relevan. Penggunaan warna-warna bernuansa romantis, gambar-gambar yang menarik, dan kata-kata yang mudah diterima dan dipahami oleh anak muda dapat meningkatkan daya tarik konten dakwah di media sosial.

Dalam konteks dakwah Islam, media sosial memiliki peran penting sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara global. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat dengan cepat dan efektif mencapai audiens yang lebih luas di berbagai belahan dunia. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Konten-konten dakwah yang disebarkan melalui media sosial harus memperhatikan kebenaran, kredibilitas, dan konteks ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin. Selain itu, kiai dan santri memiliki peran penting dalam menjaga kearifan lokal masyarakat melalui kegiatan literasi digital dan pembelaan siber. Melalui literasi digital, mereka dapat meningkatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial yang tepat dalam menyebarkan pesan-pesan Islam. Selain itu, mereka juga dapat berperan dalam mengatasi konten-konten negatif atau kontroversial yang dapat merusak citra dan pemahaman ajaran Islam. Dengan demikian, melalui kolaborasi antara kiai, santri, dan pengguna media sosial yang bijak, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat

memberikan manfaat yang positif dalam menyebarkan ajaran Islam di era digital ini.

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Kegiatan Dakwah Oleh Ustadz Agam

Ustadz Agam berdakwah dengan memanfaatkan salah satu media sosial yaitu TikTok. Berdakwah di media sosial sangat efektif karena masyarakat telah menggunakan kemajuan teknologi media sosial, yang memungkinkan pesan dakwah sampai ke lebih banyak orang di seluruh dunia dengan cepat dan efektif. Melalui aktualisasi dakwah di internet, generasi milenial menegaskan diri sebagai kelompok yang terlibat dalam dakwah. Milenial adalah demografi yang sangat memahami teknologi informasi dan aktif menggunakan media sosial. Mereka melihat kemajuan teknologi sebagai bagian dari aktualisasi diri dan harus dihindari. Ini disebabkan oleh kelahiran dan perkembangan generasi milenial seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Tidak hanya generasi milenial menerima teknologi, mereka juga aktif memanfaatkannya untuk kebutuhan hidup mereka. Mereka menganggap teknologi dan informasi sama pentingnya dengan kebutuhan dasar manusia seperti makan dan minum.

Menurut Walter Fisher, emosi, nilai, dan estetika membentuk keyakinan dan tindakan kita, dan cerita yang baik, bukan argumen yang baik, dapat membujuk orang. Kisah di balik ini adalah bagaimana video-video di TikTok "mempengaruhi kita dan membentuk dasar keyakinan dan tindakan kita". Milenial dai bergantung pada media sosial untuk menjalankan aktivitas sehari-hari mereka, termasuk dakwah. Dakwah dilakukan baik di dunia nyata maupun di dunia maya, jadi ia dihubungkan dengan media sosial sebagai bagian dari aktualisasi dakwah. TikTok memiliki 1,4 juta pengikut, dengan 86% perempuan. Akibatnya, mayoritas penonton konten Ustadz Agam adalah wanita. Sangat menarik bahwa sembilan puluh persen isinya berbicara tentang hal-hal yang terkait dengan remaja, seperti amalan, tip, cinta, dan perasaan.

Ustadz Agam berfokus pada remaja. Karena ingin merangkul remaja, terutama mereka yang melakukan perjalanan hijrah, ia mendirikan komunitas atau kelas yang disebut Secara teoritis, "setelah gelap" dan "04.05" menunjukkan waktu dari malam hingga awal pagi. untuk membuat cahaya garis putih, yang pada dasarnya beralih dari gelape cahaya, di mana orang dapat melihat dengan jelas karakteristik komunikasi dua arah (dialog) dan searah (monolog) Transparan berarti berbicara secara langsung dan Transparan berarti berbicara secara langsung dan menerima kritik. Ceramah yang singkat dan menarik membahas dakwah. Selain itu, materi yang disampaikan oleh Ustadz Agam sebagian besar berasal dari masalah atau kejadian yang terjadi di masa sekarang. Gagasan dakwah Ustadz Agam Fachrul pada konten dakwahnya di TikTok secara umum adalah dengan membuat video berdurasi pendek yang tidak hanya menyampaikan ceramah secara lisan tetapi juga sering mengikuti fitur populer di TikTok, seperti tanya jawab, kisah inspiratif, mengambil kutipan dari video lain, dan membagikan video dakwah yang diselipi komedi tetapi mendidik.

Berikut ini contoh konten dakwah Ustadz Agam: Berdakwah Melalui Cerita

Inspiratif Terdapat pada salah satu kontennya yang di upload pada tanggal 19 Mei 2021. Ustadz Agam berkata: “Apakah Fatimah Azzahra senang dengan cara Ali bin Abi Thalib mencintainya dengan orang lain yang melihat aurat istrinya bahkan di malam hari dan berkata, "Matikan lilin itu, bahkan bayanganmu pun aku tidak akan memberikannya kepada orang lain"? Dia tidak berteriak, "Tubuhku pilihanku. Canda, tubuhku pilihanku," meskipun dia tampak senang.”

1,1 juta orang suka cerita inspiratif ini, dan 3,929 orang meninggalkan komentar. Ini menunjukkan kekuatan cerita di media sosial TikTok karena pengikutnya mudah diikuti. Ustadz Agam mendefinisikan dirinya sebagai kelompok individu yang terlibat dalam dakwah melalui aktualisasi harmonisasinya di antara generasi milenial yang menerima dakwah. Bertahan dari tekanan, berbagi cerita inspiratif, dan berpartisipasi dalam setiap tugas sebagai da'I. Salah satu elemen yang menyatukan dakwah adalah aktualisasi yang disampaikan oleh Ustadz Agam. Ini menunjukkan bahwa dakwah dianggap sebagai pekerjaan profesional selain keagamaan. Dengan Bahasa Yang Mudah Dipahami Bahasa dapat berfungsi sebagai alat dakwah yang efektif jika digunakan dengan benar.

Salah satu aspek menarik dari eksistensi da'I adalah cara mereka menggunakan media di TikTok, terutama Ustadz Agam, yang menggunakan bahasa yang santai dan pergaulan serta memiliki ciri-ciri muda dan milenial. seperti yang ditunjukkan oleh materi dakwahnya, salah satunya, "Sering ga sih sedih tiba-tiba tanpa sebab", diunggah pada 30 Agustus oleh Ustadz Agam, “Jika Anda pernah mengalami kesedihan tiba-tiba, sebenarnya tidak ada alasan untuk itu. Tidak ada hujan atau badai, tetapi hati Anda tiba-tiba sedih atau galau, itulah alasannya. Kemudian Rasulullah bersabda bahwa ada seorang hamba yang memiliki banyak dosa dan tidak memiliki amal apa pun untuk menghapusnya, maka Allah SWT *ibtalabullabu bil husni*, membuatnya sedih. Tidak ada alasan, apa tujuan? Allah *Yukaffiruha* ingin dosa dihapus dari hamba-hambanya. Ini adalah contoh cinta Allah, sayang Allah, karena Allah tidak ingin ketika hamba-ya menghadapi Dia di akhirat dengan banyak dosa. Karena mereka menghadapi masalah yang menjadi masalah bagi generasi milenial, penyampaian Ustadz Agam di atas mungkin menarik perhatian khalayak milenial. di mana manfaat dakwahnya tetap ada karena menyasar mereka yang melihatnya. Pemilihan kata yang dibawakan sangat dekat bagi anak-anak muda modern yang selalu terhubung ke internet.

Orang yang berdakwah dapat menyebarkan pesannya melalui aktualisasi diri dan dakwah di dunia maya, seperti yang dilakukan Ustadz Agam. Dengan tidak menyinggung atau menampilkan pro dan kontra dalam komunikasinya, ini diterima dengan baik oleh sasaran utamanya, yakni anak muda yang saat ini menggunakan media sosial TikTok. Kajiannya Praktis Dakwah Islam sedang menangani dua masalah penting saat ini. Pertama, ilmu dakwah sangat konvensional. Sangat penting untuk menekankan bahwa pesan harus sederhana dan praktis saat menyampaikan dakwah, terutama kepada khalayak milenial atau anak-anak modern. Hal ini karena ini dapat menunjukkan bagaimana pesan dapat mempengaruhi khalayak. "Praktis" adalah sesuatu yang sederhana, efektif, dan terorganisir dengan baik. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian, Ustadz Agam mungkin dapat

menerapkan temuan ini dalam dakwahnya.

Ustadz Agam tidak banyak membahas topik seperti hitam dan putih atau halal dan haram. Dakwah ini dilarang oleh Ustadz Agam karena membuat orang bosan atau suntuk. Dia menekannya dengan halus dengan menggunakan beberapa contoh cerita. sebagaimana diterbitkan pada 25 Mei 2021. Ustadz Agam menyatakan. Jadi, kenapa hafiz Alquran pacaran saat ini ramai? Wah. Pertama, Alquran berada di tempat ini (hati, menyentuh dada), bukan di tempat lain (otak, menunjuk ke dadanya). Inna Alaina Jamahu Qur'ana. Kita adalah orang-orang yang mengumpulkan Alquran di dalam hati kita dan kemudian membacanya. Itu akan menjadi lahum kulubun layafkohuna biha jika ditempatkan di sini (otak). Orang-orang ini memiliki hati, tetapi mereka tidak mengetahuinya. Yang kedua, sebab apa yang mendorong hafidz Alquran untuk melakukan aktivitas fisik? Akibatnya, ketika setan menggoda manusia, mereka tidak melakukannya dengan cara yang buruk; sebaliknya, mereka akan melakukannya dengan cara yang terlihat baik sehingga mereka dapat melakukan kemaksiatan. Setan membuat hal-hal yang sebenarnya tidak boleh dilakukan menjadi indah dengan cara yang sama seperti fazayyana lahum syaihona wa a'malahum. Akibatnya, harus ada risiko jika hafidz Alquran pacaran. Pertama, pacarnya berhenti atau hafalannya hilang karena pacarnya. Itu tepat."

Karena pentingnya memahami pesan atau situasi dengan mudah, kajian yang dibawakan Ustadz Agam di sini sangat praktis dan dapat diterima. Identifikasi masalah yang perlu dimasukkan ke dalam rencana pesan untuk melihat bagaimana hal itu terjadi dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pesan disampaikan. Kemampuan analisis, sistematis, kritis, dan kreatif Ustadz Agam dalam menciptakan kajian dakwah yang dibawakannya sangat praktis.

Interaktif Dalam beberapa materinya, Ustadz Agam berbicara dengan para netizen dan menjawab pertanyaan mereka di kolom komentar. Metode ini dapat dianggap penting karena seorang pendakwah tidak memahami masalah mitra dakwah. Salah satunya adalah video Ustadz Agam di TikTok yang diunggah pada tanggal 25 Juni di mana dia menjawab pertanyaan netizen di @nadiayazt. Dalam beberapa materinya, Ustadz Agam berbicara dengan netizen, salah satunya dengan menjawab pertanyaan netizen di kolom komentar. Karena seorang pendakwah tidak memahami masalah mitra dakwah, metode ini dapat dianggap penting. Salah satunya adalah video Ustadz Agam di TikTok yang diunggah pada tanggal 25 Juni di mana dia menjawab pertanyaan netizen @nadiayazt.

"Apakah Bang bagus? Bagaimana jika kita memakai kerudung dengan banyak motif bunga? Jika Anda sedang sholat, akan lebih baik jika Anda tidak memakai mukena yang terlalu hedon. Mukena yang terlalu hedon dapat membuat bagian belakang Anda tidak fokus dan membuat Anda tidak fokus. Untuk keluar, jangan memakai kerudung yang shuhrob karena takut jatuh ke tabbaruj karena keindahan. Untuk hangout, warna hitam adalah yang terbaik. Itu tidak tembus pandang, elegan, dan gambar yang diberikan juga luar biasa."

Pesan dakwah di atas menyatakan bahwa interaktif adalah metode komunikasi dua

arah di mana orang berinteraksi satu sama lain untuk membangun hubungan timbal balik yang aktif. Ustadz Agam membahas hubungan sebab akibat, atau hubungan antara dua peristiwa. Interaksi ini terlihat dalam penyampaian dakwah Ustadz Agam, baik dalam video yang dia unggah di TikTok, tetapi reaksi berasal dari penonton atau orang-orang yang menonton video TikTok. Di sini, hubungan yang dibangun antara dai dan mad'u berfungsi sebagai pengukur seberapa baik dai menyebarkan pesannya. Komaruddin mengatakan bahwa efektifitas adalah kondisi yang menunjukkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan. Hasilnya, dakwah ustadz agam di akun manusia TikTok @hyung_agam berhasil meningkatkan nilai-nilai agama islam dengan meningkatkan akhlak terhadap Allah Swt, diri sendiri, dan sesama manusia. Satu tujuan dari dakwah ustadz agam adalah untuk memberi pemuda pemahaman yang lebih baik tentang Allah agar mereka memiliki semangat yang lebih baik baik di dunia maupun akhirat. Untuk menentukan apakah suatu program efektif, Cambell dalam Starawaji mengatakan bahwa ukuran aktualitas terdiri dari keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan pengguna terhadap program, tingkat input dan output, dan pencapaian tujuan secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat tersebut, ukuran efektivitas pada akun TikTok @hyung_agam adalah keberhasilan sasaran, yaitu ukuran efektivitas yang diukur dengan memusatkan perhatian pada aspek output dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, keberhasilan sasaran akun TikTok @hyung_agam terbukti efektif dalam meningkatkan nilai-nilai agama islam sasaran dakwahnya, yaitu pengikut, karena ia berhasil mengubah akhlak pengikutnya terhadap Allah Swt, terhadap diri sendiri Hasil observasi menunjukkan bahwa pengikut ini memilih TikTok sebagai platform media sosial karena video dakwahnya menarik, singkat, padat, jelas, praktis, mudah diakses, dan menanamkan kepercayaan bahwa mereka adalah kebenaran karena disampaikan oleh orang yang kompeten di bidangnya yang bersumber dari Alquran dan sunah. Dengan menggunakan kolom komentar, likes, dan share, dakwah di akun TikTok @hyung_agam berhasil meningkatkan nilai-nilai agama islam di kalangan milenial. Peningkatan pengetahuan pengikut tentang nilai-nilai agama Islam yang ditunjukkan. Isi pesan yang dikomunikasikan sangat penting untuk mencapai tujuan dakwah.

Dalam dakwah, fakta sosial yang menjadi masalah bagi khalayak saat ini dapat digunakan. Tidak peduli apa yang digunakan, dakwah berhasil. Teori difusi inovasi menjelaskan bahwa materi yang disampaikan Ustadz Agam adalah inovasi dalam cara dia berbicara. Teori ini berkaitan dengan ide atau gagasan baru yang dibuat oleh Gabir Tade. Tujuan inovasi, yang mencakup gagasan, teknologi, dan ilmu pengetahuan, adalah subjeknya. Dalam teks yang disampaikan, kemunculan dai milenial harus menjadi garis besar tersendiri. Dari artikel sebelumnya tentang pendapat Ustadz Agam serta taktiknya di media sosial TikTok.

Ustadz Agam memiliki banyak cara untuk menarik perhatian khalayak atau netizen. Materi yang disampaikan oleh Ustadz Agam sebagian besar berfokus pada masalah atau peristiwa aktual. Salah satu cara untuk menilai dakwah Ustadz Agam adalah dengan

melihat empat sifat kreatifnya, yang berpotensi memengaruhi adopsi individu dan Masyarakat. Dalam teks yang disampaikan, kemunculan da'I milenial harus menjadi garis besar tersendiri. Disebutkan dalam ulasan sebelumnya tentang pemikiran dan metode Ustadz Agam di media sosial TikTok bahwa dia menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian penonton atau netizen.

Materi yang disampaikan oleh Ustadz Agam sebagian besar berasal dari masalah atau peristiwa yang terjadi di dunia modern. Akibatnya, mad'u sangat tertarik dengan apa yang dikatakan Ustadz Agam dan sangat antusias dengan apa yang dia katakan. Melalui perencanaan yang cermat dan pengemasan yang menarik, sambil mempertahankan fondasi sejarah, masalah tersebut diselesaikan secara menyeluruh. Ini mendukung keberhasilan dakwah Ustadz Agam, karena materi yang diajukan diterima dengan baik dan menginspirasi mitra dakwah. Meskipun Ustadz Agam berhasil, dia tidak memiliki keistiqomahan dalam berdakwah secara online, terutama di TikTok. Akibatnya, pengguna TikTok kurang tertarik pada Ustadz Agam. Sebaliknya, Ustadz Agam menggunakan aktualisasi diri dan dakwah di internet sebagai cara untuk menyampaikan dakwah yang lebih kontemporer yang dapat diterima oleh khalayak pengguna media sosial. Pesan dakwah yang dibawakan menarik. Ada beberapa di antaranya: metode yang digunakan, redaksi konten, dan cara berinteraksi dengan pengikutnya. Revitalisasi dakwah di ruang maya sangat penting untuk menghindari dakwah terlibat dalam aktivitas kelompok tertentu yang hanya menguntungkan mereka secara moneter.

Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial

Tik Tok merupakan aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak kedua setelah Instagram. Instagram pada awalnya banyak sekali melahirkan para da'i muda di Indonesia yang kini telah dikenal oleh banyak orang. Saat sebelum adanya Tik Tok pergerakan konten dakwah telah dilakukan oleh akun-akun dakwah yang terdapat pada media instagram dengan beragam strategi, salah satu akun yang terkenal pada saat itu adalah akun Gerakan Indonesia Menutup Aurat. Dengan adanya akun Instagram Gerakan Indonesia Menutup Aurat sangat memudahkan dalam mendapatkan informasi mengenai hukum-hukum menutup aurat bagi wanita muslim, informasi tersebut sangat relevan sekali dengan fungsi dakwah yang sampai terhadap masyarakat sehingga banyak diantara wanita muslim yang belum menutup aurat sesuai syariat tergerak hatinya untuk menutup aurat yang benar-benar sesuai syari'at.¹⁷ Strategi yang dilakukan oleh akun ini adalah menyusun berbagai konten dakwah mulai dari foto hingga video yang kemudian diunggah pada laman feed instagramnya. Bukan sekedar foto dan video saja, namun dilengkapi dengan beragam caption yang menarik dan mengandung ilmu terkait ajakan menutup aurat.

Seiring berjalannya waktu booming aplikasi Tik Tok yang memiliki ribuan hingga jutaan orang yang menggunakannya hingga berbagai pelosok negara. Semakin banyak pengguna aplikasi tersebut tentunya melahirkan beragam konten, salah satunya adalah konten dakwah. Beberapa dari kalangan muda ada yang mengharapkan dengan hadirnya

konten dakwah ini dapat menggeser konten-konten yang dianggap tidak membawakan kemaslahatan bagi orang banyak. Namun hal ini tidaklah mudah, terutama bagi para konten kreator muda yang berdakwah. Sebab banyak sekali kalangan yang harus mereka hadapi baik kalangan tua maupun kalangan muda. Dan yang menjadi tantangan yang lebih besar biasanya melekat pada generasi (kalangan) muda. Mengapa? sebab pola pikir dan sudut pandang yang kerap kali berbeda disertai dengan sifat ego dan ambisi yang luar biasa sehingga ketika mendapatkan ajakan kebaikan atau hal positif kadang kala tidak didengarkan ataupun digubris melainkan yang menyampaikan dakwah tadi mendapat olok-an kembali dengan kalimat - kalimat yang cukup terkenal, seperti “Sok suci kamu, mending perhatikan diri kamu sendiri”.

Maka dari itu, untuk mengatasi adanya perbedaan pendapat ataupun penolakan terhadap konten-konten dakwah yang disampaikan pada aplikasi Tik Tok, setiap konten kreatornya memasang strateginya masing- masing agar kontennya dapat disimak dan dipahami dengan baik sehingga diterima oleh publik dengan positif. Diantara strateginya adalah sebagai berikut :

1. Penyesuaian konten dakwah dengandunia anak muda. Dalam hal ini dari segi bahasa dan pola penyampaiannya disampaikan dengan bahasa yang lebih mudah untuk dipahami, menyelipkan sedikit guyonan (candaan) dalam proses dakwah, dan tidak terlepas dari syariat Islam.
2. Menyiapkan materi dakwah dengan singkat dan jelas. Tik Tok merupakan aplikasi yang memudahkan setiap orang dalam menciptakan video yang pendek dan tidak bertele-tele. Maka dari itu, konten dakwah yang disampaikan oleh konten kreator walaupun dalam durasi yang singkat, namun kejelasan ilmunya harus dipastikan benar adanya. Hal ini sudah pasti tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadis.
3. Karena banyak yang mengeluhkan terkait kejelasan sumber dakwah, maka para da'i muda dituntut untuk lebih matang lagi dari segi penguasaan ilmu yang akan disampaikan. Yakni, diharapkan ilmu yang disampaikan bukan hanya sekedar dari apa yang ia dengarkan saja melainkan ilmu tersebut adalah ilmu yang telah ia kaji dan dipahami dengan baik.
4. Untuk kalangan yang tua, pola penyampaian atau pemilihan kata yang akan disampaikan diharuskan lebih mengandung unsur kesopanan dan lemah lembut, sehingga tidak terkesan menggurui orang yang lebih tua.
5. Dakwah yang disampaikan melalui aplikasi Tik Tok di desain dengan metode yang lebih menarik lagi agar tidak menimbulkan rasabosan. Seperti dicampur padukan dengan film atau ditambahi instrumen yang mengundang keingintahuan.

Adapun dalam prinsip-prinsip komunikasi Islam terdapat beberapa cara dalam menyampaikan opini maupun ajaran terhadap pendengar ataupun viewers diantaranya

- a) Pertama, Qawlan Karima, menyampaikan dengan perkataan atau bahasa yang baik

- b) Kedua, Qawlan Sadidamenyampaikan dengan perkataan yang jujur
- c) Ketiga, Qawlan ma'rufamenyampaikan dengan perkataan yang baik dan tidak menyakiti, karena yang akan disampaikan adalah sesuatu yang baik, maka cara penyampaiannya juga harus baik.
- d) Keempat, Qawlan Balighamenyampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti
- e) Kelima, Qawlan Layyinamenyampaikan dengan bahasa yang lemah lembut
- f) Keenam, Qawlan Maisura,perkataan yang pantas

KESIMPULAN

Teknologi yang semakin canggih dan modern ini tentunya menuntut para da'i baik da'i yang memiliki kapasitas ilmu yang tinggi maupun da'i-da'i muda lainnya untuk bergerak mengikuti alur perkembangan zaman. Segala bentuk konten dakwah diharapkan dapat disebarluaskan melalui platform-platform media yang ada agar mudah dikenal oleh setiap orang di penjuru dunia. Selain itu, perlu menjadi perhatian dalam memakai sosial media dalam hal ini khususnya aplikasi Tik Tok, perlunya bagi user untuk memahami kaidah fikih berupa pemahaman terhadap tujuan dari pemakaian Tik Tok itu sendiri agar aplikasi tersebut dapat membawa manfaat dan juga menyebarkan kebermanfaatannya dan tidak memberikan dampak buruk terhadap diri sendiri dan orang lain. Untuk menyebarkan dakwah melalui aplikasi Tik Tok perlu bagi seorang da'i muda untuk memiliki kreatifitas dan berinteraksi dengan viewersnya dengan menjawab keresahan dan pertanyaan-pertanyaan yang ada sehingga viewersmerasakan adanya timbal balik dan keuntungan berupa ilmu pengetahuan melalui interaksi tersebut. Unsur estetika juga sangat berpengaruh untuk menarik viewers agar mengunjungi akun konten kreator, sehingga semakin menarik feed dan narasi yang digunakan konten kreator sangat berpengaruh untuk menarik lebih banyak viewers dan membuat pengguna lain untuk berkali-kali kembali pada page tersebut, hal ini membuka peluang untuk memperoleh share lebih banyak dan membuat konten yang di upload lebih banyak diakses.

DAFTAR PUSTAKA

- Allisa, L. 2023. *Pengaruh Dakwah Di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religius Remaja di Demak*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. 7 (1): 26-38.
- Febriana, A. *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy*. Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah. 11 (2): 180-194.
- Palupi, R. 2021. *Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern*. Academia Journal of Multidisciplinary Studies. 5 (1).
- Parhan, M. 2022. *TikTok: Media Motivasi Dakwah*. SOSIO RELIGI: Jurnal Kajian Pendidikan Umum. 20 (2): 21-26.
- Randani, Y. 2021. *Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*. AT-TULLAB JURNAL MAHASISWA STUDI ISLAM. 3 (1): 587
- Sajida, I. 2023. *Pengaruh Media Sosial (TIKTOK) INFLUENCER Dakwah Terhadap Keagaamaan Generasi Muda Muslim*. Jurnal Kebijakan Pembangunan. 18 (1): 13-22.
- Zulkifli, A. 2021. *Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Nasib Kebudayaan Sosial*. Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya. 2 (2): 34 -47.
- Hilma N. dkk, 2023. *Pengaruh Media Sosial TikTok Dalam Dakwah Islam Di Kalangan Mahasiswa Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Jurnal Bimbingan Konseling Vol.3, No.2, Juni 2023 hal. 44-45
- Mahdi, M. (2022, Februari 1). Pengguna mediasosial di Indonesia capai 191 juta pada 2022. Pengguna media sosial di Indonesia capai 191 juta pada 2022, 1.[2]
- Fakhruroji, M. (2019). *Teori dan aktivisme dakwah di internet*.
- Dalam L. E. John (Ed.), *Dakwah di era media baru* (hal. 44). SimbiosisRekatama Media.[3]
- Islami, S. H. (2020). *Pemikiran dan aktivitas dakwah Ustadz Abdul Somad melalui media sosial* Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi) 8 (4) 2024 hal 921

- Adinda S, Dkk. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah Ustadz Agam dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Islam Remaja Milenial. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)* 8 (4) 2024. hal. 917-919
- Adinegoro, K. R. R. (2022). *Relasi Media Sosial dan Pasar dalam Perubahan Nilai Publik mengenai Pengaruh Dakwah di Media Sosial terhadap Pandangan Gaya Hidup Halal*. Halal Research Journal.
- Arif, E., & Roem, E. R. (2019). *Pemanfaatan media sosial*. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34–44.
- B, M. A. (2020). *Dakwah dalam Media Sosial dan Permasalahan Sosial di Masa Pandemi Memicu Budaya dan Edukasi Masyarakat Saat Ini*.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). *Dakwah Melalui Media Sosial*. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 236–246.
- Hajar, S., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). *Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam*. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*.
- Nurlina. (2020). *BERDAKWAH DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENYEBAR DAKWAH DI ERA DIGITAL*.
- Prastiyo, R. E., & Hidayah, L. F. (2022). *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun @Nugarislucu pada Media Sosial Twitter dengan Studi Kasus Tanggal 01 Maret 2020 -01 April 2020*. *Busyro : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*.
- Ramadani, R. (2020). *Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z*.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). *STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL*. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*.
- Nurul U. *PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL*. *Jurnal Manajemen Dakwah* Volume X, Nomor 1, 2022, hal. 151-161