

**ANALISIS PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI PADA MAHASISWA IAIN MANADO)**

Muhammad Zidane Kendju¹, Shinta Nento², Aris Soleman³

^{1,2,3} Institut Agama Islam Negeri Manado

zidanekendju20@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini mengkaji mengenai analisis pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah (studi pada mahasiswa IAIN Manado). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan bentuk pemanfaatan Tiktok pada umumnya dan bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan yang bermaksud memahami fakta yang ada pada objek penelitian dengan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa media Tiktok pada umumnya secara intens dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai sarana hiburan, informasi, dan media edukasi. Adapun secara spesifik, pemanfaatan Tiktok untuk edukasi dalam konteks penanaman nilai keislaman melalui konten-konten dakwah cukup intens dimanfaatkan oleh mahasiswa IAIN Manado. Tiktok dipandang efektif sebagai media dakwah apabila dimanfaatkan secara kontinyu dan efisien sebagai media dakwah karena cukup mudah diakses oleh mahasiswa selama konten tersebut tidak lepas dari konteks ajaran Agama Islam.

Kata Kunci: *Analisis Pemanfaatan, Tiktok, Dakwah, IAIN Manado*

Abstract

This paper examines the analysis of the use of Tiktok as a medium for da'wah (study on IAIN Manado students). This study aims to find out, analyze, and describe the form of using Tiktok in general and the form of using Tiktok as a medium for proselytizing in IAIN Manado students.

The research method used in this study is a type of field research that intends to understand the facts in the research object with a descriptive-qualitative approach with data collection methods in the form of observation, interviews, and

documentation. The data obtained are then analyzed qualitatively through data reduction, presentation, and conclusion.

The study's results explained that Tiktok media, in general, is intensely used by students as a means of entertainment, information, and educational media. Specifically, the use of Tiktok for education in the context of instilling Islamic values through proselytizing content is quite intensely utilized by IAIN Manado students. Tiktok is seen as effective as a proselytizing medium if it is used continuously and efficiently as a proselytizing medium because it is quite accessible to students as long as the content cannot be separated from the context of Islamic teachings.

Keywords: Utilization Analysis; Tiktok; Da'wah; IAIN Manado

A. Pendahuluan

Media dakwah dipilih dan digunakan untuk tujuan menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah, untuk itu harus terlebih dahulu melihat kondisi masyarakatnya terkait dengan pemilihan media yang sesuai untuk memudahkan penyampaian pesan-pesan dakwah. Kegiatan dakwah di negara-negara berkembang seperti halnya Indonesia pada umumnya menggunakan dua sistem saluran komunikasi dominan, yaitu sistem media massa modern dan sistem komunikasi tradisional. Kedua saluran komunikasi tersebut digunakan sesuai dengan keadaan masyarakat atau *mad'u*.¹

Kecenderungan masyarakat kontemporer adalah mengonsumsi informasi, berita dan pesan menggunakan *smartphone* melalui jaringan internet yang punya berbagai fitur di dalamnya, para pengembang pun berlomba-lomba dalam menciptakan dan mengembangkan media yang memberi kemudahan untuk berkomunikasi seperti halnya media sosial yang beragam; Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram, dan Tiktok.

Mudahnya mengakses media sosial, membuat masyarakat selalu bisa mencari dan menerima semua berita yang dibutuhkan. Baik peristiwa yang sedang terjadi di sekitar, isu politik, ekonomi, budaya, hingga isu-isu terkait peribadatan dan keagamaan. Peristiwa yang baru terjadi beberapa waktu atau jam yang lalu, atau bahkan beberapa menit yang lalu, seringkali langsung dapat diakses melalui

¹Abdullah, 143.

smartphone yang dimiliki. Oleh karenanya media sosial menjadi salah satu media untuk dapat berbagi informasi, berdiskusi bahkan berdakwah.

Mengutip dari andi.link, bahwa dalam Hootsuite (*We Are Social*): *Indonesian Digital Report 2022*, disebutkan bahwa dari total 277,7 juta penduduk di Indonesia, pengguna internet mencapai 204,7 juta dan 191,4 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Adapun waktu rata-rata setiap hari penduduk Indonesia dalam mengakses internet adalah 8 jam, 36 menit dengan rata-rata setiap hari dalam menggunakan media sosial melalui perangkat apapun sebanyak 3 jam, 17 menit.²

Data tersebut menunjukkan betapa masyarakat Indonesia begitu gemar dalam mengakses media sosial. Berdasarkan indikasi yang ada, penulis berfokus pada media sosial Tiktok sebagai objek penelitian. Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.³ Tiktok merupakan media sosial dengan video pendek yang memperlihatkan berbagai kreativitas dari para pembuat konten.

Dengan menganalisis algoritma media sosial secara komparatif, dan mengingat banyaknya konten-konten yang viral dalam media dan bersaing dengan konten-konten dakwah lain pada umumnya, apakah ikhtiar dai dalam memajukan dakwah melalui media tersebut dipandang kompatibel, atau justru sebaliknya dan bahkan terdegradasi? Inovasi dakwah dengan media inilah sebagai alasan penulis dalam meneliti dan mengkaji persoalan penggunaan media. Maka berdasarkan narasi di atas, penulis tertarik untuk meneliti penggunaan, dalam hal ini seperti apa ketertarikan masyarakat melihat dakwah eksis melalui Tiktok sebagai media dakwah studi di kalangan Mahasiswa IAIN Manado)

²Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (*We Are Social*): Indonesian Digital Report 2022", Media Elektronik, andi.link, [Hootsuite \(We are Social\): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta.](#)

³Dini Dwi Cahyani, "Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial" (Skripsi, Lampung, UIN Raden Intan, 2020), 21.

B. Metode

Jenis metode penelitian yang dipakai adalah penelitian lapangan (*field research*) di mana suatu penelitian dilakukan secara sistematis dan mendalam dengan mengangkat data-data atau fakta yang ada di lapangan yang terjadi secara langsung. Berdasarkan jenis penelitian yang dipilih maka data-data yang diangkat dan digali bersumber dari lapangan.⁴ Penulis menggunakan metode tersebut karena akan langsung mendatangi narasumber di mana mereka berada. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian di kampus IAIN Manado.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif-kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci (*key instrument*), teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif-kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.⁵ Penelitian deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan suatu hal seperti kondisi apa adanya yang ada di lapangan. Lebih jelasnya pengertian penelitian deskriptif adalah untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.⁶

C. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Pemanfaatan Tiktok pada Mahasiswa IAIN Manado

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, maka mahasiswa IAIN Manado diharapkan dapat menjadi katalisator khususnya dalam mendakwahkan atau menyiarkan nilai-nilai Islam. Akan tetapi, dengan adanya

⁴Sumandi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 81.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), 9.

⁶Prastya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Setiawan Pers, 1990), 60.

perkembangan tersebut mahasiswa IAIN juga dihadapi dengan tantangan dalam hal komunikasi dan cara penyampaian untuk menyiarkan nilai-nilai Islam. Maka dari itu, mahasiswa IAIN Manado seharusnya mempersiapkan dan membekali dirinya agar mampu menjadi pendakwah atau penyiarnya nilai-nilai Islam.

Dalam rangka menghasilkan lulusan yang siap berkarir dan berkompetisi dengan lulusan perguruan tinggi lain, IAIN Manado telah mendirikan sebuah Pusat Karier yang memberikan layanan-layanan karier, pengembangan kompetensi dan *soft skills* calon lulusan, kesiapan bekerja, informasi lowongan (*job fair dan campus hiring*), konseling karier, serta pelaksanaan pelacakan alumni (*tracer study*). Selain menjadi persyaratan penting untuk pelaksanaan akreditasi nasional, regional maupun internasional, kegiatan Pusat Karier khususnya *tracer study* akan menjadi sebuah pusat informasi perkembangan dan pergerakan alumni yang memberikan pertimbangan signifikan untuk peningkatan kualitas proses pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.⁷

Perkembangan yang cukup signifikan yang terjadi pada aplikasi media sosial seperti Tiktok yang menjadi sumber ketertarikan bagi sebagian besar masyarakat pada umumnya. Maraknya akses Tiktok dari warganet karena mencari konten-konten hiburan, informasi, dan edukasi, khususnya yang berkaitan dengan ajaran Islam. Tiktok, sebagai media yang populer, terdapat fitur-fitur menarik yang dapat membuat setiap aksesornya tidak hanya tertarik tapi bahkan menjadi candu.

Kemudian, konten video yang ada pada Tiktok memanglah beragam, mulai dari video tutorial pendek, video lucu, video unik, dan masih banyak konten menarik lainnya yang bisa digunakan sebagai wahana untuk menghilangkan stres dan bosan pada aktivitas sehari-hari yang monoton. Efek-efek video yang disajikan oleh Tiktok juga efisien untuk diaplikasikan, konten-konten yang pada mulanya biasa saja, bisa diedit dengan mudah menggunakan fitur yang ada pada Tiktok.

⁷IAIN Manado, 11.

Bentuk Pemanfaatan Tiktok pada Mahasiswa IAIN Manado

Tidak semua pengguna Tiktok mengunggah konten, karena pada dasarnya memang tidak ada batasan bagi pemakai aplikasi ini yang mengharuskan mengunggah video untuk bisa menggunakannya. Bagaimanapun interaksi dalam media Tiktok hanya dapat terjadi dengan saling kolaborasi melalui video yang sudah terunggah dan melalui media pesan yang ada dalam aplikasi ini. Sehingga bagi yang tidak fokus dengan pembuatan konten video dan mengunggahnya, mereka bisa memanfaatkannya sebagai wadah untuk dinikmati, oleh karenanya mereka hanya sebatas pengakses sekaligus penikmat saja.

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa yang biasa disapa Ningsih mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, beliau memberikan pernyataan terkait pemanfaatan Tiktok bahwa:

“Saya mengetahui Tiktok sejak tahun 2020 tetapi menjadi pengguna aktif pada tahun 2021 (tahun lalu). Saya sering mengakses Tiktok secara rutin setiap hari. Tiktok sebagai aplikasi yang ada nilai positif dan negatif, tentunya kita sebagai mahasiswa modern mesti selektif dan mengambil konten hiburan yang positif. Banyak konten yang viral atau trend sebagai hiburan di Tiktok. Saya juga menyukai konten Tiktok yang berkaitan dengan pendidikan, dakwah Islam, serta konten yang bernilai.”⁸

Saudari Ningsih, walau dengan interval waktu, dari mulai mengetahui hingga saat menjadi pengguna aktif, sangatlah intens dalam mengakses konten-konten di Tiktok berupa konten edukasi dan dakwah Islam. Disamping itu, Ningsih melihat Tiktok bukan hanya sebatas konten hiburan yang bebas nilai, tapi memiliki sisi positif dan negatif dan sebagai mahasiswa Ningsih mengajak kita untuk selektif dalam memilih konten-konten hiburan.

Adapun wawancara dengan mahasiswa yang biasa dipanggil Tika yang merupakan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Tika memaparkan bahwa:

“Saya telah mengetahui dan menggunakan Tiktok kurang lebih sudah empat tahun, sejak tahun 2018. Saya mengakses Tiktok secara rutin setiap hari dengan durasi waktu rata-rata maksimalnya 4 jam. Pada umumnya konten atau video pada Tiktok itu sangat menghibur. Disamping menghibur,

⁸Ningsih, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

terdapat banyak konten-konten motivasi diri yang dapat menyadarkan dan menyemangati saya, dan bahkan Tiktok bisa jadi sumber *overthinking* bagi saya.”⁹

Dari penjelasan saudari Tika, beliau sangat antusias dengan aplikasi Tiktok ini. Selama empat tahun menggunakan Tiktok, beliau menjadikan Tiktok sebagai sarana hiburan dan baginya menjadi sumber motivasi bahkan dapat menginsyafkannya saat mengakses konten-konten tertentu. Menariknya, dari yang disampaikan informan, jika tidak dapat mengontrol penggunaan Tiktok secara teratur, maka dapat menimbulkan *overthinking* atau berpikiran lebih yang berdampak pada persoalan mental.

Selanjutnya penulis mewawancarai Balgis yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pernyataan beliau terkait bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai berikut:

“Sebenarnya saya sudah mengetahui Tiktok dari tahun 2018, tapi belum menjadi pengguna aktif. Kalau mempunyai akun Tiktok nanti pada tahun 2021. Pada awalnya saya tidak tertarik dengan Tiktok karena yang paling sering ditampilkan ialah konten-konten tarian atau goyangan dari perempuan. Juga pada awal penggunaannya saya tidak terlalu aktif mengakses Tiktok, tetapi sekarang saya lebih sering mengaksesnya. Saat ini, biasanya saya mengakses Tiktok pada waktu istirahat di siang hari dan sebelum tidur. Sebelum menjadi pengguna aktif, saya melihat Tiktok adalah aplikasi yang tidak baik atau negatif, akan tetapi belakangan ini Tiktok sudah menjadi wadah berekspresi, tempat untuk menghasilkan uang, dan mendapatkan informasi khususnya terkait dengan kondisi Indonesia hari ini. Menurut saya, konten-konten yang viral hari ini justru adalah hal yang tidak penting dan tidak bermanfaat bahkan hal yang receh yang tidak ada bobot nilai, yang justru menutup informasi-informasi penting dan bermanfaat.”¹⁰

Dari pernyataan tersebut di atas, Balgis telah lebih dahulu mengenal Tiktok sejak 2018 tetapi belum mengaksesnya secara aktif pada saat itu. Nanti saat tahun 2021 lalu beliau mulai mengaksesnya. Berdasarkan pernyataannya, beliau agaknya kurang tertarik dengan mengakses Tiktok sebagai bentuk hiburan melainkan

⁹Tika, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

¹⁰Balgis, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

memanfaatkannya sebagai sarana informasi yang penting. Dari informasi itulah informan ini merasa mendapatkan manfaat dari aplikasi Tiktok ini.

Berikutnya hasil wawancara dengan mahasiswa yang biasa disapa Risna, mahasiswa Fakultas Syariah yang merupakan informan mahasiswa ke empat, tanggapan informan terkait bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai berikut:

“...kalau mengenal aplikasi Tiktok itu dari tahun 2019, tapi mempunyai akun saat tahun 2020. Untuk intensitas penggunaannya, akhir-akhir ini saya lebih sering mengakses Tiktok dan biasanya mengakses selama kira-kira 1 atau 2 jam, karena Tiktok sebagai sarana hiburan, sarana mencari informasi, berita-berita terkini, dan sebagai pemicu agar saya bisa lebih giat untuk membuat konten sendiri. Dengan adanya konten-konten hiburan yang lucu itu saya terkadang jadi terhibur dan juga dapat mengetahui pengalaman-pengalaman tertentu berdasarkan informasi yang didapatkan melalui konten-konten Tiktok. Kemudian Tiktok dapat menjadi sarana pendidikan karena terdapat banyak konten edukasi, seperti konten yang berkenaan dengan Fakultas saya yaitu tentang hukum, kemudian ada konten terkait persoalan ekonomi, jadi tidak hanya sebatas hiburan dan informasi tapi juga sebagai sarana pendidikan. Untuk konten-konten yang viral di Tiktok, saya kurang menyukainya karena kebanyakan hanya gosip yang tidak bermanfaat. Jadi kita saat mengakses Tiktok harus secara selektif memilih konten.”¹¹

Sejauh yang penulis amati, bagi mahasiswa yang hanya mengakses Tiktok untuk mencari dan menikmati konten video yang bagi mereka menarik, tidak seoptimal dengan mahasiswa yang memiliki ketertarikan untuk menjadi konten kreator dan berkontribusi sebagai pengunggah konten dalam suatu komunitas Tiktok. Oleh karena itu, jika mereka mengunggah konten, mahasiswa hanya menjadikan konten Tiktok itu sebagai pelepas penat, pengisi waktu luang atau sebagai konten privat saja.

Berdasarkan hasil wawancara, baik dari hasil wawancara kepada informan terkait pemanfaatan Tiktok yang penulis himpun dari mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, secara umum terdapat tiga bentuk

¹¹Risna, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

pemanfaatan dalam penggunaan media Tiktok oleh mahasiswa, yakni: Tiktok sebagai sumber hiburan, sebagai sumber informasi, dan sebagai sumber edukasi.

Bentuk Pemanfaatan Tiktok sebagai Media Dakwah pada Mahasiswa IAIN Manado

Perkembangan yang masif terhadap media sosial Tiktok dewasa ini menjadi daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan banyaknya netizen, dalam hal ini para pengguna Tiktok yang tidak hanya mencari hiburan saja tetapi juga mencari informasi dan edukasi Islam melalui konten-konten Tiktok.

Tiktok selain dimanfaatkan sebagai media hiburan, informasi dan edukasi secara umumnya, juga cukup masif diamplifikasi sebagai media dakwah. Apalagi jika dengan mencarinya melalui tagar *#Dakwah* pasti langsung memunculkan sejumlah konten-konten dakwah Islam berdasarkan *username* akun Tiktok para konten kreator.

Adapun bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa IAIN Manado berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Ningsih, beliau memaparkan bahwa:

“...ya saya sangat tertarik dengan konten-konten dakwah Islam. Saat mengakses Tiktok, konten dakwah yang saya pilih yaitu video yang menampilkan potongan ceramah dari Ustadz Hanan Attaki dan Ustadz Abdul Somad. Alasan memilih konten ceramah dari Ustadz Hanan Attaki karena beliau membawakan materi dakwah yang relevan dengan kondisi kepemudaan, bagaimana seorang anak muda dapat bergaul dengan cara-cara yang islami. Adapun konten dakwah potongan ceramah Ustadz Somad lebih terkait bagaimana tata cara sholat, bagaimana menjadi seorang ciptaan yang berakhlak. Bagi saya Tiktok sebagai media dakwah cukup efektif karena metode pengemasan konten dakwah yang mudah dan ringkas walaupun durasi video dari setiap konten dakwah yang tidak terlalu panjang.”¹²

Dari uraian hasil wawancara dengan Ningsih, penulis menganalisis bahwa Tiktok yang dimanfaatkan sebagai media dakwah cukup efisien dibandingkan dengan media-media pada umumnya, hal ini mengingat durasi konten yang terbatas dengan durasi 1 sampai 2 menit. Dengan demikian, Tiktok pun sebenarnya

¹²Ningsih, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

cukup efektif dari segi pemilihan latar atau bentuk konten dakwah jika dikaitkan dengan konteks pemuda.

Berikutnya, hasil wawancara dengan saudari Tika, terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah, beliau mengemukakan bahwa:

“...adalah konten-konten dakwah Islam yang berkaitan dengan nasihat-nasihat Agama dari beberapa dai seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Ustadzah Oki Setiana Dewi, dan Ustadz Syam yang seringkali saya tonton di Tiktok. Berdakwah di Tiktok itu lebih bagus mengingat durasi yang pendek daripada mengakses Youtube yang notabene dengan durasi cukup panjang, sementara di Tiktok banyak konten-konten dakwah berupa nasihat islami hal ini dapat mempermudah pencarian informasi bagi mahasiswa. Bagi saya walaupun konten-konten dakwah yang ada di Tiktok durasinya tidak sepanjang dengan aplikasi lain tapi cukup efektif dalam hal pengemasan konten dakwahnya berdasarkan tema yang mau diangkat.”¹³

Bagi Tika, Tiktok merupakan media yang membuka peluang besar terhadap para dai untuk menyebarkan dan mendakwahkan nasihat-nasihat islami. Pada aplikasi Tiktok yang berbeda, misalnya dengan youtube yang memiliki durasi konten video yang lebih panjang, tidak membuat kadar efektivitas penyampaian materi menurun, hal ini karena tingkat efektivitas tidak selamanya terikat dengan durasi. Artinya, selama Tiktok itu memuat konten-konten dakwah Islam secara kontinu dan ditampilkan dengan tema-tema tertentu maka Tiktok tetap bermanfaat bagi dakwah.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Balgis terkait pemanfaatan Tiktok sebagai Media Dakwah sebagai berikut:

“...sekarang saya lebih tertarik dengan dakwah yang ada di Tiktok, karena banyak potongan ceramah yang bernilai mulai viral di Tiktok. Konten-konten dakwah yang sering muncul di akun saya yang direkomendasikan oleh algoritma Tiktok lebih banyak yang muncul konten dakwah mengenai motivasi pernikahan, juga konten yang memuat motivasi-motivasi ayat al-Qur’an yang diambil dari potongan ayat al-Qur’an tertentu terhadap persoalan anak muda seperti *Quarter Life Crisis* (QLC) yang itu saya pernah rasakan. Di sisi lain ada konten-konten dakwah Islam yang memuat motivasi penguatan anak muda Islam, konten tersebut menampilkan potongan kalimat motivasi dari para Ulama, salah satunya kalimat dari Imam Syafi’i seperti; “jika engkau tidak mampu menahan lelahnya belajar,

¹³Tika, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan 23 September 2022.

maka engkau harus mampu menahan perihnya kebodohan”. Tanggapan saya terhadap para pendakwah atau dai di Tiktok mereka orang-orang yang berani bicara, berani *speak-up* untuk menyiarkan nilai-nilai Islam. Dan metode penyampaian dari para dai muda yang mengunggah konten dakwah di Tiktok, contohnya seperti akun @husainbasyaiban yang menyederhanakan hadis-hadis yang ia pelajari sebelumnya lalu dibuat konten dakwah yang sederhana dan menjadi konten yang menarik, sehingga ini menjadi peluang untuk menyiarkan Islam bukan hanya pada umat muslim tapi juga non-muslim. Jika Tiktok secara jangka panjang dimanfaatkan untuk dakwah maka Tiktok menjadi sarana yang efektif apalagi untuk menjawab persoalan-persoalan dalam kehidupan dan persoalan larangan dan kewajiban, mahasiswa bisa mengaksesnya melalui Tiktok karena hari ini Tiktok begitu marak. Juga Tiktok efektif karena dapat menjangkau objek dakwah berdasarkan usia-usia pengakses, misalnya remaja, pemuda dan dewasa.”¹⁴

Dari apa yang disampaikan oleh Balgis selaku mahasiswa IAIN Manado, ia melihat bahwa ketertarikan konten dakwah di Tiktok tidak dapat terelakkan, karena kontek-konten dakwah yang bermunculan disamping begitu beragam, begitu estetik, juga begitu relevan dengan pemuda hari ini, khususnya dengan mahasiswa. Yang menarik dari pernyataan saudari Balgis, menurutnya orang yang berdakwah di Tiktok adalah orang-orang yang berani, orang-orang yang memiliki kesadaran bahwa menyiarkan nilai-nilai Islam itu penting. Tiktok dipandang efektif bagi Balgis jika secara konsisten dimanfaatkan murni untuk tujuan dakwah Islam. Di samping itu, untuk menguatkan efektivitas dakwah di Tiktok, konten-konten dakwah harus diklasifikasikan berdasarkan para pengakses, mulai dari remaja, pemuda hingga dewasa, hal ini agar konten Tiktok tepat sasaran berdasarkan tema konten dakwah itu sendiri.

Selanjutnya hasil wawancara bersama Risna terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah sebagai berikut:

“...saya pribadi sangat tertarik dengan konten-konten dakwah, karena sering mengakses Tiktok dan mencari lagu-lagu kasidah islami seperti dari Maher Zain, salawat-salawat, dan lantunan suci ayat-ayat al-Qur’an melalui konten video Tiktok. Kemudian saat lagi senggang, saya suka mencari konten yang memuat ceramah dari Buya Yahya, Ustadz Khalid Basalamah, dan Ustadz Adi Hidayat, hal ini diperlukan mengingat kita sebagai manusia

¹⁴Balgis, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

yang memiliki kepercayaan dan spiritualitas, butuh asupan atau dorongan yang menguatkan kita secara ihsan untuk berbuat baik, jadi menurut saya konten-konten dakwah di Tiktok itu sangat bermanfaat. Di samping itu karena konten-konten dakwah itu umum, maka saya lebih tertarik mencari konten-konten dakwah mengenai persoalan akhlak, ibadah atau tata cara sholat dan juga mengenai hukum-hukum Islam. Menurut saya Tiktok itu mempermudah para dai untuk berdakwah karena hari ini banyak yang menggunakan dan mengakses Tiktok, tentu ini adalah hal yang baik. Jadi menurut saya, kita sebagai mahasiswa saat mengakses konten-konten dakwah di Tiktok, seharusnya mampu bersikap selektif saat mencari konten, selama saya pribadi memanfaatkan dakwah sebagai media dakwah walau hanya menjadi penikmat saja, Tiktok itu sangat efektif'.¹⁵

Dari apa yang dijelaskan oleh Risna di atas, penulis menganalisis bahwa Tiktok saat ini terdapat banyak konten-konten islami yang memiliki makna implisit sebagai syiar dan dakwah Islam. Memanfaatkan Tiktok yang begitu mudah untuk diakses sekarang ini membuat mahasiswa mau menjadikannya sumber penguatan keimanan dan spiritualitas. Jadi nilai-nilai yang didapatkan melalui konten dakwah Islam di Tiktok, memicu mahasiswa untuk dapat berbuat baik (ihsan). Sebagai mahasiswa, Risna lebih menyukai konten dakwah Islam yang memiliki keterikatan dengan akhlak dan persoalan hukum-hukum Islam. Dari sejumlah uraian, Risna menekankan bahwa Tiktok itu sangat efektif.

Sebagai seorang mahasiswa yang memanfaatkan Tiktok di ruang lingkup kampus, dalam hal ini IAIN Manado, tentulah kita perlu mencari tahu bagaimana pandangan dai atau dosen Program Studi Manajemen Dakwah terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado. Maka dari itu penulis juga mewawancarai salah satu dosen dan dai sebagai validator dan pembanding dari para informan yaitu mahasiswa IAIN Manado.

Kemudian, penulis telah melakukan wawancara dengan salah satu dai juga sekaligus dosen Manajemen Dakwah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Manado yang ternyata juga menjadi pengakses sekaligus memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah di ruang lingkup kampus IAIN Manado, beliau sering disapa Mardan. Hasil wawancaranya sebagai berikut:

¹⁵Risna, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan 23 September 2022.

“Saya sejak sekolah sudah memiliki pengalaman berdakwah, jadi sudah dilatih sejak masih jadi pelajar, hingga saat ini. Ya, saya sudah lama mengetahui dan memanfaatkan Tiktok sejak tahun 2021, sudah satu tahun terakhir. Akan tetapi saya tidak terlalu intens mengakses konten-konten Tiktok, tapi sering membagikan konten-konten dakwah pribadi di akun sendiri secara intens. Aplikasi Tiktok ini kalau kita lihat kan kebanyakan digunakan oleh anak muda, generasi milenial, sampai generasi Z. Mereka melihat berbagai konten hiburan dalam video yang singkat di Tiktok, nah merespon hal tersebut, perlu kita memanfaatkan Tiktok sebagai media yang punya muatan nilai seperti dakwah Islam. Sebagai seorang dai, seharusnya kita memanfaatkan Tiktok untuk menyebarkan nilai Islam, berdakwah secara singkat, sederhana dan menarik bagi objek dakwah yang masih muda apalagi mahasiswa. Jadi kita susupi Tiktok dengan konten-konten dakwah Islami yang mudah dipahami dan berdasarkan ketertarikan mereka, hal ini bertujuan untuk membuat media sosial sebagai media yang positif. Untuk melihat seberapa jauh efektivitas dakwah di Tiktok, kalau dai yang memang sudah terkenal lebih dulu, biasanya objek dakwah akan lebih tertarik jika mereka membuat konten dakwah secara utuh dengan wajahnya karena sudah familiar. Tetapi bagi dai yang tidak terlalu familiar atau terkenal, biasanya hanya menampilkan suara, audio atau tulisan saja. Selanjutnya kita perlu membaca keinginan dari objek dakwah, khususnya mereka generasi milenial, bagi saya tidak terlalu efektif apabila dai membuat konten ceramah utuh kepada mereka, kecuali dai itu sudah lebih dahulu dikenal. Intinya, bagi objek dakwah yang masih muda, mereka lebih menyukai konten-konten yang sederhana, singkat, padat, jelas, dan juga indah atau estetik meskipun itu dibuat, disampaikan, dan disebar oleh pendakwah yang kurang, bahkan tidak terkenal selama konten itu memuat inti pesan dakwah.”¹⁶

Dari uraian yang diberikan oleh Mardan sebagai salah seorang dai di lingkungan IAIN Manado. Beliau walaupun belum cukup lama menjadi pengakses Tiktok, tapi sudah memanfaatkannya sebagai media dakwah, bukan saja sebagai penikmat bahkan menjadi pembuat konten dakwah. Secara umum pengakses aplikasi Tiktok ini mayoritas kaum muda, dan meninjau bahwa mereka lebih tertarik pada hal-hal hiburan, maka perlu melihat Tiktok sebagai sarana yang bermanfaat, kita harus menyusupi Tiktok dengan nilai-nilai positif, nilai-nilai Islam dengan cara berdakwah di Tiktok. Disamping itu, penting bagi dai untuk mengemas konten dakwahnya berdasarkan apa yang diinginkan atau kecenderungan para pengakses hari ini. Tentunya konten dakwah yang disebar di Tiktok akan efektif

¹⁶Mardan, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 03 Oktober 2022.

apabila kita membuatnya secara ringkas, padat, jelas, namun tidak lepas dari bentuk estetika konten itu sendiri. Konten dakwah di Tiktok semakin efektif apabila berdakwah tidak hanya memperhatikan materi dakwah tetapi juga memperhatikan latar belakang objek dakwah dan *atsar* atau efek dari mereka seperti apa, maka semakin efisien konten dakwah tersebut semakin efektif pula pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah.

Bagaimanapun, untuk mendapatkan bentuk eksplanasi atau penjelasan yang lebih pasti, penulis juga mewawancarai seorang dosen dari Program Studi Manajemen Dakwah, Bapak Mustafa. Beliau juga merupakan Ketua Prodi (Kaprodi) Manajemen Dakwah. Adapaun uraian dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Ya sepanjang yang saya ketahui, Tiktok ini merupakan media digital baru yang digunakan oleh para remaja dan dewasa, bentuk medianya agak berbeda dengan beberapa media seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Saya sudah cukup lama mengetahui Tiktok ini walau hanya sekadar menjadi penikmat. Saya sebenarnya tidak memiliki akun pribadi, dan mengetahui Tiktok melalui media lain. Awalnya saya melihat memang Tiktok merupakan media hiburan di kalangan masyarakat remaja, pemuda, dan dewasa. Kemudian, saya lihat ternyata ini bisa berpeluang sebagai media dakwah, jadi konten-konten video yang disebar bisa diubah menjadi hal-hal positif tentang dakwah. Saya sangat merespons positif terhadap media sosial, khususnya Tiktok ini. Ibaratkan bilah pisau, media sosial itu tergantung pemanfaatannya seperti apa, ia akan baik apabila digunakan secara tepat untuk kebaikan, sebaliknya dapat mencederai kebaikan dan moral. Sepanjang Tiktok itu berkaitan dengan persoalan nilai-nilai Islam dengan cara dakwah, jika diniatkan pada hal positif seperti itu maka boleh-boleh saja. Tiktok walaupun hanya memuat video-video dakwah secara ringkas dan padat asal jelas saja materinya, dan bergantung pada pengemasan kontennya seperti apa yang lebih bagus di *setting* maka lebih bagus saja dan cukup efektif.”¹⁷

Bapak Mustafa selaku Kaprodi pada dasarnya bukan seorang pengguna media Tiktok, tetapi beliau mengetahui seperti apa Tiktok itu dan bagaimana bentuk pemanfaatan pada umumnya. Beliau lebih sering menggunakan Facebook, Youtube, dan Instagram sebagai media komunikasi dan kadang juga

¹⁷Mustafa, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan. 03 Oktober 2022.

memanfaatkannya sebagai media dakwah, dari situlah beliau mengetahui konten-konten Tiktok. Media ini dipandang sebagai sarana dakwah, maka memanfaatkannya demi kepentingan dakwah itu perlu, mengingat Tiktok banyak diakses, digunakan, bahkan dimanfaatkan hanya sebagai sarana hiburan dan pengguna serta sasarnya kebanyakan oleh kaum remaja, pemuda dan dewasa.

Kemudian, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mustafa, penulis menganalisis bahwa mahasiswa seharusnya secara mayoritas menyebarkan dan mendakwahkan nilai-nilai Islam melalui konten-konten di Tiktok. Tiktok sebagai media dakwah akan efektif apabila konten atau video dakwah itu dikemas secara menarik, singkat, dan jelas materinya. Di samping itu, karena aplikasi ini banyak digunakan oleh mahasiswa, tentu ini memudahkan setiap penggunanya untuk menerima hal-hal positif melalui konten dakwah di Tiktok. Video pendek itu harus diunggah secara berkala dan kontinu agar maksud dan tujuan penyampaian materinya kena dan tepat sasaran. Sejauh yang penulis observasi bahwa, dalam aplikasi Tiktok terdapat sarana timbal balik sebagai bentuk dari *atsar* efek dakwah, kolom komentar yang sering digunakan oleh para pengakses, seringkali memberikan masukan-masukan yang positif, hal ini berarti berdakwah di Tiktok sangat diapresiasi dan banyak antusiasmenya dari para pengguna Tiktok sebagai media dakwah.

D. Kesimpulan

Aplikasi atau media Tikok oleh mahasiswa IAIN Manado sering dimanfaatkan selain sebagai sarana informasi, hiburan, dan media edukasi. Sebagai media hiburan, Tiktok lebih banyak menyediakan konten hiburan yang banyak diakses oleh pemuda, khususnya mahasiswa. Di sisi lain, terdapat informasi-informasi yang viral, dimana mahasiswa sering memanfaatkan Tiktok untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan dunia kemahasiswaan, kampus, bahkan isu-isu kenegaraan sekaligus.

Secara spesifik, edukasi dalam konteks penanaman nilai keislaman yang terdapat pada konten-konten di Tiktok yang disebarkan melalui dakwah Islam. Dari hasil wawancara yang ada, informan mengungkapkan bahwa Tiktok adalah media

yang berpeluang untuk disebarkan konten dakwah Islam secara intens. Kemudian Tiktok dipandang efektif sekaligus efisien sebagai media dakwah mengingat cukup mudah untuk diakses oleh mahasiswa, karena dewasa ini mayoritas mahasiswa telah menggunakan Tiktok. Bagaimanapun bentuk konten yang dibuat untuk keperluan dakwah, terlepas dari metode yang kreator atau bahkan dai buat perlu disesuaikan dengan keinginan dari objek dakwah atau *mad'u*, berdasarkan informasi dari informan, bahwa mahasiswa hari ini lebih tertarik dengan konten dakwah yang sederhana, singkat, padat dan jelas. Karena dakwah pada kalangan milenial, mengikuti perkembangan zaman yang berubah sesuai kebutuhan era digital saat ini, jadi anak milenial cenderung melihat konten dakwah yang menarik sekaligus estetik di Tiktok.

Selama konten-konten dakwah yang dibuat oleh pendakwah tidak lepas dari wilayah akidah, syariat, dan ditegaskan oleh akhlak. Dengan adanya konten-konten yang berlandaskan ketiga prinsip tersebut, sehingga dapat mewujudkan konten dakwah Islam yang berbobot, bernilai, bermanfaat, dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Ctapustaka Media, 2015.
- Cahyani, Dini Dwi. "Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial." Skripsi, UIN Raden Intan, Lampung, 2020.
- Deslima, Yosieana Duli. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung." Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2018.
- Fahrurrozi, Faizah dan Kadri. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Ghoni, Fahmi Abdul. "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)." Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2018.
- Hayati, Dinda Rizky. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis." Skripsi, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2021.

- Hikmawati, Sholihatul Atik dan Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol* 2, no. 1 (Januari 2021).
- Irawan, Prastya. *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: Setiawan Pers, 1990.
- Manado, IAIN. *Rencana Strategis (Renstra) Tahun 2020-2024*. 2020.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mutiah, Tuty Dkk. "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial." *Global Komunika* 1, no. 1 (Desember 2019).
- Sari, Dila Mayang. "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)." Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Secsio, Wilga, R. Nunung dan Meilanny. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja." *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016).
- Spradley, James. *Metode Etnografi*. Jakarta: Tiara Wacana, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Suryabrata, Sumandi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Usrina, Nora. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah." Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2021.
- Yunal Isra, dkk. *Bijak Dalam Penggunaan Media Sosial*. Tangerang Selatan: t.p, t.th.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Media Grafika, 2006.

Internet

- Erfani, Tasya. *Tiktok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya?* Maret 07, 2022. <https://kumparan.com/tesyaerfani123/tiktok-ramai-digunakan-di-indonesia-bagaimana-islam-memandangnya-1xdZE5MQQ8b>.
- Manado, IAIN. *Kampus Multikultural*. <http://iain-manado.ac.id/?page-id=505>.

Riyanto, Andi Dwi. *Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2022*. 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.

Wawancara

Balgis. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Mardan. *Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dai*. Catatan Lapangan, 03 Oktober, 2022.

Mustafa. *Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dai*. Catatan Lapangan, 03 Oktober, 2022.

Ningsih. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Risna. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Tika. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

