

Vol. 5 No. 1, January - June 2021

ISSN: 2579-9703 (P) | ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Vol. 5 No. 1, January - June 2021

ISSN: 2579-9703 (P) | ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Editorial Team

Editor in Chief

M. Agus Wahyudi (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Reviewer

Mudofir (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Syamsul Bakri (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Ahmad Saifuddin (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Alamat Redaksi:

IAIN (State Institute for Islamic Studies) Surakarta

Jln. Pandawa No.1 Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Central Java, 57168

website: ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica

e-mail: journal.academica@gmail.com | journal.academica@iain-surakarta.ac.id

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Daftar Isi

Toleransi Nasaruddin Umar Sebagai Solusi Menanggulangi Radikalisme Atas Nama Agama

Farkhan Fuady, Imanatur Rofiah, Selvia 1 - 26

Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Di Masa Pandemi

Fatimah Sindi Wardani, Indah Puji Lestari, Devinna Tamaya Sari, Ni'matul Umamah, Tri Wulandari 27 - 38

Nilai-Nilai Budaya Para Tokoh Utama Dalam Novel Kembara Rindu Karya Habiburrahman El-Shirazy: Kajian Sosiologi Sastra

Fatimah 39 - 52

Analisis *Code Mixing* Di Grup *Whatsapp* Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta

Elsa Meliana, Ihsan Zainul Muttaqin, Elenia Nadila, Witdiya Ningrum, Nur Fitriyani 53 - 74

Strategi Pertempuran Raden Mas Said Di Vorstenlanden: Sikap Patriotisme Dalam Menegakkan Keadilan

Kuncoro Catur Setyo Atmojo, Nushrotul Khofifah, Devi Nur Maharani 75 - 88

Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern

Rismaka Palupi, Umi Istiqomah, Fella Vidia Fravidha, Nur Lail Septiana, Ailyn Maharung Sarapil 89 - 104

Analisis Gaya Bahasa Dalam Kumpulan Puisi Kekasihku Karya Joko Pinurbo: Kajian Stilistika <i>Lisa Widyaningsih</i>	105 - 120
Analisis Perilaku Generasi Milenial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham Di Masa Pandemi Covid-19 <i>Devindha Fitria Mahafani, Diah Maya Puspa, Nurul Khasanah, Siti Wulandari, Vivi Andriani</i>	121 - 140
Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram <i>A'ourika Devi, Ulfah Dwi Hidayah, Muiz Al Barudin, Dwi Parwati</i>	141 - 164
Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Wilayah Solo Raya <i>Arrum Puspita Sari, Durotun Nafisah, Fitri Susanti, Hesti Eka Setianingsih, Nur Mila Hayati</i>	165 - 182
Analisis Akad-Akad Dalam Fintech P2P Lending Syariah di Indonesia <i>Gilang Arvianto, Marlon Boderingan Cortez, Vela Retna Widyastuti, Zulan Ilmada</i>	183 - 196



Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern

Rismaka Palupi^{1*}, Umi Istiqomah², Fella Vidia Fravisdha³, Nur Lail Septiana⁴, Ailyn Maharung Sarapil⁵

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Abstract

This research was conducted to know the activities of social media users. Nowadays, social media or social media has a significant influence on the level of people's lives from the age of children to adults, inseparable from the existence of social media, not using the TikTok application. Researchers conducted interviews and documentation to produce objective data using a virtual ethnographic approach, this method became a reference for analyzing netizen responses (TikTokers) related to Islamic da'wah content through the TikTok platform which is a form of cyber activity. Writing data analyzed qualitatively. From the results of reading comments on posts by TikTok netizens regarding the content of a young Islamic preacher, Husain Basyaiban, researchers found that TikTok social media is a platform that is promised in the spread of Islam in this era of globalization, as evidenced by the response to da'wah posts getting more positive reactions than negative. This is because it pays attention to Islamic principles and is designed as attractively as possible without containing deviant elements.

Keywords: *TikTok; Islamic Da'wah; Globalization Development.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas pengguna media sosial. Pada zaman sekarang medsos atau media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam tataran kehidupan masyarakat dari usia anak-anak hingga dewasa tak terlepas dari eksistensi penggunaan medsos, tidak terkecuali aplikasi TikTok. Peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi sehingga menghasilkan data yang objektif dengan menggunakan metode pendekatan etnografi virtual, metode tersebut menjadi acuan untuk menganalisis tanggapan netizen (TikTokers)

Corresponding author

Email: ^{1*}rismaka.palupi99@gmail.com, ²umiistikomah31@gmail.com,
³vidiafravisdha10@gmail.com, ⁴nurlailseptianana@gmail.com,
⁵ailynsarapil@gmail.com

terkait konten dakwah Islami melalui platform TikTok yang mana hal tersebut merupakan bagian dari aktivitas siber. Data penulisan dianalisis secara kualitatif. Dari hasil membaca komentar pada postingan oleh netizen TikTok mengenai konten pendakwah Islam muda yaitu Husain Basyaiban, peneliti mendapatkan bahwa media sosial TikTok merupakan platform yang menjanjikan dalam penyebaran Islam di masa globalisasi saat ini, dibuktikan dengan mayoritas tanggapan pada postingan dakwah mendapatkan banyak reaksi positif dibanding negatif. Hal tersebut sebab memperhatikan kaidah-kaidah Islam serta didesain dengan semenarik mungkin tanpa mengandung unsur yang menyimpang.

Kata kunci: TikTok; Dakwah Islam; Perkembangan Globalisasi.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi berdampingan dengan berkembangnya media sosial yang digunakan manusia untuk melakukan komunikasi atau bertukar informasi. Terkhusus kaum milenial dan generasi mendatang untuk dapat dijadikan alat dalam berkomunikasi dan berinovasi, demikian pula media sosial (medsos) yang mudah diakses melalui jaringan internet. Terkhusus kaum milenial dan generasi mendatang yang mana mulai banyak menciptakan inovasi teknologi guna untuk memudahkan akses informasi dan komunikasi. Berkaca mengenai globalisasi, sesungguhnya memiliki kaitan yang erat dengan tumbuhnya masyarakat baru dengan memiliki unsur penting yang berupa informasi baik secara langsung atau tidak langsung melalui media sosial atau platform lainnya (Ishanan, 2017).

Media sosial adalah platform online dengan menyediakan kemudahan akses penggunaan kepada *user* untuk berbagi, berpartisipasi, jejaring sosial, wiki, dan dunia virtual lainnya (Cahyono, 2016). Pada umumnya, fungsi media sosial dalam kehidupan untuk bertukar pesan dengan pengguna medsos lainnya yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya di akses di perangkat komputer atau laptop tetapi dengan adanya aplikasi yang dapat diunduh pada *smartphone* atau gawai mempermudah masyarakat untuk mengakses medsos kapan pun dan di mana pun.

Kehadiran internet dan medsos membuat pengguna mendapatkan

informasi atau berita sekaligus hiburan dari penjuru dunia tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Penggunaan media sosial dianggap salah satu wadah bertukar pikiran, sehingga banyak komunitas yang memberikan kesempatan untuk melakukan interaksi secara sosial dengan sesama pengguna. Hal ini agar mendapatkan *feedback* pada dirinya. Umpan balik inilah yang dianggap penting untuk dijadikan pedoman dalam membentuk konsep diri. Di era komunikasi seperti: blog, wikipedia, dan jejaring sosial bentuk medsos yang umum dan sering digunakan oleh kaum milenial. Jejaring sosial medium yang paling populer dalam kategori media sosial, contohnya: Twitter, Facebook, Line, Tinder, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, TikTok dan lain-lain. Namun, penelitian ini peneliti fokus pada satu media sosial yaitu aplikasi TikTok. TikTok menjadi aplikasi terpopuler di Indonesia bahkan peringkat aplikasi kedua setelah WhatsApp yang digemari pengguna medsos. Menurut laporan dari Sensor Tower yang mana TikTok diunduh sebanyak 87 juta kali dan menjadikan TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh mengalahkan aplikasi Zoom yang marak pada masa pandemi Covid-19 (CNN, 2020)

Pada september 2016, China meluncurkan aplikasi jejaring sosial dan platform video musik yang bernama TikTok. TikTok adalah aplikasi dengan special effects unik dan menarik dapat diunduh bagi pengguna dengan mudah sehingga dalam pembuatan video pendek dengan hasil keren sehingga membuat *For Your Page* (FYP) kepada teman-teman. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator* (Oktaheriyani, 2020). TikTok dalam pembuatan video selalu dapat di *update* secara berkala yang dapat berdurasi 15 detik, 30 detik, dan 3 menit dengan memberikan *special effects* yang unik dan menarik serta memiliki dukungan *style* atau genre musik sehingga pengguna dapat menggunakan fitur tersebut, sehingga mendorong kreativitas dan inovasi menjadi *content creator*. Aplikasi TikTok merupakan platform menonjol dalam pasar sosial media saat ini dikarenakan menyediakan ruang dengan mudah untuk menjadi creator tidak terkecuali menjadi pendakwah muda.

TikTok merupakan aplikasi yang sering digunakan sebagai ajang untuk mencari ketenaran dengan membuat konten yang kontroversial atau yang banyak menarik perhatian netizen. Berdasarkan Konten yang telah dibuat menggunakan aplikasi, TikTok digunakan untuk menyalurkan bakat, berlatih menjadi konten kreator serta digunakan sebagai wadah mengejar popularitas (Sari, 2021). Pada potret sudut pandang lain, TikTok dianggap sebagai cara yang efektif dalam alat media dakwah. Seiring berjalannya waktu, perubahan kehidupan masyarakat harus diimbangi dengan merubah cara dakwah. Cara dakwah yang stagnan tanpa melakukan kreasi hanya akan menguap yang mana jarang diminati oleh masyarakat. Penyampaian dakwah harus dilakukan secara manusiawi dan juga dialogis serta bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ataupun kemampuan manusia. Maka dari itu, TikTok diharapkan mampu untuk digunakan sebagai wadah penyalur dakwah di era modern sekarang ini. Seperti yang tertera pada jurnal (Basit, 2013) suatu dakwah itu penyampiannya dilakukan dengan dinamis, progresif serta inovatif.

Pada dasarnya, dakwah merupakan kegiatan wajib seorang muslim dalam menyiarkan seruan atau perintah Allah SWT kepada manusia yang dapat dilakukan dimanapun supaya mereka tetap berada pada jalan yang benar. Menurut Zulkarnaini (2015) dakwah adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengajak kebaikan dan juga melarang dalam kegiatan yang buruk baik secara lisan, tulisan dan perbuatan yang dilakukan dengan berpegang teguh pada prinsip Islam. Adanya modernitas mengharuskan pelaksanaan dakwah disesuaikan dengan kondisi atau keadaan masyarakat dengan memperhatikan materi, metode dan media yang digunakan. Maka dari itu, penulis mencoba untuk menganalisis apakah penggunaan aplikasi TikTok sebagai salah satu media dakwah di era modern dapat diterima oleh masyarakat modern.

Banyaknya pengguna TikTok, para pendakwah Islam mengambil peluang tersebut dengan baik sebagai wadah dakwah di era modern. Tiktok dapat menggaet kaum milenial untuk belajar Islam sesuai dengan masing-masing cara penyampaian para Islamic content creator. Munculnya pendakwah Islam muda di Tiktok secara tidak langsung mampu menarik perhatian masyarakat, mengajak masyarakat untuk belajar Islam, kemudian masyarakat mulai membantu untuk

membagikan konten dakwah ke publik atau khalayak umum dalam berbagai macam media sosial yang dimiliki. Dari beberapa akun da'i dapat terlihat bahwa masing-masing *Islamic content creator* telah mempunyai *Islamic Values* di dalam konten mereka untuk membawa *positive values* didalam platform Tiktok.

Perubahan perilaku individu dipengaruhi oleh intensitas penggunaan *smartphone* (Gifary & Nurhayati, 2015). Maka dari itu, masalah utama penggunaan *smartphone* adalah bagaimana seseorang pandai dalam memilih suatu konten yang layak dikonsumsi. Seperti pada jurnal Karim (2016) semua orang memiliki kewajiban dan tanggungjawab untuk kritis dan berpikir bijak terhadap konten. Mengunggah konten yang berisi dakwah pada aplikasi TikTok yang dikemas dengan video singkat dan berbobot menjadi salah satu cara untuk membantu masyarakat mengkonsumsi konten yang bermanfaat. Salah satunya yaitu mulai muncul banyak da'i baik dari da'i yang mumpuni akan ilmu agama Islam serta da'i muda baru yang baru menyebarkan Islam melalui media sosial salah satunya di platform TikTok.

Salah satu da'i muda terkenal yang mana memanfaatkan media sosial untuk wadah dakwah adalah Husain Basyaiban. Husain Basyaiban adalah salah satu da'i muda yang dikenal sebagai pendakwah millennial di aplikasi TikTok. Husain awalnya seorang pemuda biasa yang belum dikenal banyak. Dengan istiqomah pemuda tersebut dalam membuat konten menyebarkan ilmu agama Islam, Husain memegang kepercayaan pengguna TikTok sebagai salah satu pendakwah muda yang sangat berpengaruh untuk saat ini. Dengan kepercayaan netizen, Husain mampu memiliki jumlah followers kurang lebih empat juta di aplikasi TikTok dengan username @basyasman00. Selain sebagai pendakwah, husain kerap dijadikan sebagai penengah jika terjadi kontroversial yang menyangkut agama Islam di aplikasi TikTok. Dari hal tersebut perlu digaris bawahi bahwa untuk menghindari sebuah kesalahan fatal dalam menyampaikan dakwah, seorang pendakwah harus aktual, penggunaan metode yang tepat serta kreatifitas pendakwah dalam menggunakan media di era modern saat ini (Lestari, 2020). Maka dari itu, cara penyampaian dakwah Husain disyarkan melalui platform TikTok yang dibungkus secara singkat, unik, jelas serta disampaikan dengan gaya modern khas milenial yang tak lupa selalu

menambahkan dalil sebagai penguat ilmu tersebut memudahkan para kaum milenial untuk mempelajari ilmu agama secara online. Kontribusi milenial dalam dakwah modern ini merupakan salah satu bukti nyata pengaruh positif untuk kemajuan Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan suatu kenyataan ataupun mengetahui topik yang diteliti oleh peneliti. Hal tersebut dapat diketahui bahwasanya penelitian kualitatif adalah penelitian yang sifatnya alamiah dengan hasil datanya berupa deskripsi tanpa menggunakan hitungan matematik atau sesuatu yang dapat diukur.

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual. Pada dasarnya, etnografi virtual adalah penggunaan virtual online untuk lokasi penelitian seperti situs, aplikasi online, forum online, dan sejenisnya, sebagai wadah untuk memproses pembangunan etnografi. Metode etnografi virtual dunia maya (Nasrullah, 2014). Tujuan dari etnografi virtual tersebut untuk mengetahui gambaran kehidupan maupun pengalaman dari subjek penelitian, untuk mengetahui lebih dalam suatu data dan fakta maupun fenomena komunikasi subjek penelitian di lingkungan maya. Wawancara dan survei dalam etnografi virtual dapat diubah melalui koleksi ataupun arsip yang ada, sumbernya berasal dari informasi yang beredar di lingkungan maya, seperti situs jejaring sosial maupun forum online. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan jika menggunakan metode etnografi virtual merupakan hal yang tepat untuk penelitian ini.

Sampel yang digunakan pada penelitian menggunakan simple random sampling. Pada pengambilan sampel setiap individu memiliki peluang yang sama. Maka, penulis mengambil secara acak tanpa memperhatikan strata pada pengguna yang berkomentar pada konten yang bertopik “fujo dan fudan” di akun @Basyasman00.

Metode pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Sugiyono (2011) menegaskan menganalisis data terkumpul sangat penting dalam menyusun hasil yang diperoleh baik dari catatan lapangan, hasil dokumentasi, dan wawancara dengan disusun sistematis dan dapat difahami pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon netizen (TikTokers) terkait konten dakwah Islami melalui platform TikTok yang mana hal tersebut merupakan bagian dari aktivitas siber. Data dikumpulkan dengan membaca komentar setiap komentar yang diposting oleh netizen TikTok sejak video diunggah pada tanggal 30 Mei 2021 di konten pendakwah Islam muda "Husain. Ada 3010 komentar di konten tentang bahasan Fujo dan Fudan. Dari komentar serta balasan komentar yang mereka tinggalkan akan ditelaah untuk melihat respon netizen terhadap dakwah Islam yang disiarkan melalui platform TikTok. Penelitian yang menggunakan metode etnografi virtual menjadikan peneliti merupakan instrumen penuh dalam keberlangsungan penelitian. Peneliti melakukan interaksi dengan entitas serta melakukan observasi dan dokumentasi. Pada etnografi virtual, seorang informan biasanya berasal dari peneliti itu sendiri, serta sumber dalam penelitian bisa berasal dari media interaksi yang digunakan saat melakukan penelitian. Dengan demikian, peneliti mengkategorikan respon pada netizen TikTok yang menanggapi konten dakwah yang diunggah di Tiktok.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Singkat Husain Basyaiban

Husain Basyaiban merupakan salah satu pemuda yang mensyiarkan dakwah Islam di Aplikasi TikTok. Husain merupakan remaja yang lahir di Mekah pada tahun 2002. Husain merupakan seorang da'li dengan background sekolah Islam yang mana dia lulusan dari sekolah MTSN Bangkalan dan saat ini kuliah di UIN Surabaya. Husain seorang konten kreator yang sangat aktif dalam menyalurkan ilmu atau dakwah Islam di aplikasi TikTok. Pembawaan dan gaya dakwah yang unik, menarik, dan dibalut dengan gaya milenial ini menarik perhatian para pengguna TikTok. Metode penyampaian dakwah Husain yang

serius namun tetap santai dengan tetap mencantumkan dalil Al-Qur'an dan Sunnah di setiap konten yang dibuat. Hingga saat ini, kepercayaan pengguna aplikasi TikTok terhadap Husain sebagai salah satu da'i muda menyumbangkan 4 juta follower pada tahun 2021 di akun @basyasman00.

Pandangan Generasi Muda Terkait Dakwah Melalui Media Sosial: TikTok

Seperti yang kita ketahui di masa pandemi seperti ini dakwah mampu merambah ke berbagai media salah satunya dunia media sosial. Konten dakwah disebarluaskan dalam platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya. Semua platform yang telah tersedia TikTok menjadi media paling menarik pandangan 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 beberapa kalangan. B sebagai responden pengguna aplikasi TikTok menerangkan bahwa:

"Menurut saya to mbak., awal saya download aplikasi TikTok untuk mencari hiburan. But, setelah beberapa lama menggunakan, konten TikTok tu ga hanya hiburan saja isinya. Dari TikTok kita bisa liat berbagai macam konten yang ingin kita cari, misalnya konten kecantikan, musik, drama, bahkan dakwah pun bisa di sana. Selain itu, TikTok bisa digunakan sebgi wadah diskusi secara umum, karena akses TikTok tidak terbatas. TikTok itu biasanya sering menayangkan konten yang sering kita tonton, logaritmanya misal kita search K-Pop, FYP kita akan muncul K-Pop. Kita nonton dakwah, konten yg sering lewat FYP juga dakwah. Pandangan dakwah di TikTok menurut saya bagus sih, apalagi yang jadi pendakwahnya juga masih muda kaya ustaz Syam, Husein gitu..." (B, 2021)

Salah satu pertanda banyaknya *impact* yang diletuskan oleh generasi muda untuk dunia dakwah. Aplikasi TikTok digemari karena mampu menyebarkan beraneka informasi yang aktual di mancanegara yang mudah dipahami dan

singkat serta mampu menjadi pertukaran *mindset* terhadap konten yang aktual. Bermunculnya konten dakwah pada Aplikasi TikTok mampu menarik perhatian, besar harapan untuk *content creator* yang masuk ke dalam dakwah Islam mampu memberikan pengetahuan orang-orang muslim bermula dari konten Islam mengenai sejarah Islam, fiqh, cerita Islam, dan lain-lain, sehingga mampu menambah pengetahuan bagi yang belum mengetahuinya. Konten dakwah dalam aplikasi TikTok tidak hanya harapan untuk umat muslim saja, namun bagi semua orang yang terbuka pemikirannya dan sebagian yang terperangkap dalam *Islamophobia* mendapatkan hidayah bahwa Islam merupakan agama yang indah dan damai bukan teroris yang seperti mereka ketahui.

Peran milenial dalam membuat konten dakwah diakui sangat penting karena di era yang serba teknologi dan modern serta anak muda dianggap *pro player* dalam teknologi dan mampu menciptakan gagasan atau ide yang sangat kreatif, sehingga besar harapan dakwah mampu mengalir hingga penjuru dunia. Akan tetapi, banyaknya pengguna aplikasi TikTok semakin besar pula tantangan oleh para da'i muda. Beberapa tanggapan bersifat *rejection* yang bermakna dakwah disampaikan belum tentu diterima sepenuh hati oleh orang-orang dengan alasan konten dakwah yang telah disampaikan hanya sebatas pengetahuan yang mereka dengar namun tidak dipahami dan tidak dikaji dengan baik. Kerap muncul pertanyaan terkait dalil yang mendukung penyampaian dakwahnya, dalam artian dakwah yang disampaikan sudah sesuai dengan hadist dan al-Qur'an atau belum, sehingga dapat menimbulkan perbedaan pendapat hingga memicu perdebatan di berbagai kalangan. Hal ini perlu diperhatikan ketika dakwah dalam mengkaji ilmu sebelum dibagikan yang harus sesuai syariat Islam. Hal tersebut menjadi momok yang perlu diperhatikan agar tidak mengganggu kesehatan mental baik *content creator* maupun *user* agar tidak timbul persepsi yang tumbuh menjadi sifat ketidakpercayaan. T merupakan salah satu pengguna aplikasi TikTok berpendapat bahwa:

"Platform TikTok digunakan sebagai media untuk bersenang-senang, bukan untuk membandingkan diri dengan orang lain agar kesehatan mental bisa terus terjaga. Apabila melihat TikTok sebagai ajang membanding-bandingkan, justru membuat suasana

hati memburuk mbak... Dampaknya bagi kesehatan mental juga akan gag baik. Efek kesehatan mental tidak berpaku pada seberapa banyak kita menggunakannya, namun lebih pada bagaimana kita menggunakannya.” (T, 2021)

Kontroversial adanya perbedaan pendapat, pendakwah dari kalangan anak muda mendapat dukungan yang positif dari pengguna aplikasi TikTok. Karena, anak muda dianggap mudah dan jelas dalam penyampaian dakwah serta fitur aplikasi TikTok yang mendukung sehingga menambah ketertarikan *viewers* untuk menonton konten dakwah.

Pandangan Ahli Dakwah Terkait Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah

Media sosial merupakan alat komunikasi yang dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dan pertukaran informasi. Jangkauan yang sangat luas dan cepat tidak dapat dihalangi kehadirannya dalam kehidupan manusia yang serba canggih dan modern. Medsos dalam dunia masyarakat berfungsi sebagai *watchdog* dan penyalur lidah dari masyarakat dalam menjalankan hak dan kebebasan bersuara serta berperan dalam kesenian dan hiburan (Rokeach, 1988). Dakwah membuka kesempatan luas untuk mengekspresikan dakwah dalam menggunakan media sosial, akan berbeda apabila dakwah melalui media konvensional yang waktunya terbatas dan orang tertentu yang bisa mengisinya (Rahman, 2019). Sedangkan dakwah melalui media sosial adalah langkah tepat untuk menjangkau lebih banyak orang dan dapat diakses dari beberapa kalangan dibandingkan dakwah ditempat, televisi, dan radio. Penggunaan perangkat yang canggih dan berbasis online dalam dakwah lebih efisien, hemat, dan efektif (Purwanto, 2017).

Anak muda zaman sekarang sulit terlepas dari media sosial salah satunya yaitu aplikasi TikTok, apabila aplikasi tersebut diisi oleh *content creator* yang membagikan ilmu bermanfaat seperti dakwah, pengajian, ceramah dan lain-lain, maka akan menjadikan aplikasi TikTok sangat bermanfaat dibandingkan diisi konten yang kurang memberikan manfaat dan postingan yang hanya merusak citra Islam. Perspektif Islam di media sosial khususnya aplikasi TikTok tergantung penggunaannya. Media sosial diibaratkan alatnya, apabila

alat tersebut dipakai untuk hal positif maka akan menjadi bermanfaat dan halal apabila sebaliknya maka akan haram. Dalam Ushul fiqih bahwa hukum itu berputar sesuai *illat* (alasan perbuatan tersebut terjadi) apabila tujuan dan tindakan terhadap sesuatu sesuai hal positif maka tindakan dan perbuatan akan dihukumi boleh dan jika tidak ada alasan positif bahkan memudharatkan hukumnya menjadi tidak boleh. Aplikasi TikTok menuai banyak kontroversi dan banyak video yang diunggah berupa video bertentangan dengan Islam yang mengakibatkan dari ulama Negara-negara muslim yang mengharamkan Aplikasi TikTok ini. Di Indonesia terdapat beberapa ulama yang mengharamkan aplikasi TikTok yaitu Habib Hikal Alaydrus karena wanita muslim banyak menggunakan aplikasi ini namun tidak memikirkan rasa malu dan auratnya. Namun banyak juga ulama yang setuju dengan kaidah Ushul fiqih yang memandang hukum aplikasi TikTok kembali dengan alasan yang sesuai dengan tujuannya.

Habib Jakfar al-Hadar memposisikan aplikasi TikTok, film, musik sebagai alat, tidak bisa dijatuhi hukum halal dan haramnya, namun akan menjadi halal dan haram tergantung cara menggunakannya. Aplikasi TikTok merupakan suatu terobosan baru, bagi seorang da'i harus mengikuti perkembangannya, jika da'i bersikap antipati dalam perkembangan media sosial da'l dapat kehilangan peluang dakwahnya. Memanfaatkan aplikasi TikTok salah satu media dakwah supaya tidak tertinggal zaman dan cepat tanggap dalam perkembangan zaman dan dijadikan wadah untuk menjawab berbagai persoalan.

Cara Penyampaian Dakwah Melalui Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang jumlah penggunanya terbanyak kedua setelah aplikasi Instagram. Aplikasi Instagram pada awalnya banyak melahirkan para Da'i muda di Indonesia yang dikenal oleh orang banyak. Sebelum adanya aplikasi TikTok pergerakan konten dakwah dilakukan oleh akun dakwah dalam media Instagram dengan beragam strategi, akun yang terkenal pada saat itu adalah akun Gerakan Indonesia Menutup Aurat (Afifah, 2017). Adanya akun tersebut memudahkan dalam menggali informasi mengenai hukum menutup aurat bagi wanita muslim, sehingga sangat relevan

dengan fungsi dakwah terhadap masyarakat dan menimbulkan banyak wanita yang menutup aurat sesuai syariat yang terketuk hatinya untuk menutup aurat sesuai syariat. Strategi yang dilakukan akun ini yaitu menyusun konten dakwah dari foto hingga video yang diunggah dalam *feed* Instagramnya. Tidak hanya foto dan video saja, akan tetapi dilengkapi beragam *caption* yang menarik dan mengundang ilmu yang mengajak menutup aurat. Bidang pendidikan memiliki pandangan unik mengenai TikTok sejalan dengan perkataan A selaku guru sekaligus pendakwah muda di masjid desa, bahwa:

”Aplikasi ini keren mbak, nanging banyak juga dampak negatif kalo anak zaman sekarang hanya ikut arus atau melu-melu kancane. Sehingga perlu banget benteng agama yang cukup agar tidak terpengaruh jelek namun berpengaruh baik.” (A, 2021)

Seiring *booming* aplikasi TikTok memiliki ribuan hingga jutaan pengguna dari berbagai mancanegara dengan pengguna yang melahirkan beragam konten, salah satunya yaitu konten dakwah. Kalangan muda mengharapkan hadirnya konten dakwah yang mampu menyenggol konten yang tidak memberikan manfaat bagi banyak orang. Hal ini tidaklah mudah, bagi *content creator* muda yang dakwah. Banyak kalangan yang harus mereka hadapi. Tantangan terbesar biasanya melekat pada kalangan muda, hal tersebut dikarenakan pola pikir, sudut pandang, dan sifat ego serta ambisi yang besar sehingga ketika mendapat ajakan kebaikan terkadang tidak didengar. Tersedianya konten dakwah pada media sosial tidak terkecuali aplikasi TikTok menjadi salah satu harapan bagi umat Islam serta menjadi jalan terang untuk non-muslim mengenal Islam dengan harapan mampu membuka pikiran yang terperangkap kata Islamophobia bahwa sesungguhnya Islam adalah agama yang benar, damai, dan indah, bukan hanya teoritis saya namun juga menyeluruh hingga kehidupan sehari-hari (Randani, 2021).

Mengatasi adanya perbedaan pendapat atau penolakan terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok, *content creator* menggunakan strategi agar kontennya disimak dan dipahami dengan baik serta diterima dengan positif. Adapun strateginya yaitu: *pertama*, konten dakwah disesuaikan dengan perkembangan dunia anak muda. *Kedua*, video dakwah yang jelas dan

singkat. *Ketiga*, da'i muda harus lebih menguasai ilmu yang akan disampaikan. *Keempat*, penyampaian dan pemilihan kata mengandung unsur kesopanan dan lemah lembut sehingga tidak bersifat menggurui orang yang lebih tua. *Kelima*, dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok di desain lebih menarik agar menimbulkan rasa ketagihan untuk terus menggali ilmunya.

Prinsip-prinsip komunikasi Islam ada beberapa cara dalam menyampaikan opini terhadap *viewers* yaitu: *pertama*, disampaikan dengan Bahasa dan perkataan yang baik (Qawlan Karima). *Kedua*, disampaikan dengan perkataan jujur (Qawlan Sadida). *Ketiga*, disampaikan dengan perkataan baik dan tidak menyakiti (Qawlan Ma'rufa). *Keempat*, disampaikan dengan Bahasa yang mudah dimengerti (Qawlan Baligha). *Kelima*, disampaikan dengan Bahasa yang lemah lembut (Qawlan Layyina). *Keenam*, disampaikan dengan perkataan yang pantas (Qawlan Maisura) (Zaenuri, 2017).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada postingan dakwah dalam platform TikTok dapat ditarik kesimpulan bahwa TikTok merupakan salah satu media komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk hal positif seperti media pembelajaran dan pertukaran informasi, ataupun untuk media penyebaran dakwah. Jangkauan dakwah menjadi lebih luas dan cepat dikarenakan media sosial tidak dapat dihalangi kehadirannya dalam kehidupan manusia yang serba canggih dan modern. TikTok merupakan aplikasi video audio populer yang efektif dan bisa digunakan sebagai wadah dakwah di era modern. Hasil penelitian yang dilakukan di akun @basyasman00. menunjukkan bahwasanya aplikasi TikTok memberikan angin segar untuk proses dakwah Islam di era Modern. TikTok memberikan respon positif terhadap konten dakwah Islam yang jelas, menarik dan sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadist. Pengguna TikTok juga tak segan memberikan tanggapan negatif jika konten dakwah yang disampaikan menyimpang dan tidak sesuai dengan kaidah Islam.

Saran

Content creator perlu menggunakan beberapa strategi agar ilmu yang disampaikan dapat diserap atau diterima dengan baik dan positif, seperti: konten dakwah disesuaikan dengan perkembangan zaman atau dinamis, singkat, jelas, dan menarik, serta berpedoman pada Al-Qur'an Hadist.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. (2017). Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat). *Raushan Fikr*, 6(2), 223–237. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v6i2.2743>
- Basit, A. (2013). Dakwah Cerdas Di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 76–94. <https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.1.%25p>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 9(1), 140–157.
- Gifary, S., & Nurhayati, I. K. (2015). Intensitas Penggunaan Smartphone Dan Perilaku Komunikasi (Studi Pada Pengguna Smartphone di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom). *Jurnal Sositologi*, 14(2), 170–179. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.7>
- CNN Indonesia. (2020). TikTok Aplikasi Terpopuler, Kalahkan WhatsApp dan Zoom. Retrieved May 12, 2021 from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200716115929-185-525377/tiktok-aplikasi-terpopuler-kalahkan-whatsapp-dan-zoom>
- Ishanan. (2017). Dakwah Di Era Cyberculture: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Komunike*, 10(2), 91–104. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v9i02.1288>
- Karim, A. (2016). Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 157–172. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i1.2911>

- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 21(1), 41–58. <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1>
- Nasrullah. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Oktaheriyani, D. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok, *Skripsi (Unpublished)*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan
- Purwanto, Y. (2017). Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa. *Jurnal Sositologi*, 16(1), 94–109. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.8>
- Rahman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Sosial Media. *Tatar Pasundan : Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121–132. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Randani, Y. N. F. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah untuk Kaum Millenial. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 570–584.
- Rokeach, B. (1988). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Sari, D. M. (2021). Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi), *Skripsi (Unpublished)*. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin
- Sugiyono. (2011). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran. *Journal Of Applied Linguistics And Islamic Education*, 1(1), 41–67. <http://dx.doi.org/10.33754/jalie.v1i1.83>
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*, 26(3), 151–158. <http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>

