



## STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL

Yulia Nafa Fitri Randani,<sup>1</sup> Safrinal,<sup>2</sup> Jalimah Zulfah Latuconsina,<sup>3</sup>  
Muhammad Roy Purwanto,<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,  
Email : [19421039@students.uii.ac.id](mailto:19421039@students.uii.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,  
Email: [19421117@students.uii.ac.id](mailto:19421117@students.uii.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,  
Email: [19421128@students.uii.ac.id](mailto:19421128@students.uii.ac.id)

<sup>4</sup> Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,  
Email : [muhammadroy@uui.ac.id](mailto:muhammadroy@uui.ac.id)

### ABSTRAK

Setelah wabah pandemi menyerang berbagai belahan dunia dan diberlakukannya aturan-aturan yang membatasi ruang gerak manusia demi menekan angka lonjakan pandemi virus corona. Diberlakukannya aturan-aturan tersebut ternyata membawa dampak berupa banyaknya orang yang menghabiskan sebagian besar waktunya dengan sosial media khususnya aplikasi Tik Tok sebagaimana survey yang telah dilakukan. Berdasarkan konten yang mendapatkan banyak viewers dan sering melewati FYP (for your page) pengguna Tik Tok didominasi oleh generasi millennial. Dewasa ini beberapa konten kreator merupakan dai-dai muda banyak memasuki page pengguna Tik Tok sehingga memberikan warna baru pada aplikasi yang sempat diblokir Kominfo ini. Dibalik citra aplikasi ini yang cenderung dinilai sebagai aplikasi yang kurang bermanfaat dan konten yang dinilai berlebihan, para dai-dai muda yang mulai menggunakan Tik Tok sebagai tempat dakwah menjadi angin segar dalam memperbaiki citra tersebut, akan tetapi banyak diantara generasi millennial yang belum mengetahui strategi untuk memaksimalkan Tik Tok sebagai aplikasi untuk menyebarkan dakwah dan opini yang bersifat edukatif. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendongkrak kreativitas para da'i-da'i muda millennial untuk membuat konten dan mudah memasuki page para pengguna dengan mengkaji jurnal terkait dan wawancara ahli. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi pengetahuan baru untuk generasi millennial dalam pembuatan konten pada aplikasi Tik Tok agar dapat menyampaikan dakwah secara kreatif sesuai dengan tantangan zamannya.

**Kata Kunci:** Tik Tok, Dakwah dan Millennial

### A. PENDAHULUAN

Dunia dari zaman ke zaman mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari semakin maju dan canggihnya teknologi, sehingga memberikan dampak bagi kehidupan manusia yang mau tidak mau harus bergerak mengikuti perkembangannya agar tidak mengalami ketertinggalan. Dewasa ini, banyak sekali

informasi-informasi yang berkembang dengan cepat di tengah-tengah kehidupan masyarakat, bahkan dalam hitungan detik informasi yang diinginkan oleh setiap orang akan dengan mudah langsung didapatkan.

Informasi-informasi tersebut menyebar dengan sangat mudah karena didukung oleh teknologi yang canggih, banyak sekali jenis-jenis aplikasi yang digunakan oleh setiap orang di berbagai pelosok dunia. Aplikasi-aplikasi ini yang kemudian sebagiannya dikenal dengan sebutan sosial media, seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, Twitter, dan yang lainnya. Sosial media inilah yang menghubungkan antara satu pengguna dengan pengguna lainnya, sehingga segala bentuk informasi bahkan yang terjadi di belahan dunia dapat didengar dan diterima langsung oleh berbagai orang di belahan dunia pula.

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya sosial media yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebar informasi, sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita.<sup>1</sup> Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i-da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain. Seperti yang kita ketahui sebelumnya, bahwa dakwah telah ada sejak zaman Nabi, dimana Nabi dan Rasul diutus oleh Allah SWT untuk menyebarkan risalah-risalah Islam bagi umatnya. Dakwah pada masa itu disampaikan dari satu tempat ke tempat yang lain, karena memang pada saat itu teknologi belum secanggih sekarang. Akan tetapi dakwah di masa depan tidak lagi membutuhkan kehadiran langsung secara sosial. salah satu solusinya adalah menyampaikan dakwah dengan bantuan teknologi informasi modern.<sup>2</sup>

Dakwah merupakan satu kewajiban yang besar bagi seorang Muslim agar ia melaksanakan tugas para anbiya dalam menyampaikan seruan Allah SWT kepada manusia dan memperkenalkan mereka akan jalan kebaikan dan petunjuk. Dakwah merupakan proses mengajar manusia untuk mengamalkan ajaran Islam dengan menuruti segala perintah Allah SWT dan mengikuti sunnah Nabi Muhammad SAW

<sup>1</sup> Tomi Hendra dan Siti Saputri, "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial" *Al-Hikmah Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 7, no.1 (2020)

<sup>2</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah : Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2012)

yang berpandukan al-Quran dan hadis.<sup>3</sup> Seiring berkembang pesatnya teknologi, maka segala bentuk konten dakwah diharapkan mampu mengikuti perkembangannya di mana para da'i diharapkan mampu menyampaikan dakwah-dakwahnya melalui platform-platform media yang sudah tersedia guna meningkatkan eksistensi dakwah itu sendiri, agar nilai-nilai islam dan keindahannya dapat diketahui dan dikenal banyak orang hingga penjuru dunia. Dakwah diharapkan turut aktif dalam berbagai platform media sosial agar tidak mengalami ketertinggalan dan tidak terlalu kaku.

Meninjau pada perkembangan dakwah di era sekarang, banyak sekali peran dari berbagai kalangan baik tua maupun muda yang turut aktif dalam menyebarkan dakwah. Seiring berkembangnya sosial media yang semakin pesat sangat banyak dari kalangan generasi milenial yang mulai memanfaatkan sosial mediana untuk menyebarkan konten dakwah dan menyeru pada nilai-nilai kebaikan Islam. Salah satu media yang mereka gunakan sebagai media dakwah adalah aplikasi Tik Tok.

Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.<sup>4</sup> Aplikasi ini memiliki ribuan hingga jutaan pengguna hingga penjuru dunia. Biasanya aplikasi ini berisi video-video pendek dengan konten yang menarik dan memiliki ragam *genre* mulai dari konten makanan, *fashion*, *education*, hingga konten-konten menarik lainnya yang semua ini dibuat dengan tujuan sebagai hiburan.

Aplikasi TikTok telah menarik perhatian banyak kalangan dalam bidang dakwah untuk berdakwah pada aplikasi tersebut. Mulai dari ulama-ulama yang sudah memiliki ilmu yang luar biasa hingga munculnya para da'i-da'i baru dari kalangan muda. Diantaranya adalah Husain Basyaiban. Husain adalah seorang remaja lelaki berusia 18 Tahun kelahiran Makkah. Ia lahir pada tanggal 12 Agustus 2002 dan bertempat tinggal di Bangkalan, Madura. Husain merupakan putra dari seorang Kiyai bernam Sufyan dan ia merupakan anak bungsu dari lima bersaudara. Semasa kecilnya

<sup>3</sup> MA Kamarudin, MSM Kamal, Ajmain. Media Sosial Dan Dakwah Menurut Islam. *Proceeding of Seminar Sains Teknologi dan Manusia*, Malaysia: 15 Desember 2019. Hal. 131-142.

<sup>4</sup> Riska Amelia, "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tik Tok", *Skripsi Sarjana*, Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021

Husain bersekolah di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jaddih 01 Bangkalan tahun 2008-2014. Selepas itu dia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Bangkalan tahun 2014-2017 dan MAN Bangkalan tahun 2017-2020. Setamat itu barulah dia melanjutkan pendidikan ke UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur.<sup>5</sup>

Sebelumnya Husain sendiri hanyalah masyarakat biasa yang belum dikenal oleh banyak orang. Namun, sejak dulu Husain sudah banyak menyebarkan konten terkait dakwah Islam. Semakin kesini, pengikut Husain terutama melalui aplikasi Tik Tok mulai bertambah pesat. Dari pola penyampaiannya yang singkat dan jelas, konten yang disampaikan juga dilengkapi dengan dalil yang menjadi penguat materi yang disampaikannya. Sehingga materi yang disampaikan memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengguna Tik Tok. Bukan sekedar menyampaikan, tetapi juga ia praktekan. Husain juga memiliki daya tarik dari segi penyampaiannya, mulai dari bahasa yang mudah untuk dipahami hingga pelafalan ayat Al-Qur'an ataupun hadits yang ia sampaikan memiliki pelafalan yang bisa dikatakan hampir sempurna. Inilah salah satu bentuk pengaruh anak muda (milenial) yang memiliki kontribusi nyata dalam dunia dakwah, yang kemudian disambut hangat dan positif oleh masyarakat publik lainnya.

Berbicara mengenai pengaruh milenial dalam dunia dakwah melalui sosial media terutama pada Tik Tok tentunya merupakan hal yang menarik. Dalam karya Athik Hidayatul Ummah, 2020 disebutkan bahwa Tren penggunaan internet di kalangan generasi milenial di Indonesia terlihat dari persentase generasi milenial yang mengakses Internet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 persentase generasi milenial yang mengakses internet tercatat sebesar 40,78 persen. Pada tahun 2016 persentasenya meningkat menjadi 46,29 persen. Pada tahun 2017 persentasenya kembali meningkat menjadi 56,42 persen. Sementara berdasarkan kelompok generasi, secara total generasi milenial yang mengakses internet adalah sebesar 56,42 persen, jauh lebih besar jika dibandingkan dengan Generasi X yang hanya sebesar 20,35 persen, dan Generasi *Baby boom* dan veteran yang hanya sebesar 4,1 persen.<sup>6</sup>

Jika dilihat dari hasil persentase diatas dapat disimpulkan bahwa generasi

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial", *Skripsi Serjana*, Mataram: UIN Mataram, 2020

milenial menempati posisi teratas dari beberapa generasi lainnya dalam kategori pengaksesan internet, sebab dari tahun ke tahun persentasenya selalu mengalami kenaikan dan mencapai angka yang lebih besar dari angka persentase generasi lainnya. Adapun peran milenial dalam dunia dakwah dianggap penting terutama dalam media yang berhubungan dengan teknologi sangatlah besar perannya. Hal ini kemudian menjadi peluang yang besar bagi dunia dakwah. Dimana peran milenial dalam bidang dakwah diharapkan mampu mengembangkan dan menyebarkan dakwah Islam ke berbagai penjuru dunia agar dikenal dan dipahami bagi mereka yang mendengar dan melihatnya.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian secara online melalui proses wawancara. Dimana hasilnya kemudian akan dideskripsikan kembali dalam bentuk yang spesifik agar mudah untuk dipahami. Adapun setting dalam penelitian ini adalah bertaut pada aplikasi Tik Tok. Sedangkan subjek penelitiannya adalah generasi milenial yang terjun dalam aplikasi Tik Tok sebagai *content creator* dalam bidang dakwah. Metode pengumpulan data pada penelitian ini sendiri melalui wawancara dan kajian literatur. Wawancara merupakan proses tanya jawab antara dua orang atau lebih guna membahas suatu percakapan yang menjadi topik pembicaraan. Kegiatan wawancara tentunya melibatkan dua orang atau lebih dalam dimana satu pihak akan mengajukan suatu pertanyaan dan kemudian pihak lainnya akan menjawab pertanyaan tersebut. Sebelum melakukan wawancara, tentunya orang yang akan mengajukan pertanyaannya telah menyiapkan pertanyaannya terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada narasumber. Dari satu pertanyaan dan kemudian berlanjut ke pertanyaan berikutnya, tentunya memiliki durasi waktu yang telah ditentukan. Biasanya satu pertanyaan akan melahirkan pertanyaan-pertanyaan tambahan setelahnya apabila pihak yang mewawancarai membutuhkannya. Dalam hal ini, kami melakukan wawancara kepada beberapa tokoh yang ada dalam lingkup masyarakat yang memiliki citra di bidang dakwah dan memahami segala bentuk terkait teknologi dan sosial media. Diantaranya, melakukan wawancara dengan ahli dakwah, ahli IT dan juga salah satu milenial yang terjun ke dunia dakwah melalui sosial media

(memanfaatkan sosial media untuk menyebarkan dakwah). Sedangkan adanya kajian literatur ini guna sebagai tambahan terkait hasil dari wawancara sebelumnya. Tujuannya untuk memperkuat redaksi yang akan dideskripsikan di dalam karya tulis ilmiah ini. Serta menjadi penambahan wawasan terkait dakwah, sosial media dan generasi milenial.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Pandangan Anak Muda Terkait Dakwah Melalui Aplikasi Tik Tok**

Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa dakwah telah merambah ke dunia sosial media. Banyak sekali konten-konten dakwah yang telah disebarluaskan dalam berbagai platform media yang ada, mulai dari Instagram, Tik Tok, Facebook dan platform media lainnya. Dari semua platform yang ada, Tik Tok menjadi salah satu media yang paling menarik perhatian banyak kalangan, mulai dari kalangan muda hingga kalangan tua mayoritas menggunakan aplikasi sebagai media hiburan. Tidak lama ini konten-konten dakwah banyak yang mulai diunggah pada aplikasi tersebut, banyak sekali pegiat dakwah mulai dari yang tua hingga lahirnya para da'i-da'i muda untuk berdakwah. Lahirnya da'i-da'i muda ini kemudian menarik banyak jumlah *viewers* dan juga mendapat respon yang baik dari berbagai kalangan.

Hal ini menjadi salah satu tanda betapa besarnya *impact* yang dapat ditimbulkan oleh generasi milenial bagi dunia dakwah. Salah satu alasan penggunaan aplikasi Tik Tok banyak digemari adalah aplikasi ini mampu menyebarkan beragam jenis informasi terkait hal-hal yang sedang terjadi di belahan dunia (mancanegara) dalam bentuk yang singkat dan mudah dipahami, sekaligus menjadi ajang pertukaran *mindset* bagi konten-konten yang sedang hangat diperbincangkan. Adapun konten dakwah yang mulai muncul pada beranda Tik Tok mendapatkan perhatian yang baik sehingga diharapkan dengan adanya konten kreator yang terjun dalam dakwah islam mampu menambah pengetahuan seorang muslim mulai dari konten-konten Islam seputar sejarah Islam, cerita Islam, fiqh, dan lain sebagainya sehingga hal ini mampu menjadi tambahan wawasan bagi mereka yang belum mengetahuinya. Adanya konten-konten dakwah pada aplikasi Tik Tok juga bukan sekedar harapan bagi umat muslim saja, melainkan diharapkan bagi mereka yang non-muslim lebih terbuka pemikirannya yang mana sebagian masih terperangkap dalam kata *islamophobia* mendapatkan pencerahan bahwa Islam adalah agama yang indah

dan damai, bukan teroris seperti apa yang mereka pikirkan.

Peran milenial dalam menciptakan konten dakwah dianggap sangat penting sebab di zaman yang serba canggih dan modern ini, milenial dianggap sebagai *pro player* atau pemain handal dalam masalah teknologi serta mampu menuangkan segudang ide yang kreatif dan inovatif, sehingga adanya peran milenial, dakwah diharapkan mampu disebarluaskan hingga penjuru dunia. Namun, semakin banyaknya pengguna aplikasi Tik Tok, tentunya semakin besar pula tantangan yang harus dihadapi oleh para da'i muda. Masih beberapa tanggapan yang bersifat *rejection* dalam artian dakwah yang disampaikan belum dapat diterima penuh oleh sebagian orang dengan alasan bahwa konten-konten dakwah yang disampaikan terkadang hanya sebatas pengetahuan yang ia dengar saja namun tidak ia pahami dan tidak pula dikajinya dengan baik. Sehingga, kerap dipertanyakan terkait dalil-dalil yang mampu mendukung dakwahnya, apakah sudah sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits ataukah belum, hal inilah yang kerap menimbulkan adanya perbedaan pendapat dari beberapa kalangan hingga memicu perdebatan. Sehingga perlu diperhatikan dengan baik oleh para konten kreator dakwah dalam mengkaji ilmunya sebelum disampaikan yang mana sesuai dengan syariat Islam.

Di samping kontroversial terkait adanya perbedaan-perbedaan pendapat ini, para konten kreator dakwah terutama dari kalangan milenial juga mendapat dukungan yang positif dari berbagai kalangan pengguna Tik Tok. Sebab, milenial dianggap lebih jelas dan mudah dipahami penyampaianya ketika berdakwah serta dukungan fitur-fitur Tik Tok yang kemudian menambah ketertarikan para *viewers* untuk menyaksikan konten-konten dakwah tersebut.

Adapun para da'i milenial yang dapat diikuti dan diambil ilmunya melalui konten dakwah yang ia sediakan diantaranya :

NO	Da'i Millennial	Keterangan
1.	Agam Fachrul	Agam Fachrul merupakan milenial yang terjun dalam bidang dakwah serta memanfaatkan aplikasi Tik Tok sebagai media penyebar dakwahnya. Nama akun Tik Tok dari da'i milenial ini sendiri adalah <b>@heyowwO</b> . Konten dakwah yang ia

		<p>sampaikan banyak menarik perhatian kaum millennial pada umumnya. Sebab kontennya yang menarik dan diimbangi dengan pembawaannya yang enak didengar serta mudah untuk dipahami. Adapun materi dakwah yang ia sampaikan, selalu disertai dengan dakwah yang dapat dijadikan landasan yang kuat dan dapat diambil pelajarannya bagi yang menonton.</p>
2.	Husain Basyaiban	<p>Husain Basyaiban merupakan milenial yang menggunakan Tik Tok untuk membagikan ilmu pengetahuannya, hussain juga memiliki pemahaman yang baik dalam bahasa arab, fikih, hadis, dan ilmu syariah. Akun dakwahnya saat ini telah memperoleh 3,4 M followers dengan nama pengguna <b>@basyasman00</b> dalam penyampaian dakwahnya husain terkenal sebagai remaja muslim yang moderat dan pandai dalam beropini.</p>
3.	Angger	<p>Dalam konten yang sering dibuatnya Angger identik dengan konten-konten motivasi, Fikih dan tazkiyatun nafs. Adapun penyampaian yang disampaikan oleh Angger selalu menarik, sebab jawabannya bukan hanya berdasar pada Al-Qur'an dan Hadits, ia juga mengajak <i>viewers</i>-nya untuk berpikir menggunakan logika. Hal inilah yang semakin membuat penikmat konten dakwahnya semakin penasaran dan tertarik. Akun Tik Tok dari Angger sendiri, ia beri nama dengan <b>@angger_sy</b>.</p>
4.	Husein Jafar	<p>Husein jafar atau Habib Husein merupakan da'i muda dan aktivis yang memiliki pendekatan yang unik dan kreatif dalam berdakwah, dalam akun Tik Toknya yang dikenal dengan <b>@huseinjafar</b> terlihat jelas bahwa beliau sangat mengedepankan ajaran Islam dengan cinta dan perdamaian dalam setiap kontennya. Ini menjadi daya tarik tersendiri pada kalangan milenial yang cenderung lebih suka pada konten dengan penyampaian yang santai dan harmonis.</p>

## 2. Pandangan Ahli Dakwah Terkait Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah

Sosial media merupakan alat komunikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran mandiri dan pertukaran berita, selain jangkauannya yang luas dan relatif cepat media sosial tidak dapat ditolak kehadirannya di tengah-tengah kehidupan manusia yang serba canggih dan modern ini. karena media sosial itu sendiri keadaan dari masyarakat dunia saat ini yang memiliki fungsi sebagai *watchdog* masyarakat dan perpanjangan lidah dari masyarakat dalam menjalankan hak dan kebebasan bersuara serta berperan penting dalam meningkatkan hidup masyarakat baik ekonomi, politik dan sosial serta berperan penting dalam memperkenalkan kesenian dan hiburan.<sup>7</sup> Aktivitas dakwah sendiri membuka kesempatan seluas-luasnya untuk mengekspresikan aktivitas dakwahnya jika menggunakan media sosial, berbeda dengan dakwah via media konvensional yang memiliki keterbatasan waktu dan hanya orang-orang tertentu yang bisa mengisinya.<sup>8</sup> Sehingga dakwah melalui sosial media merupakan langkah yang paling tepat yang dapat menjangkau lebih banyak orang dan dapat diakses oleh berbagai kalangan dibandingkan dakwah pada suatu tempat, radio ataupun televisi. Menggunakan perangkat canggih berbasis online dalam berdakwah terkesan lebih efektif dan dapat menghemat biaya, waktu dan tempat.<sup>9</sup>

Generasi muda saat ini tidak bisa terlepas dari media sosial salah satunya Tik Tok, apabila Tik Tok diisi dengan konten kreator yang menyebarkan kebermanfaatannya seperti seperti ceramah, ilmu, dan pengajian tentunya akan menjadikan Tik Tok jauh lebih bermanfaat dibandingkan ketika diisi oleh konten-konten yang kurang bermanfaat dan postingan yang merusak citra Islam itu sendiri. Dalam perspektif Islam sosial media khususnya dalam hal ini aplikasi Tik Tok tergantung kepada pemakai aplikasi tersebut. Sosial media diibaratkan seperti alat, jika dipakai untuk hal yang positif maka akan menjadi bermanfaat dan halal, namun jika digunakan sebaliknya maka akan menjadi haram. Dalam kaidah Ushul fikih disebutkan bahwasanya hukum itu berputar sesuai dengan *illat* (alasan terjadinya perbuatan tersebut) sehingga apabila

<sup>7</sup> Ball Rokeach dan DeFluer, (terj), *Teori Komunikasi Massa*, (Kuala Lumpur Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia, 1988)

<sup>8</sup> Dudung Abdul Rahman, "Komunikasi Dakwah Melalui Sosial Media." *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13, no.2 (2019)

<sup>9</sup> Y Purwanto, M Taufik, AW Jatnika, "Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa." *Jurnal Sosisoteknologi* 16, no.1 (2017)

dalam tujuan dan tindakan terhadap sesuatu berdasarkan dari hal yang positif maka tindakan atas perbuatan tersebut dihukumi boleh dan jika tidak ada alasan yang positif bahkan memudharatkan maka hukumnya jatuh menjadi tidak boleh. Dalam permulaannya aplikasi Tik Tok ini menuai banyak kontroversi dan banyak sekali video yang diunggah oleh penggunanya berupa video yang bertentangan dengan keislaman yang menyebabkan banyak fatwa dari ulama di negara-negara muslim yang mengharamkan aplikasi ini.<sup>10</sup> Di Indonesia sendiri ada beberapa ulama yang mengharamkan aplikasi Tik Tok ini salah satunya adalah Habib Haikal Alaydrus dikarenakan banyaknya wanita muslim yang menggunakan Tik Tok tanpa memikirkan aurat dan rasa malu.<sup>11</sup> Akan tetapi banyak diantara ulama yang setuju dengan kaidah Ushul fikih yang memandang hukum dari aplikasi Tik Tok ini kembali kepada alasan dan tujuan pemakainya.

Sesuai dengan pendapat Habib Jakfar al-Hadar memosisikan Tik Tok, musik, film itu adalah sama sebagai alat, tidak bisa dihukumi halal atau haramnya, aplikasi ini menjadi haram jika dipakai untuk keburukan dan berpahala jika dilakukan untuk kebaikan.<sup>12</sup> Tik Tok sendiri merupakan terobosan baru, tidak menutup kemungkinan setelah Tik Tok akan hadir aplikasi-aplikasi baru lainnya dan tugas seorang da'i adalah harus mengikuti perkembangan yang ada, jika da'i bersikap antipati pada perkembangan sosial media maka akan membuat da'i kehilangan peluang dakwahnya.<sup>13</sup>

Memanfaatkan aplikasi Tik Tok sebagai salah satu media dakwah agar tidak tertinggal zaman dan harus dan harus cepat tanggap mengenai arus perkembangan zaman pada media sosial dan menjadikan media sebagai wadah untuk menjawab keresahan.<sup>14</sup>

### 3. Pandangan Ahli IT Terkait Kualitas Aplikasi Tik Tok

<sup>10</sup> Wawancara Dengan Tuan Guru Muhammad Mazin Lc, Mahasiswa Ez-Zeytouna

<sup>11</sup> Alaydrus, H.H. 2020, 12 Oktober. Hukum Bermain Tik Tok - Sarpan Evandy (Video). Youtube. <https://youtu.be/d26wuaVW098>

<sup>12</sup> Hadar, H.J. 2021, 23 Januari. Habib Dakwah di Tik Tok – Jeda Nulis (Video). Youtube. <https://youtu.be/Vt2dRSEB7u4>

<sup>13</sup> Wawancara Dengan Muhammad Hidayatullah, S.Ag., Lc, Ketua Umum Ikatan Mahasiswa Tarbiyah Islamiyah

<sup>14</sup> Rara Zarary, "Ala NU Memanfaatkan Tik Tok Sebagai Media Dakwah Masa Kini" <https://tebuieng.online/ala-nu-memanfaatkan-tiktok-sebagai-media-dakwah-masa-kini/>, 2020

Pesatnya perkembangan teknologi menjadi peluang dakwah tersendiri bagi konten kreator untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan membangun opini ditengah-tengah masyarakat. Dalam performanya Tik Tok merupakan aplikasi yang sedang naik daun melebihi pendahulunya seperti Instagram, facebook, line, Twitter dan berbagai aplikasi sosial media lainnya. Tik Tok menawarkan berbagai fitur yang jarang ditemukan di aplikasi lain bersamaan dengan kemudahan dalam mengaksesnya.

Tik Tok merupakan salah satu media yang cukup efektif jika konten yang dibuat sasarannya berupa generasi milenial, akan tetapi jika konten yang dibuat sasarannya adalah orang tua maka konten tersebut kurang tepat jika disampaikan melalui aplikasi Tik Tok ini, melihat banyaknya orang tua yang jarang menjadi user aplikasi ini. Aplikasi ini memiliki daya tarik berupa video yang berdurasi 15 detik hingga 3 menit yang dimana hal ini tidak membuat bosan *user* untuk berlama-lama menonton. Ditambah lagi banyaknya selebriti yang menggunakan aplikasi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi milenial untuk menggunakannya juga, konten kreator maupun *user* dalam aplikasi ini juga dapat membuat kontennya menggunakan musik yang cenderung disukai oleh generasi milenial sehingga menjadikan konten-konten yang diunggah mendapatkan banyak viewers, daya tarik seperti ini membuat konsumsi konten menjadi lebih besar dan sangat berpengaruh pada kehidupan penggunanya.<sup>15</sup>

Pesan yang terdapat pada konten yang sama dan dilihat berulang-ulang akan membentuk opini secara langsung maupun tidak langsung pada penggunanya. Adanya trending di Tik Tok membuktikan bahwa Tik Tok mampu mengumpulkan banyak viewers dan mempermudah konten kreator dalam mempromosikan ide, opini, dan menyebarluaskan dakwah nya seperti contohnya Tik Tok digunakan untuk mensosialisasikan protokol-protokol kesehatan semasa pandemi covid-19. Seperti cara mencuci tangan yang dibuat semenarik mungkin lalu ditiru dan dimodifikasi kembali oleh pengguna lainnya. Dengan begitu pesan yang ingin disampaikan konten kreator dalam kontennya akan lebih membekas dalam ingatan viewersnya.<sup>16</sup>

#### **4. Strategi Penyampaian Dakwah Melalui Aplikasi Tik Tok**

<sup>15</sup> Wawancara Dengan Evi Yuliastri, Devisi Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi BPPAUD dan DIKMAS NTB

<sup>16</sup> *Ibid.*

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.<sup>17</sup> 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 olokan kembali dengan kalimat-kalimat yang cukup terkenal, seperti "Sok suci kamu, mending perhatikan diri kamu sendiri".

---

<sup>17</sup> Nurul Avifah, "Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat.)" *Raushan Fikr* 6, no.2 (2017)

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 dengan dunia 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 rasa bosan. Seperti dicampur padukan dengan film atau ditambahi instrumen yang mengundang keingintahuan.<sup>18</sup>

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

---

<sup>18</sup> Wawancara Dengan Pandu N.W, Da'I Milenial

- a. Pertama, *Qawlan Karima*, menyampaikan dengan perkataan atau bahasa yang baik
- b. Kedua, *Qawlan Sadida* menyampaikan dengan perkataan yang jujur
- c. Ketiga, *Qawlan ma'rufa* menyampaikan dengan perkataan yang baik dan tidak menyakiti, karena yang akan disampaikan adalah sesuatu yang baik, maka cara penyampaiannya juga harus baik.
- d. Keempat, *Qawlan Baligha* menyampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti
- e. Kelima, *Qawlan Layyina* menyampaikan dengan bahasa yang lemah lembut
- f. Keenam, *Qawlan Maisura*, perkataan yang pantas<sup>19</sup>

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwasanya peran kaum milenial memiliki peranan penting dan besar dalam memajukan dakwah Islam. 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 kebermanfaatan dan tidak memberikan dampak buruk terhadap diri sendiri dan orang lain. Untuk menyebarluaskan 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 *viewers* merasakan 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

---

<sup>19</sup> Ahmad Zaenuri, "Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran" *JALIE: Journal of Applied Linguistics and Islamic Education* 1, no.1 (2017)

kembali pada page tersebut, hal ini membuka peluang untuk memperoleh share lebih banyak dan membuat konten yang di upload lebih banyak diakses.

### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Rahman, Dudung. "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial." *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung XIII*, no.2, 2019: 121-133.
- Aiman, Muhamad, Muhamad Syakir, and Ajmain. "Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam." *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia*. Malaysia: Universiti Sains Malaysia, 2019. 131-142.
- Alaydrus, Habib Hayqal. "Hukum Bermain Tik Tok". 12 Oktober 2020. URL: <https://youtu.be/d26wuaVW098>
- Amelia, R. (2021) "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tik Tok" (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin,) diakses dari <http://repository.uinjambi.ac.id>
- Avifah, Nurul. "Efektifitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat)." *Raushan Fikr*, 2017: 223-237.
- Ball, Rokeach, dan DeFluer. *Teori Komunikasi Massa*. Kuala Lumpur Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia, 1988.
- Habib Jakfar al-Hadar, Husain Basyaiban, Raihan Habib. "Habib Dakwah di TikTok". 23 Januari 2021. URL: <https://youtu.be/Vt2dRSEB7u4>
- Hendra, T, and S Saputri. "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial." *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 2020: 50-60.
- Hidayah, A. (2020) "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial" (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara) (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram,) diakses dari <https://jurnal.uinmataram.ac.id>
- Muhtadi, A. *Komunikasi Dakwah : Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Rekatama Media, 2012.
- Purwanto, yudi, Muhamad Taufik, and Asep Wawan Jatnika. *Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*. Bandung, Jawa Barat, April 1, 2017.
- Usman, Fadly. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, vol.1, no.1, 2016: 1-8.
- Zaenuri, Ahmad. "Tekhnik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran." *Jalie : Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, vol.1, no.1, 2017: 41-67.
- Zarary, Rara. *tebuireng.online*. 5 oktober 2020. <https://tebuireng.online> (diakses mei 22, 2021).