

Dakwah Melalui Media Sosial Pada Aplikasi Tik-Tok

Fitriana¹, Desvi Herleni², Novia Rahmadani³, Lira Pirna⁴, Fitri Yuni⁵, Lesa Juniarti⁶

¹²³Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*Corresponding Email : fitrianaa2618@gmail.com

ABSTRAK

Memasuki zaman media sosial seperti sekarang ini, untuk mendapatkan informasi keagamaan sangat mudah hanya perlu mengakses pada platform aplikasi yang tersedia salah satunya ialah Tik Tok. Jika dahulu orang harus datang kepengajian dan bertanya langsung tentang apa yang ingin dia ketahui tentang keagamaan sekarang di era digital orang-orang tinggal mencari disaluran media sosial tersebut. Dengan mengikuti perubahan zaman, perkembangan dakwah dapat lebih luas lagi dan bergerak tanpa ada batas waktu semua pihak dapat mengakses dakwah dimanapun dan kapanpun sekalipun orang itu nonislam. Kemajuan hal ini menjadi kemajuan tersendiri bagi yang ingin berdakwah. Isu apapun tentang dunia islam berkaitan dengan yang diunggah sangat mudah tersebar dan mengakar kemanapun akan langsung tersebar di media sosial lainnya. Interaksi inilah yang menjadi fenomena dalam dunia dakwah dalam aspek media sosial yang akan senantiasa bergerak menyebar itulah tantangan sekaligus peluang bagi dakwah islam. Keberadaan media sosial seperti Tik-Tok ini akan sangat mempermudah aspek-aspek penyebaran dakwah itu sendiri, ruang dakwah menjadi ruang yang terbuka dan bebas untuk diakses oleh siapapun bahkan oleh agama manapun. Namun perlu diingat jika menyebarkan sesuatu informasi atau dakwah di media sosial sangat perlu diperhatikan keasliannya jangan sampai menyebar dakwah yang menyimpang dan tidak berdasarkan Hadis serta Al-Qur'an.

Kata Kunci : Dakwah, Media Sosial, Fenomena, Informasi

Pendahuluan

Zaman sekarang banyak sekali cara-cara manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi karena zaman yang telah banyak mengalami perubahan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang berbasis internet yang pesat membuat kebiasaan cara interaksi manusia mulai berubah menjadi serba menggunakan media-media online. Komunikasi beralih pada masa media sosial sebagai media yang digunakan untuk bertukar pesan dan informasi antar manusia mengenai dirinya satu sama lain melalui bentuk berupa gambar, tulisan, video, suara, dan lain sebagainya. Hal tersebut kemudian akan mendapatkan sebuah timbal balik dari seseorang yang melihatnya berupa komentar, like, atau ajakan pertemanan dan pengikut baru. Salah satu fungsi media sosial tersebut adalah digunakan untuk berdakwah. Berdakwah adalah salah satu aktivitas mengajak, menyeru, dan menyampaikan petunjuk dari Allah SWT. Kepada manusia yang lain agar menjalankan segala perintah nya dan menjauhi seluruh larangannya sesuai dengan pesan pesan kebaikan yang ada pada Al Qur'an dan Hadist. Perlu dipahami bahwa dalam proses penyampaian pesan tersebut terdapat upaya-upaya dari pendakwah agar pesan ajaran islam dapat diterima dengan baik oleh sasaran dakwahnya. Kegiatan dakwah, sangat dipengaruhi tujuan dari kegiatan itu. Perencanaan tujuan itu sangat mempengaruhi hasil dari setiap usaha.

Tujuan dakwah secara universal adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah SWT. Tujuan dakwah terdapat tujuan secara umum dan khusus. Secara umum dakwah bertujuan ingin mencapai nilai-nilai atau hasil akhir keseluruhan aktivitas dakwah. Nilai-nilai yang dimaksud adalah nilai-nilai agama. Oleh karena itu diperlukan sebuah perencanaan matang serta kegiatan sebagai aplikasi perencanaan. Secara khusus dakwah bertujuan sebagai terjemahan dari tujuan umum dakwah, di antaranya: Mengajak manusia agar

beriman kepada Allah, Meningkatkan mental agama Islam bagi kaum yang masih muallaf, Menyeru agar umat Islam selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT, Serta menyeru kepada umat muslim agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

Metode

Penelitian pada artikel ini menggunakan metode penelitian responden yang cenderung mendekati fenomena dari perspektif atau pemahaman dengan didukung dengan kegiatan wawancara yaitu, mewawancarai mahasiswa yang ada di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Kegiatan ini digunakan bertujuan sebagai upaya pemahaman yang lebih dalam terhadap sebuah fenomena dakwah. Metode yang kami gunakan yaitu dengan metode responden penelitian di lingkungan sekitar kampus A Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang kami tanyakan kepada mahasiswa dan mahasiswi terkait masalah sesuai dengan judul artikel kami yang berjudul "Dakwah Melalui Media Sosial Pada Aplikasi Tik-Tok".

Pertanyaan-pertanyaan yang kami ajukan kepada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang diantaranya sebagai berikut:

1. Menurut anda efisien atau tidak mendengar dan menonton dakwah di Tik-Tok?
2. Apakah anda suka melihat konten video dakwah di aplikasi Tik-Tok?
3. Menurut anda apa perbedaan mendengar dakwah secara langsung dan melihat di Tik-Tok?
4. Bagaimana pendapat anda tentang video dakwah yang ada di Tik-Tok?
5. Apakah dengan adanya perkembangan media sosial yg sekrng dakwah bisa ter sampaikan dengan jelas terutama pada media Tik-Tok?
6. Apakah dakwah yang disampaikan melalui media online Tik-Tok memiliki daya tarik dibandingkan dakwah secara langsung?

Hasil

Responden dari semua pertanyaan yang kami ajukan saat mewawancarai mahasiswa dan mahasiswi yang ada di kampus A Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Dapat disimpulkan bahwa 95% dari mereka yang kami wawancarai lebih suka melihat dakwah di media sosial karena lebih mudah diakses dan berdakwah lewat media sosial melalui aplikasi Tiktok lebih efisien karena kita tidak perlu datang secara langsung ketempat kajian tersebut, kita bisa melihat dakwah secara tidak langsung melalui handphone kita yang hanya diperlukan internet saja serta bisa dilihat dimanapun dan kapanpun saja. Namun, ada yang perlu diperhatikan saat melihat dan mendengar dakwah di media sosial yaitu harus memperhatikan keaslian dari dakwah tersebut yang harus berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist, apakah dakwah tersebut dakwah sufi atau bukan, jadi media sosial terutama tiktok itu sangat membantu dan sangat cepat penyebaran dakwahnya dan sampai kepada para pengguna aplikasi tiktok itu sendiri sehingga, semua orang bisa mendengarkan ceramah dengan simple dan mudah di pahami secara rinci dan memiliki daya tariknya tersendiri untuk menarik para penonton vidio dakwah tersebut.

Keberadaan media sosial seperti TikTok ini akan sangat mempermudah aspek-aspek penyebaran dakwah itu sendiri, ruang dakwah menjadi ruang yang terbuka dan bebas untuk diakses oleh siapapun bahkan oleh agama manapun, dengan media komunikasi yang serba canggih sekarang akan dapat lebih mudah untuk menyampaikan dakwah secara tak langsung ke semua orang yang dapat dilihat ataupun didengar kapan saja dan dimana saja. Begitupun bagi para da'l mereka mulai menggunakan media sosial sebagai media dakwah dengan cara aktif berbagi tulisan karya-karya mereka dan di posting di berbagai platform sosial media. Seseorang pun akan lebih mudah memposting pesan-pesan moral yang dapat diterima oleh objek dakwah dengan lebih menarik misalnya dibuat dengan video

yang menarik mengenai dakwah agar mudah ditangkap pesan dari video dakwah tersebut. Pesan moral dakwah media sosial bisa berbentuk kisah, puisi, kata mutiara, video dakwah serta esai.

Pembahasan

Media sosial telah menjadi sarana penting untuk menyebarkan informasi, termasuk dakwah. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, menawarkan peluang unik untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda.

A. Potensi TikTok untuk Dakwah

1. **Format Video Singkat:** TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video singkat yang menarik. Dengan kreativitas, dakwah dapat disampaikan dalam bentuk cerita, nasihat, atau pengajaran agama yang mudah dicerna.
2. **Aksesibilitas:** TikTok memiliki jutaan pengguna aktif di seluruh dunia. Hal ini memberi kesempatan bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin tidak aktif di platform dakwah tradisional.
3. **Interaktivitas:** Fitur komentar dan duets memungkinkan interaksi langsung antara penyampai dakwah dan audiens. Ini membuka ruang untuk diskusi, tanya jawab, dan umpan balik yang konstruktif.

B. Strategi Dakwah di TikTok

1. **Konten Kreatif:** Menggunakan musik, tarian, dan efek visual yang sedang tren untuk menarik perhatian. Misalnya, menyisipkan pesan keagamaan dalam video yang menghibur atau edukatif.
2. **Hashtag yang Relevan:** Menggunakan hashtag yang populer seperti #dakwah, #islam, atau motivasi untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten.
3. **Kolaborasi dengan Influencer:** Menggandeng influencer yang memiliki audiens besar untuk menyebarkan pesan dakwah. Ini bisa membantu memperkuat pesan dan menarik pengikut baru.
4. **Penyampaian yang Relatable:** Mengemas materi dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens muda.

C. Tantangan

1. **Penyebaran Konten Negatif:** Selain dakwah positif, TikTok juga menjadi platform bagi penyebaran konten yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Penting bagi para dai untuk tetap waspada dan memerangi konten yang merugikan.
2. **Resistensi Audiens:** Beberapa orang mungkin skeptis terhadap dakwah di media sosial. Oleh karena itu, pendekatan yang tepat dan penuh hikmah sangat diperlukan.
3. **Keterbatasan Waktu:** Format video singkat terkadang menyulitkan penyampaian pesan yang mendalam. Dai perlu cerdas dalam memilih inti pesan yang ingin disampaikan.

Kesimpulan

Dakwah melalui TikTok memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam. Dengan memanfaatkan kreativitas dan strategi yang tepat, dakwah dapat menjadi lebih menarik dan efektif. Namun, perlu kesadaran akan tantangan yang ada, sehingga dakwah yang disampaikan dapat membawa manfaat yang nyata bagi masyarakat. Dengan pola komunikasi yang dapat digunakan yaitu Aplikasi medsos berbagi jaringan sosial misalnya Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Tiktok dan lain-lain. dari berbagai macam Aplikasi seperti Youtube dan Tiktok

terdapat beberapa perbedaan untuk Youtube jika durasi penjelasan ingin lebih jelas bisa menggunakan durasi dari Youtube tetapi jika ingin membuat konten dgn durasi terperinci bisa dari Aplikasi Tiktok Sama seperti aplikasi yang lainnya, dengan aplikasi dalam kategori ini para da'l dan seseorang yang menyebarkan kebaikan pun juga dapat memposting atau menshare pesan-pesan dakwah sehingga bisa diakses agar dapat bermanfaat bagi banyak orang. Dan masih banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana dalam berdakwah, seperti: blog, web, grup diskusi dan sebagainya.

Para da'i menggunakan media sosial sebagai media dakwah dengan cara aktif berbagi tulisan karya-karya mereka. Para da'i telah menyuguhkan pesan-pesan moral yang dapat diterima oleh objek dakwah. Pesan da'i di media sosial berbentuk kisah, puisi, kata mutiara dan esai. Materi dakwah mereka berkaitan tentang akidah, syariah, dan akhlak sebagai dasar hubungan vertikal dan horisontal. Jika da'i memang terpaksa menggunakan istilah yang sulit dipahami, maka harus disertai penjelasan-penjelasan agar pembaca tidak salah pengertian. Respon balik atas komentar pembaca perlu mendapat perhatian lagi, sebab terkadang pertanyaan yang disampaikan muncul karena ketidakpahaman dari pesan da'i.

Acknowledgement

Peneliti mengucapkan terima kasih khususnya kepada civitas akademika Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Azzuhri, M. (2021). *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi dalam Era Media Sosial*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Hidayat, R. (2020). "Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah di Kalangan Remaja." *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 45-60.
- Nisa, L. (2021). "Pengaruh Konten Dakwah di Instagram dan TikTok terhadap Sikap Generasi Muda." *Jurnal Dakwah dan Media*, 9(2), 123-135.
- Mufid, A. (2022). *Dakwah Melalui Media Sosial: Tantangan dan Peluang*. Yogyakarta: Penerbit Nizamia.
- Sari, R. (2022). "Dakwah Kreatif di TikTok: Menggali Potensi dan Tantangan." *Jurnal Penelitian Sosial*, 10(4), 215-230.
- Santosa, H. (2021). "Strategi Dakwah dalam Era Digital: Mengoptimalkan Media Sosial." *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 8(1), 45-59.