

# **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI**

**Muhamad Parhan**  
[parhan.muhamad@upi.edu](mailto:parhan.muhamad@upi.edu)

**Aulia Khaerunnisa**  
[auliakhaerunnisa1@upi.edu](mailto:auliakhaerunnisa1@upi.edu)

**Muhammad Syamsudin Umar**  
[mhdsyamsudin544@upi.edu](mailto:mhdsyamsudin544@upi.edu)

**Syifa Hanifa**  
[syifahanifa@upi.edu](mailto:syifahanifa@upi.edu)

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

## **Abstract**

*The TikTok application is a short video provider platform that is being loved by millennials from all walks of life, including students. Students who are generally aged 18 to 25 years are the younger generation who should have full responsibility for their lives. He must be able to distinguish between what is good and what is bad, what he needs and what he doesn't need, and what is useful for him and what is not. Departing from this, the authors want to know the effect of using the Tiktok platform in terms of Islamic da'wah to Muslim students at UPI. The research approach uses a qualitative approach by using an online questionnaire method with a random sample with the condition that the respondents must be UPI students and are Muslim. The questionnaire was filled out by 50 respondents with the results that the average respondent knew the Tiktok application and used it as entertainment for them and saw the da'wah messages conveyed through Tiktok. The content creator of da'wah who often fyp on Tiktok the respondents are Ustad Hanan Attaki. The use of the Tiktok application is considered quite influential as a medium of propaganda among UPI Muslim students.*

**Keywords:** *Da'wah; Media; Tiktok*

## **Abstrak**

Aplikasi tiktok merupakan platform penyedia video pendek yang tengah digandrungi masyarakat millennial dari segala kalangan, termasuk mahasiswa. Mahasiswa yang pada umumnya berusia 18 hingga 25 tahun merupakan generasi muda yang sudah sepatutnya memiliki tanggung jawab penuh terhadap hidupnya. Ia harus bisa membedakan mana yang baik, dan mana yang buruk, mana yang ia butuhkan dan tidak dibutuhkan, serta mana yang bermanfaat baginya dan mana yang tidak bermanfaat. Berangkat dari hal tersebut, penyusun ingin mengetahui

pengaruh penggunaan platform Tiktok dalam hal dakwah Islami terhadap mahasiswa muslim yang ada di UPI. Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif dengan menggunakan metode pengisian kuisioner secara online dengan sampel acak dengan syarat responden harus merupakan mahasiswa UPI dan beragama Islam. Kuisioner diisi oleh 50 responden dengan hasil responden rata-rata mengenal aplikasi Tiktok dan menggunakannya sebagai hiburan bagi mereka serta melihat pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui Tiktok tersebut. Konten kreator dakwah yang sering *fyp* di Tiktok para responden ialah Ustad Hanan Attaki. Penggunaan aplikasi Tiktok dinilai lumayan berpengaruh sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa muslim UPI

Kata kunci: Dakwah; Media; Tiktok

## **Pendahuluan**

Dewasa ini, teknologi di dunia sedang berkembang dengan pesat, ditandai dengan semakin banyak media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, begitu pula dengan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet <sup>1</sup>. Salah satu media sosial yang tengah digandrungi masyarakat adalah TikTok.

Di Indonesia sendiri pengguna tiktok terbanyak adalah usia remaja hal ini meningkatkan adanya potensi negatif bagi penggunanya, ini dikarenakan tidak adanya batasan usia dan juga peraturan khusus terkait konten yang diupload pada aplikasi tersebut, pada tahun 2019 pemerintah india memblokir aplikasi ini karena alasan tidak amannya akun pengguna sehingga memungkinkan bocornya data pribadi dari para penggunanya. Hal ini langsung ditanggapi perusahaan TikTok dengan melakukan perbaikan sistem keamanannya sehingga menjamin data pribadi penggunanya. Disisi negatif aplikasi ini juga bisa memberikan potensi positif hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan positif seperti konten pendidikan, konten kesehatan dan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu konten vidio dakwah pada TikTok <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Umiyati, "PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK" 4, no. 1 (2021): 6.

<sup>2</sup> Evi Nowidiayanti, "PESAN DAKWAH MELALUI KONTEN TIKTOK (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @Basyasman00)," 2021, 6.

Jumlah pengguna media sosial TikTok di Indonesia saat ini melebihi dari 30 juta<sup>3</sup>. Pengguna terdiri dari berbagai kalangan, tidak terkecuali kalangan mahasiswa Islam. Dari beragam akun yang bertebaran, beberapa di antaranya adalah akun TikTok yang fokus dengan kajian keislaman. Intensitas penggunaan media sosial TikTok yang kaya dengan fitur-fitur di dalamnya ini tentu memiliki bermacam dampak terhadap perilaku islami mahasiswa.

Tapi kadang meski TikTok memiliki banyak manfaat namun juga memiliki pengaruh negatif seperti mengakibatkan lalai karena dilenakan oleh waktu, penundaan pekerjaan, tugas, kemudian rasa malas. Tetapi banyak sekali mahasiswa yang lebih memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mencari informasi, mengenai berbagai hal, sehingga adanya pengaruh positif, dan juga mahasiswa mendapatkan hal baru yang diketahui dari segi pengetahuan umum, apalagi keagamaan (dakwah).

Keberadaan media sosial TikTok menimbulkan berbagai pro dan kontra khususnya bagi masyarakat Indonesia yang menilai aplikasi tersebut berdampak negatif karena konten-konten yang berisi tari-tarian dan sejenisnya. Seiring berjalannya waktu, para konten kreator mulai menggunakan TikTok untuk memposting konten positif termasuk dakwah. Media salah satu faktor yang bisa mempengaruhi sikap karena intensitas dalam mengaksesnya maka intensitas mengakses dan sikap keberagaman menjadi variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini<sup>4</sup>.

Akhir-akhir ini beberapa konten creator yang merupakan dai-dai muda banyak memasuki page pengguna TikTok sehingga memberikan warna baru pada aplikasi ini<sup>5</sup>. Adapun konten dakwah yang mulai muncul pada beranda TikTok 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,

---

<sup>3</sup> Luluk Makrifatul Madhani et al., "Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta" 3 (2021): 604–24.

<sup>4</sup> Desviana, *Pengaruh Intensitas Akun Tik Tok @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagaman*, 2021.

<sup>5</sup> Yulia Nafa et al., "Media Dakwah Untuk Kaum Milenial," *At-Thullab Jurnal* 3, no. 2 (2021): 570–84.

dan lain sebagainya sehingga hal ini mampu menjadi tambahan wawasan bagi mereka yang belum mengetahuinya. Adanya konten-konten dakwah pada aplikasi TikTok 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.

Secara etimologis, kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata *yad'u* (fi'il mudhari') dan *da'a* (fi'il madli) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*). Selain kata "dakwah", al-Qur'an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan "dakwah", yakni kata "tabligh" yang berarti penyampaian, dan "bayan" yang berarti penjelasan. Sedangkan secara terminology menurut M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Sedangkan menurut peneliti dakwah merupakan suatu usaha yang dilakukan manusia secara sadar untuk mengingatkan hal-hal kebaikan dengan cara yang bijak dan menentramkan pada diri sendiri dan lingkungan sekitarnya pada khususnya dan khalayak luas pada umum <sup>6</sup>.

Ada banyak sarana penyampaian dakwah yang dapat dilakukan oleh orang-orang. Tergantung lagi kemampuan penggunaan sarana yang dipilihnya harus disesuaikan dengan kemampuan masing-masing individu. Ada yang menyampaikan dakwah melalui rangkaian tulisan puisi, opini di media, melalui mimbar, melalui cerita pendek, film bahkan music <sup>7</sup>.

Dakwah menjadi bagian dari proses komunikasi tapi tidak semua komunikasi berarti proses dakwah. Pemanfaatan media online menjadi tantangan

---

<sup>6</sup> Sholihatul Atik Hikmawati and Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosenai Sunan Kalijogo Malang" 2 (2021): 1–11.

<sup>7</sup> Jumaris, "Siyar Islam Melalui Musik Di Era Sosial Media," 2009, 10.

dan peluang bagi aktivitas dakwah<sup>8</sup>. Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak, dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah swt. sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam<sup>9</sup>. Seruan untuk melaksanakan dakwah merupakan perintah langsung dari Allah swt. Melalui AL-Qur'an Surat Ali Imran ayat 104 yang berbunyi: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang mengajak kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf, dan men cegah dari yang mungkar. Merekalah orang-orang beruntung".

Dakwah dapat dilakukan melalui suara, kata-kata, atau perbuatan<sup>10</sup>. Selain ajakan, dakwah juga bisa berarti do'a yakni harapan, permohonan kepada Allah swt. sebagaimana tercantum dalam firman Allah Q.S. Al-Baqarah ayat 186 yang berbunyi "dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, (maka jawablah) bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia berdo'a kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi perintah-Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu dalam keadaan kebenaran"

Perkembangan agama Islam yang disebarkan oleh Nabi Muhammad SAW di Makkah, Madinah dan kemudian berkembang keseluruh dunia tidak lain adalah karena adanya proses dakwah yang dilakukan oleh tokoh Islam. Perkembangan dakwah Islamiyah inilah yang menyebabkan agama Islam senantiasa berkembang dan disebarluaskan kepada kehidupan manusia. Dan seiring perkembangan di era globalisasi ini membuat cara berdakwah pun ikut mengalami perkembangan yang signifikan. Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana, tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi agar pesan dakwah lebih meluas dan

---

<sup>8</sup> Dita Verolyna and Intan Kurnia Syaputri, "Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021): 23, <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>.

<sup>9</sup> Persepsi Jama, A H Tabligh, and Kota Palopo, "Ayat-Ayat Tentang Dakwah Dalam Al-Qur ' An Ayat-Ayat Tentang Dakwah Dalam Al- Qur ' An ( Persepsi Jama ' Ah Tabligh Kota Palopo )," 2019.

<sup>10</sup> Zulkarnain, "Dakwah Islam Di Era Modern" 26, no. 3 (2015): 151–58.

bisa dilakukan secara efektif. Kalangan yang dijangkau bisa menjadi lebih luas dan begitu pula dampak yang ditimbulkannya<sup>11</sup>.

Kegiatan dakwah di era modern ditandai dengan memanfaatkan teknologi dalam penyelenggaraannya. Sebelum pandemic, sering diadakan kajian-kajian Islami yang diisi oleh ustadz dan ustadzah yang gaul, entah karena gaya berpakaianya, ataupun karena penggunaan bahasanya. Kemudian informasi terkait dakwah tersebut disebarakan melalui media social seperti instagram ataupun facebook. Contoh lembaga atau gerakan yang mengusung tema modern tersebut adalah *Shift Pemuda Hijrah* yang dipimpin oleh Ustad Hanan Attaki dan istrinya, ustadzah Hanin Akira. Model dakwah masa kini berbeda dengan dakwah pada masa lalu. Dimana dakwah pada masa kini, generasi milenial dapat menggunakan model dakwah digital. Dakwah digital adalah model pengajaran Islam melalui media. Model dakwah ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja<sup>12</sup>.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan juga informasi, menciptakan aktivitas dakwah melalui media online, seperti media sosial. Berbagai macam jenis aplikasi dalam media sosial yang dimanfaatkan oleh pendakwah, salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Ikhwan Mukhlis memanfaatkan Tiktok untuk membuat inovasi baru dalam berdakwah dengan nilai dakwah yang disampaikan secara sederhana, namun menarik. Kemasan konten dakwahnya yang dibuat pun menyesuaikan trend yang sedang viral. Gaya berdakwahnya sangat mudah diterima khalayak, karna tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Berbagai konten video dakwah dibuat untuk mengajak kebaikan dengan cara millennialnya menjadi daya tarik pengguna TikTok yang mayoritas adalah kalangan muda atau remaja yang sedang membutuhkan dakwah islam atau penanaman moral secara islami dan modern<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Bara Izzat Wiwah Handaru, "Tantangan Agama Di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik Dan Materi Dakwah," *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 01 (2021): 1–24, <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.188>.

<sup>12</sup> Reza Mardiana, "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial," *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–58, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.

<sup>13</sup> Dinda Rizky Hayati, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah," 2021.

Dalam pandangan Hanan Attaki, gerakan-gerakan dakwah di kalangan anak muda saat ini mengalami stagnansi yang luar biasa<sup>14</sup>. Jamaah yang hadir dalam sebuah pengajian adalah mereka yang selama ini sudah aktif dalam gerakan dakwah atau memiliki latar belakang Rohis ketika di sekolahnya. Sedangkan anak muda muslim yang berada dalam zona tersebut hanya lah minoritas dari anak-anak muda yang lebih aktif dalam dunia subkultur, yang selama ini belum banyak dirangkul oleh gerakan dakwah<sup>15</sup>

Akibat pandemi ini, media dan teknis dakwah juga harus mengalami perubahan, dari yang semula dilakukan di luar ruangan menjadi di dalam ruangan yakni di dalam jaringan. Pada pandemi Covid-19, peran media siber menjadi urgen. Dengan teknologi, kini orang bisa mengakses pengetahuan tentang agama menurut selera dan kebutuhan masing-masing dengan mudah<sup>16</sup>. Memasuki era modern saat ini definsi dan pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup penting. Maka dari itu, penggunaan media TikTok ini dirasa efektif sebagai media dakwah karena tak hanya menampilkan foto saja, namun juga video interaksi melalui tik tok live. Media penyampaian secara menarik melalui TikTok feed yang secara langsung bisa mendapatkan respon dari segenap follower yang dimiliki<sup>17</sup>.

## Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang dipakai untuk meneliti suatu sample dari populasi tertentu. Penelitian kualitatif juga suatu proses menemukan pengetahuan dengan melihat perubahan atau pendapat responden sebagai alat menganalisis keterangan apa yang ingin kita ketahui. Tipe

---

<sup>14</sup> Muhamad Parhan and Sarah Alifa, "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media ( Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan\_attaki )," *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 175–96, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.

<sup>15</sup> Muhamad Ibtissam Han, "Representasi Anak Muda Gaul Dan Saleh Dalam Gerakan Hijrah: Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@pesan\_trend)," *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 01 (2021): 101–20, <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.192>.

<sup>16</sup> Handaru, "Tantangan Agama Di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik Dan Materi Dakwah."

<sup>17</sup> Hikmawati and Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Doseniai Sunan Kalijogo Malang."

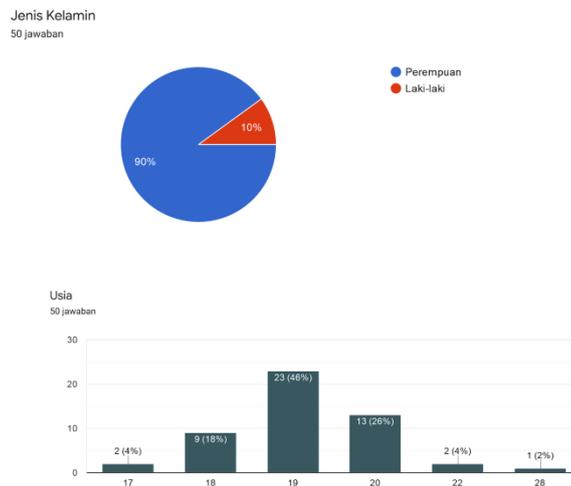
penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan survei terhadap ketersediaan responden. Penelitian survei ialah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Peneliti menggunakan jenis dan teknik ini untuk memudahkan dalam mengetahui seberapa efektifkah dakwah di TikTok berdasarkan fakta lapangan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif mempunyai karakter alami sebagai sumber data secara langsung, deskriptif, hasil tidak terlalu dipentingkan, tetapi proses lebih dipentingkan. Analisis penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis induktif dan makna makna merupakan hal yang esensial (Moleong, 2006 dalam Pellondou dan Rusdi, 2021).

Survei yang dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner kepada responden yang berisi beberapa pertanyaan terkait pengalaman dan pandangan dari responden. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dari berbagai angkatan dan program studi. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling* karena setiap mahasiswa UPI berhak mendapatkan kesempatan untuk menjadi responden. Pertanyaan diajukan kepada responden dalam bentuk *open ended* dimana responden memberikan tanggapan dan pandangan berdasarkan pengalaman dan subjektifitasnya. Pertanyaan yang diajukan antara lain adalah apakah responden yang bersedia menggunakan aplikasi TikTok, jika iya apakah mereka sering melihat konten dakwah atau tidak. Kemudian jika sering melihat konten dakwah, siapakah konten kreator yang sering dilihat. Kemudian bertanya mengenai tema dakwah yang disukai dan pesan dakwah yang tersampaikan di dalamnya. Dan sebagai evaluasi kami memberi pertanyaan berupa kelebihan dan kekurangan aplikasi Tiktok serta apa yang perlu ditambahkan dalam media dakwah aplikasi TikTok.

Kata kunci dalam penelitian ini adalah TikTok, efektivitas, Dakwah dan Mahasiswa UPI. TikTok merupakan jaringan sosial serta platform musik dan video yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Efektivitas adalah tingkat keefektifan atau

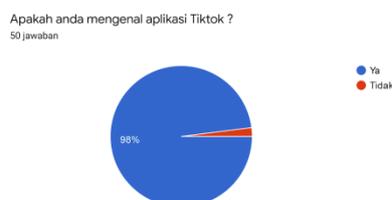
kesesuaian sebaik mungkin dalam segala kondisi. Untuk memudahkan penelitian ini, maka peneliti mengambil sample dari populasi Mahasiswa UPI untuk memudahkan penelitian.

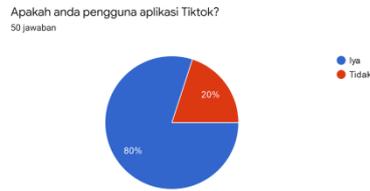
## Hasil dan Pembahasan



**Diagram 1 & 2.** Persentase Jenis Kelamin dan Usia Responden

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa pada saat ini dakwah telah merambah kedunia sosial media. Banyak sekali berbagi konten yang telah tersebar luas dari berbagai platform, seperti TikTok. Pada hasil dan pembahasan yang didapat melalui penyebaran google form ke mahasiswa UPI terdapat 50 responden yang mengisi. Dari 50 responden laki-laki dan perempuan, sebanyak 90% yang mengisi google formnya ialah perempuan, dengan rentang usia 17-28 tahun. Responden berasal dari mahasiswa/i Universitas Pendidikan Indonesia dengan berbagai jurusan dari angkatan 2017-2021.

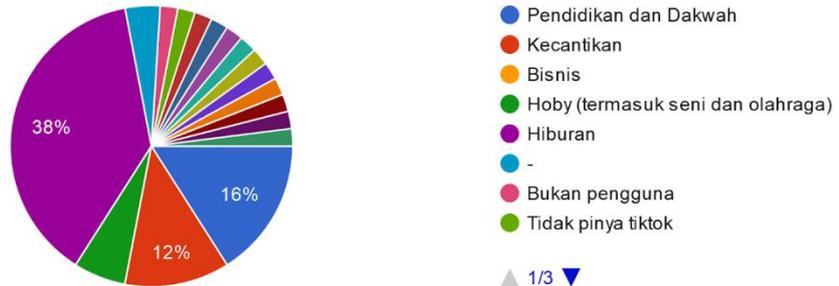




**Diagram 3 & 4.** Persentase Jumlah Responden Pengguna Tiktok

Pada hasil kuisioner yang telah disebar, pada umumnya responden mengenal aplikasi TikTok serta merupakan pengguna Aplikasi TikTok 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>18</sup>.

Jika iya, konten apa yang sering dibuka?  
50 jawaban

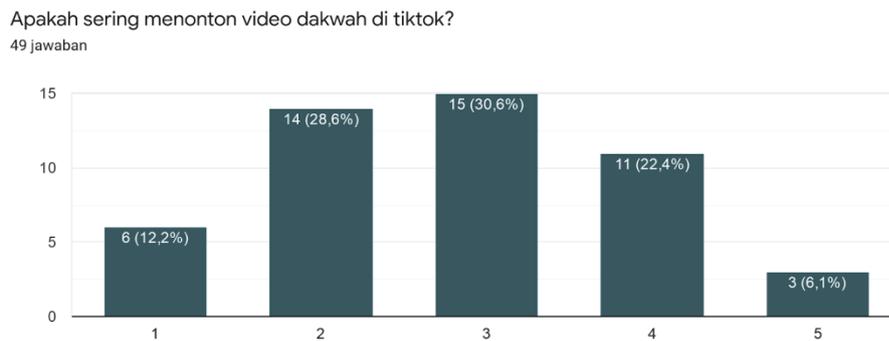


**Diagram 5.** Persentase Konten Tiktok yang Sering Dibuka oleh Responden

Aplikasi di TikTok terdapat berbagai Biasanya aplikasi ini berisi video-video pendek dengan konten yang menarik dan memiliki ragam genre mulai dari konten makanan, fashion, education, kecantikan, masak-masak hingga konten-konten menarik lainnya , karena pada aplikasi Tiktok ini masyarakat bebas untuk menuangkan hasil karyanya serta hobinya. Akan tetapi pada hasil kuisioner sebanyak 38% responden banyak menggunakan aplikasi TikTok sebagai media hiburan.

<sup>18</sup> Amelia et al., “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam” (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).

Perilaku keagamaan merupakan cerminan dari seorang muslim untuk mengamalkan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari. Untuk menjadi pribadi muslim yang baik tentunya dengan melakukan aktivitas-aktivitas yang bermanfaat yang bisa meningkatkan kualitas diri dan mendekatkan diri kepada Allah <sup>19</sup>.



**Diagram 6. Persentase Seringnya Menonton Video Dakwah**

Konten-konten bernuansa Islami tergolong banyak pengikutnya, karena biasanya para konten kreator dapat menyajikan video yang lebih mudah untuk dipahami dan penjelasan yang singkat, Pada kuisioner penelitian ini juga diajukan beberapa pertanyaan seputar penggunaan aplikasi TikTok. Dari hasil kuisioner sebanyak 30,6% responden cukup sering menonton video dakwah di TikTok, yang mungkin dikarenakan video dakwah tersebut fyp, dan juga telah banyak ditonton oleh banyak orang yang dikarenakan mungkin dari konten dari dakwah tersebut yang menarik, atau metode penyampaian dari ustadnya.

Pada aplikasi Tiktok ini dikenal dengan istilah “*fyp*” yaitu singkatan dari For Your Page, yang artinya halaman rekomendasi atau halaman awal pada Tiktok yang bisa langsung dilihat pengguna saat membuka aplikasi medsos tersebut. FYP ini berisi kumpulan video yang sedang naik daun atau populer. Video yang tampil pada FYP Tiktok tersebut bukan dipilih secara random, namun deretan video yang memiliki jumlah penonton banyak. Strategi gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap gagasan, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat

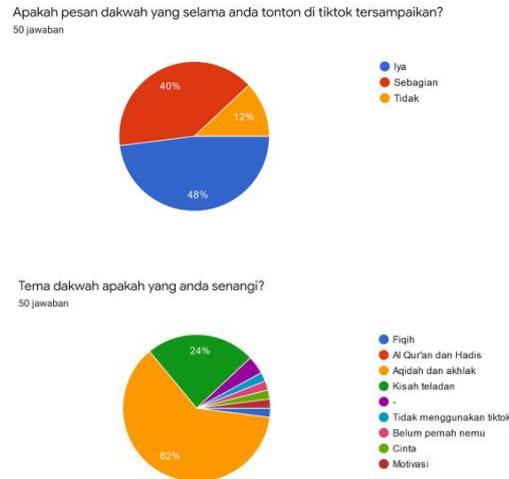
<sup>19</sup> Agis Dwi Prakoso, “Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame,” *Skripsi Bimbingan Konseling Islam* 9, no. May (2020): 6.

dilakukan dengan melakukan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Kampanye tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Dimana pada saat ini media sosial menjadi ruang yang sering didatangi orang Indonesia untuk belajar lebih banyak tentang agama. Media sosial sendiri merupakan inovasi teknologi informasi yang populer digunakan saat ini. Dengan penggunaan media sosial seseorang dapat dimudahkan untuk mencari informasi dengan sangat fleksibel dan adaptif<sup>20</sup>.

Aplikasi TikTok ini 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. Jadi, dari beberapa responden yang menggunakan aplikasi Tiktok dan cukup sering menonton video dakwah, responden menjawab bahwa ada beberapa konten kreator dakwah yang sering fyp di tiktonya., seperti Ustad Hanan Attaki, Husein Ja'far, Taqy Malik, Ustad Syam, Ustad Adi Hidayat, Himma Ahsan, Hawariyyun, Felix Siau, Ustad Agam, Aabelkarimi. Akan tetapi pada hasil kuisioner, konten kreator yang sering fyp di sebagian besar responden ialah Ustad Hanan Attaki, hal itu mungkin dapat dikarenakan Ustad Hanan Attaki ini salah satu Ustad yang digandrungi anak-anak muda karena berpenampilan gaul dan menggunakan sosial media untuk media dakwah. Selain sebagai penceramah, Hanan Attaki juga memiliki suara yang sangat merdu dan sering menjadi qori.

---

<sup>20</sup> Putri Septi Pratiwi et al., "Moderasi Beragama Dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok) Tafsir UIN Walisongo Semarang," n.d.



**Diagram 7 & 8. Persentase Pemaknaan video Dakwah oleh Responden dan Tema Video Dakwah**

Seiring perkembangan teknologi internet semakin memudahkan penggunaannya untuk mendukung kegiatan berdakwah, sehingga memunculkan adanya dakwah dengan media sosial<sup>21</sup>. Pesan dakwah yang disampaikannya pun juga sangat beragam mulai dari tema orang dewasa, orang tua hingga remaja (Nowidiayanti, E. 2021). Sehingga dengan banyaknya konten kreator dakwah yang menyampaikan dakwahnya melalui TikTok, maka peneliti mengajukan pertanyaan pada kuisisioner terkait apakah pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad/konten kreator dakwah tersebut dapat tersampaikan atau tidak, dan terdapat sebanyak 48 % responden menjawab iya bahwa pesan dakwah yang selama ditonton di tiktok tersampaikan dan sebanyak 12 % menjawab tidak. Perihal tersampai atau tidaknya pesan dakwahnya, hal itu tergantung kepada konten kreator dakwahnya menggunakan metode atau gaya apa dalam menyampaikan pesan dakwah. Adapun tema-tema dakwah yang disenangi oleh responden ialah seba Kemajuan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang semakin banyak menimbulkan berbagai implikasi, termasuk dalam kehidupan

<sup>21</sup> Risris Hari Nugraha, Muhamad Parhan, and Aghnia Aghnia, "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 02 (2020): 175–94, <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v3i02.398>.

beragama.nyak 62 % mengenai aqidah dan akhlak dan 24 % mengenai kisah-kisah teladan <sup>22</sup>.

Dengan digunakannya TikTok ini sebagai media dakwah bagi sebagian konten kreator dakwah, maka tentu adanya kelebihan dan kekurangan dari dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok ini. Para responden menjawab bahwa kelebihan dari dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok ialah dari beberapa konten kreator cara penyampaian yang friendly, simple dan jelas, selain itu lebih banyak yang akses konten dakwah tersebut, dan lebih mudah dicerna oleh kalangan anak remaja. Adapun kekurangan dari dakwah yang disampaikan melalaui aplikasi TikTok ini ialah makna dari dakwah kadang masih ambigu dan hal tersebut menjadi perdebatan, selain itu ada kemungkinan dimanipulasi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, kekurangan yang lainnya ialah videonya yang singkat, dan kadang hanya cuplikannya saja, sehingga terkadang bisa menimbulkan banyak kesimpulan yang beragam, sehingga dalam penyampaian dakwah melalui aplikasi TikTok harus benar benar tepat sehingga tidak menimbulkan banyak penafsiran. Pada hasil kuisisioner responden banyak menjawab dan menyimpulkan bahwa kekurangan dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok ialah dengan durasi waktunya yang singkat sehingga kadang dakwahnya tidak tersampaikan sepenuhnya.

Meskipun pada saat ini dakwah dapat disampaikan melalui aplikasi TikTok, tapi pada dasarnya ada yang dapat direvisi atau yang diperbaiki perihal tersebut agar nantinya dakwah yang disampaikan oleh seorang konten creator dakwah tersebut benar, jelas, dan tidak melenceng dari kebenarannya. Pada penelitian ini, peneliti meminta responden untuk memberi saran dan masukan perihal yang perlu ditambahkan dari dakwah yang sudah disampaikan melalui aplikasi TikTok, diantaranya yaitu lebih menarik dengan menggunakan transisi/desain konten yg terkini, pengemasan videonya harus diperhatikan agar tetap sejalan dengan syari'at Islam, menggunakan sumber terpercaya agar tidak terjadi miskonsepsi.

---

<sup>22</sup> Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial," *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78.

## **Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa para responden rata-rata mengenal aplikasi TikTok dan juga menggunakan aplikasi TikTok sebagai hiburan bagi mereka dan juga melihat pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui Tiktok tersebut. Konten kreator dakwah yang sering *fyp* di TikTok para responden ialah Ustad Hanan Attaki, hal itu mungkin dapat dikarenakan Ustad Hanan Attaki ini salah satu Ustad yang digandrungi anak-anak muda karena berpenampilan gaul dan menggunakan sosial media untuk media dakwah. Akan tetapi tentunya penyampaian dakwah melalui aplikasi TikTok ini memiliki kekurangan dan kelebihan dalam penyampain dakwah ini, akan tetapi dengan adanya kekurangan tersebut responden juga memberikan beberapa saran diantaranya yaitu lebih menarik dengan menggunakan transisi/desain konten yg terkini, pengemasan videonya harus diperhatikan agar tetap sejalan dengan syari'at Islam, menggunakan sumber terpercaya agar tidak terjadi miskonsepsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agis, D. P. (2021). *Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Amelia, R., Habe, M. J., & Afriansyah, A. (2021). *Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Asdar, M. (2021). *Strategi Dakwah Di Era New Normal*. Parepare : IAIN
- Dinda, R. H. (2021). *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis* (Doctoral dissertation, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), 75-86.
- Fasadena, N. S. (2020). Kiai, Media Siber, Otoritas Keagamaan: Aktivisme Dakwah Virtual Kiai Azaim Di Era Pandemi Covid 19. *Islamika Inside: Jurnal Keislaman dan Humaniora*, 6(2), 79-111.
- Fatriadi, A. (tanpa tahun). *Perspektif dakwah islam dalam penggunaan aplikasi tiktok dimasa pandemi covid-19*. Parepare : IAIN.
- Han, M. I. (2021). Representasi Anak Muda Gaul dan Saleh dalam Gerakan Hijrah: Analisis Semiotika Roland Barthes atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@pesan\_trend). *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(1), 101-120.
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan Agama di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik dan Materi Dakwah. *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(1), 1-24.
- Hikmawati, S. A. dan Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol Jurnal Komunikasi dan penyiaran Islam*, 2(1), 1-11.
- Imawati, R. *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah@ Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan (Survei Pada Followers Tiktok@ Basyasman00)* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Jumaris, J. (2021). Syiar Islam Melalui Musik Di Era Sosial Media. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 7(1).
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 604-62
- Madika, A. R. R. (2019). *Ayat-Ayat Tentang Dakwah Dalam Al-Qur'an (Persepsi Jama'ah Tabligh Kota Palopo)*. Palopo: IAIN.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(02), 148-158.
- Nowidiayanti, E. (2021). *Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Isi*

- Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @ Basyasman00* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)
- Pellondou, P. M., & Rusdi, F. Aktualisasi Diri Generasi Milenial Melalui Aplikasi Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 387-392.
- Agis Dwi Prakoso. "Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame." *Skripsi Bimbingan Konseling Islam* 9, no. May (2020): 6.
- Amelia, Riska and Habe, Muhammad Junaidi, and Afriansyah Afriansyah. "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam." UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Desviana. *Pengaruh Intensitas Akun Tik Tok @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan*, 2021.
- Han, Muhamad Ibtissam. "Representasi Anak Muda Gaul Dan Saleh Dalam Gerakan Hijrah: Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@pesan\_trend)." *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 01 (2021): 101–20. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.192>.
- Handaru, Bara Izzat Wiwah. "Tantangan Agama Di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik Dan Materi Dakwah." *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 01 (2021): 1–24. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.188>.
- Hayati, Dinda Rizky. "pemanfaatan media tiktok sebagai media dakwah," 2021.
- Hikmawati, Sholihatul Atik, and Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Doseniai Sunan Kalijogo Malang" 2 (2021): 1–11.
- Jama, Persepsi, A H Tabligh, and Kota Palopo. "Ayat-Ayat Tentang Dakwah Dalam Al- Qur ' An Ayat-Ayat Tentang Dakwah Dalam Al- Qur ' An ( Persepsi Jama ' Ah Tabligh Kota Palopo )," 2019.
- Jumaris. "Syiar Islam Melalui Musik Di Era Sosial Media," 2009, 10.
- Madhani, Luluk Makrifatul, Indah Nur, Bella Sari, M Nurul Ikhsan Shaleh, Keluarga Mahasiswa, Islam Kehutanan, Dakwah Hijrah Mahasiswa, Excellent Community, and Perilaku Islami. "Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta" 3 (2021): 604–24.
- Mardiana, Reza. "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–58. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.
- Nafa, Yulia, Fitri Randani, Jalimah Zulfah Latuconsina, and Muhammad Roy Purwanto. "Media Dakwah Untuk Kaum Milenial." *At-Thullab Jurnal* 3, no. 2 (2021): 570–84.
- Nowidiayanti, Evi. "Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @Basyasman00)," 2021, 6.
- Nugraha, Riris Hari, Muhamad Parhan, and Aghnia Aghnia. "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 02 (2020): 175–94. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>.

- Parhan, Muhamad, and Sarah Alifa. "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media ( Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan\_attaki )." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 175–96. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.
- Pratiwi, Putri Septi, Mia Putri Seytawati, Ahmad Fauzan Hidayatullah, Ismail Uin, and Walisongo Semarang. "Moderasi Beragama Dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok) Tafsir UIN Walisongo Semarang," n.d.
- Umiyati. "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tiktok" 4, no. 1 (2021): 6.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial." *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78.
- Verolyna, Dita, and Intan Kurnia Syaputri. "Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021): 23. <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>.
- Zulkarnain. "Dakwah Islam Di Era Modern" 26, no. 3 (2015): 151–58.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 83-94.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 570-584.
- Sari, D. A. (2021). *Peran guru pendidikan agama Islam dalam pembinaan akhlak pada siswa pengguna TikTok di SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54-78.
- Verolyna, D., & Syaputri, I. K. (2021). Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 23-38..
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*, 26(3)