

Optimalisasi Media Sosial TikTok sebagai Dakwah Digital di Era Milenial pada Akun Ustadz Syam

Mutiara Rizqa Chairunnisa dan Fajrina Margareth Viruliana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: mutiararizqa1@gmail.com dan fajrinamargarethv@gmail.com

Abstract

Social media today plays a crucial role in the widespread dissemination of information. This study focuses on how the optimization of social media usage, specifically TikTok, can be utilized by content creators such as Ustad Syam for the purpose of da'wah. TikTok, as a rapidly growing platform, offers various features that facilitate content creation and distribution. The research employs a qualitative and descriptive approach to provide an in-depth understanding of how social media, particularly TikTok, can be optimized within the context of da'wah. The study describes the evolution of media channels for da'wah, highlighting how a content creator like Ustad Syam can leverage the platform to convey religious messages. The findings indicate that TikTok's innovative features greatly assist content creators in producing engaging and informative material. For instance, TikTok's video editing tools and visual effects enable creators to present da'wah content in creative and compelling ways. Additionally, the large user base of TikTok provides an added advantage for content creators to reach a broader audience. This accessibility facilitates greater engagement and interaction from viewers. By effectively utilizing TikTok's potential, Ustad Syam can expand his da'wah outreach and enhance the effectiveness of message delivery to the public. This research underscores the importance of adapting to technological advancements in the pursuit of more effective information dissemination and da'wah.

Keywords: Digital Da'wah, Ustadz Syam, TikTok

Abstrak

Media sosial saat ini memiliki peran yang sangat signifikan dalam menyebarkan informasi secara luas. Penelitian ini fokus pada bagaimana optimalisasi penggunaan media sosial, khususnya TikTok, dapat dimanfaatkan oleh seorang pembuat konten seperti Ustad Syam untuk tujuan dakwah. TikTok, sebagai platform yang berkembang pesat, menawarkan berbagai fitur yang mempermudah proses pembuatan dan penyebaran konten. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana media sosial, khususnya TikTok, dapat dioptimalkan dalam konteks dakwah. Penelitian ini menjelaskan perkembangan media penyampaian dakwah dengan memanfaatkan media sosial, serta bagaimana seorang pembuat konten, seperti Ustad Syam, dapat memanfaatkan platform tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur inovatif yang disediakan oleh TikTok sangat mendukung pembuat konten dalam menghasilkan materi yang menarik dan informatif. Misalnya, berbagai alat edit video dan efek visual yang disediakan TikTok memungkinkan pembuat konten untuk menyajikan materi dakwah dengan cara yang kreatif dan menarik. Selain itu, banyaknya pengguna TikTok memberikan

peluang tambahan bagi pembuat konten untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini memudahkan pembuat konten untuk memperoleh respons yang lebih banyak dan interaksi yang lebih aktif dari audiens. Dengan memanfaatkan potensi TikTok secara maksimal, Ustad Syam dapat memperluas jangkauan dakwahnya dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam upaya penyebaran informasi dan dakwah yang lebih efektif.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Tiktok, Ustad Syam

A. Pendahuluan

Islam adalah salah satu agama terbesar yang pengikutnya tersebar di seluruh dunia. Islam sebagai agama "Rahmatan lil alamin" merupakan konsep dasar dalam ajaran agama Islam. Allah Yang Maha Kuasa menunjukkan bentuk kasih sayangnya dengan memberikan rahmat dan karunia yang melimpah kepada semua makhluk-Nya di alam semesta ini.

Islam adalah agama yang selalu mengajak pengikutnya untuk senantiasa melakukan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh umat Muslim memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki makna penting dalam kemajuan agama Islam, karena jika kegiatan dakwah menurun, umat Muslim tidak dapat menyortir dan memfilter informasi yang datang dengan cepat di era modern ini. Oleh karena itu, Islam sebagai agama dakwah mengharuskan umatnya untuk selalu melaksanakan kegiatan dakwah di mana pun mereka berada. Kegiatan dakwah adalah aktivitas yang harus selalu dilakukan selama kehidupan di dunia ini masih berlangsung, dalam kondisi apa pun.

Ajaran agama Islam harus selalu disebarkan sebagaimana yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Tidak ada kata berhenti dalam menyebarkan ajaran Islam. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, kita sebagai umat Muslim dapat memanfaatkan fasilitas dan kemudahan yang disediakan oleh teknologi untuk menyebarkan ajaran Islam itu sendiri. Teknologi, dengan sifatnya yang dapat menyebarluaskan informasi secara luas tanpa terikat oleh ruang atau waktu, memberikan peluang besar untuk dakwah.

Selain teknologi, media sosial dan platform media lainnya juga banyak muncul di tengah-tengah masyarakat modern. Media ini berbasis internet dan dikenal sebagai media digital. Terkait hal ini, Terry Flew dalam bukunya yang berjudul "New Media: An Introduction" menyatakan bahwa media digital adalah medium yang kontennya berupa kombinasi data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan kabel berbasis serat optik, satelit, dan sistem gelombang mikro.

Dengan adanya media digital, penyebaran ajaran Islam dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memanfaatkan berbagai format yang ada untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara menarik dan interaktif.¹

Keberadaan media digital mempermudah kita dalam menyebarkan pesan dakwah. Kita patut bersyukur atas hal ini karena dengan perkembangan zaman, dakwah tidak lagi dibatasi oleh waktu dan ruang. Tidak hanya bisa didengar saat ada kajian di suatu tempat, kita kini dapat menambah pengetahuan agama dari mana saja dan kapan saja, asalkan kita memiliki jaringan internet untuk mengaksesnya.

Saat ini, kita dapat menyaksikan banyak konten dakwah yang dapat diakses melalui media sosial menggunakan laptop atau ponsel. Hal ini terjadi berkat kemudahan yang disediakan oleh media digital yang dapat kita nikmati sekarang. Selain itu, kita juga dapat turut menyebarkan pesan dakwah melalui akun media sosial kita sendiri.

Jika generasi milenial, generasi Z, atau siapa pun yang ingin menciptakan karya terkait dengan berbagi informasi tentang ajaran Islam dan menyebarkan kebaikan, kita memiliki banyak aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat karya berupa video. Bahkan, jika lebih suka menulis, tulisan tersebut dapat disebarluaskan melalui blog, situs web, atau media sosial seperti TikTok, Instagram, dan lainnya.

¹ Didik Haryadi, *New Media & Komunikasi Politik (Telaah Kontestasi Politik dalam Ruang New Media)* (Yogyakarta: Mbridge Press, 2018), 217.

Dengan berbagai platform digital yang tersedia, kita memiliki banyak cara untuk menyebarkan dakwah dan berbagi pengetahuan agama dengan lebih luas dan efektif. Media digital memungkinkan kita untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam, serta memanfaatkan berbagai format untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan interaktif.

Seperti Ustad Syam yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai sarana dakwahnya, Ustad Syam memiliki lebih dari 3,5 juta pengikut berkat konten dakwah yang dihasilkannya melalui aplikasi TikTok. Ia menyebut para penontonnya sebagai "Al-Tiqtoqiah". Banyaknya pengikut dan minat yang ditunjukkan oleh penonton melalui komentar-komentar pada video dakwah yang diproduksinya, serta jumlah suka yang mencapai 103,5 juta, menunjukkan ketertarikan pengikut terhadap konten yang disajikannya. Dalam hal ini, Ustad Syam memanfaatkan berbagai fitur TikTok seperti musik, teks, animasi, dan video dengan durasi maksimal 10 menit.

Berdasarkan deskripsi latar belakang tersebut, penulis akan membahas topik "Pemanfaatan TikTok sebagai Dakwah Digital di Era Milenial oleh Ustad Syam". Topik ini menarik karena media sosial TikTok memiliki keunikan tersendiri yang saat ini mampu menarik perhatian semua penggunanya.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam upaya dakwah menggunakan wasilah (platform), baik secara teoretis maupun praktis. Dalam aspek teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori komunikasi dakwah, khususnya elemen-elemen dakwah, serta pengembangan teori Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Dari aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan dakwah dan komunikasi di kalangan dai/daiyah serta mahasiswa komunikasi, baik yang akan terlibat sebagai penyiar dakwah maupun yang sedang menempuh studi di perguruan tinggi, dan menjadi bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif. Kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metode yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memperoleh pemahaman tentang apa yang dialami oleh peneliti yang bertujuan memahami fenomena dari sudut pandang subjek penelitian secara holistik, melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks alami, dan dengan memanfaatkan metode ilmiah.²

Metode penelitian kualitatif dalam studi ini adalah deskriptif, yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data yang dikumpulkan berasal dari informasi lisan dan tertulis yang dapat saling berhubungan, sehingga penulis dapat memahami makna yang terkandung di dalamnya.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Ustad Syam Profile

Ustadz Syamsuddin Nur Makka, S.Sos.I., S.Q, yang juga dikenal sebagai Ustadz Syamsuddin Nur Elmarusy atau Ustadz Syam, lahir pada 15 September 1992 di Maros, Sulawesi Selatan. Ustadz Syam dikenal telah menempuh pendidikan di pesantren selama sekitar 6 tahun, mempelajari kitab kuning, mempelajari fiqh, membaca Al-Qur'an, dan berbagai ilmu lainnya. Selain itu, beliau juga menyelesaikan studi S2 di Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an (PTIQ).

Sejak kecil, Ustadz Syam memiliki cita-cita untuk menjadi seorang penceramah atau da'i. Ia bercita-cita untuk berdakwah sambil mengamalkan ayat-ayat Al-Qur'an. Dengan gaya tausiah yang menyenangkan, tausiah beliau diterima dengan baik oleh masyarakat, baik dari kalangan muda maupun tua.

Sebelum dikenal luas oleh masyarakat seperti sekarang, Ustadz Syam aktif sebagai imam di Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri di wilayah Depok. Meskipun

² Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 6.

seorang ustadz, pria yang hampir berusia 29 tahun ini cukup mengikuti perkembangan zaman. Hal ini dapat terlihat dari penampilannya yang kontemporer, khas anak milenial dalam menjalani jalan dakwah.

Awalnya, Ustadz Syam adalah penulis naskah ceramah Ustadz Maulana, yang kemudian mendapatkan tawaran untuk menyampaikan dakwah juga. Saat ini, namanya semakin dikenal oleh publik karena ia sering mengisi acara di salah satu stasiun TV swasta. Perjalanan karier Ustadz Syam mulai berkembang ketika ia menjalankan umrah dan pada saat itu ditugaskan untuk menggantikan Ustadz Maulana bersama Ustadzah Oki Setiana Dewi sebagai pengisi acara "Islam Is Beautiful."³

2. Dakwah

Menurut Kiai Kaudah, secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata akar bahasa Arab "da'aa" dan menurut ulama Basrah, berasal dari mashdar "da'watun" yang berarti memanggil atau menyeru⁴. Menurut Nazaruddin, jika kedua kata kerja tersebut dibedakan, "da'aa" berarti seseorang yang memanggil, menyeru, mengundang, dan sejenisnya. Sementara itu, "da'watun" berarti seruan, panggilan, undangan, saran, ajakan, diskusi, penjemputan, dan sumpah⁵. Dalam ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis, istilah dakwah dapat diartikan sebagai komunikasi ajaran Islam, dalam arti mengajak dan menyeru umat manusia untuk mengikuti ajaran Islam, menyampaikan informasi tentang amar ma'ruf nahi mungkar, agar mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁶

Keberhasilan dakwah ditentukan oleh elemen-elemen yang terkait dengan dakwah itu sendiri. Elemen-elemen dakwah meliputi: (a) da'i, (b) mad'u, (c) pesan dakwah, (d) metode dakwah, dan (e) media dakwah. Media dakwah (wasilah)

³ "Profil Ustadz Syam", suara.com, diakses 27 Maret, 2022, <http://www.suara.com/entertainment/2021/03/14163920/profil-ustadz-syam-yang-baru-menikah-dengan-selebgram-cantik>.

⁴ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 21.

⁵ Nazaruddin, *Publisistik dan Dakwah* (Jakarta: Erlangga, 1974), 87.

⁶ *Op.cit.*, 3.

adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Dengan banyaknya media yang tersedia, seorang da'i harus dapat memilih media yang tepat untuk mencapai tujuan dakwah.

Menurut Pakhri, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih media, yaitu: (a) tidak ada media yang terbaik untuk seluruh masalah atau tujuan dakwah, karena setiap media memiliki karakteristik yang berbeda (keunggulan, kekurangan, keselarasan), (b) media yang dipilih harus sesuai dengan tujuan dakwah, (c) media yang dipilih harus sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah, (d) media yang dipilih harus sesuai dengan materi dakwah, (e) pemilihan media harus didasarkan pada penilaian objektif, (f) peluang dan ketersediaan media perlu diperhatikan, (g) efektivitas dan efisiensi harus dipertimbangkan. Berdasarkan hal ini, para pendakwah harus lebih bijaksana dalam memilih media dakwah yang sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan penyampaian pesan dakwah mereka melalui media digital.

Dakwah menggunakan internet adalah salah satu cara bagi da'i untuk menyampaikan nilai-nilai Islam yang awalnya bersifat tradisional (tatap muka) menuju dakwah digital dengan memanfaatkan internet sebagai media dakwahnya⁷. Perkembangan teknologi dan informasi telah memberikan peran yang sangat penting dan mempermudah pengguna untuk memperluas dakwah di era ini. Di era digitalisasi, dakwah akan menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh waktu dan ruang.

Dalam artikel "Istikhdam al-Internet fi ad-Da'wah", Sheikh Sultan Al-Umar menjelaskan bahwa saat berdakwah di dunia maya, perlu memperhatikan hal-hal yang sangat penting, yaitu sebagai berikut:⁸

- a. Menyempurnakan niat. Karena tujuan dakwah bukanlah untuk menggali materi atau memperdebatkan perbedaan mazhab.

⁷ Wawan Setiawan, "Implementasi Dakwah Melalui Internet" Ad-Zikra: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 12 Nomor 2 Juli-Desember (2021): 33.

⁸ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet" At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1 (2013): 94.

- b. Dakwah harus memiliki visi dan misi yang baik. Esensi dan eksistensi dakwah adalah untuk memberikan manfaat bagi banyak orang.
- c. Menunjukkan kepada dunia kemuliaan nilai-nilai luhur Islam.
- d. Pengawas harus memiliki kompetensi yang baik dalam urusan syariah dan memiliki wawasan yang luas. Ini bertujuan untuk menghindari kontroversi dan kontradiksi konten.
- e. Konten harus disesuaikan dengan keadaan saat ini dengan tujuan menyesuaikan dengan tuntutan zaman dan tren masyarakat saat ini. Agar tidak menimbulkan kebingungan bagi mad'u.
- f. Ketika membuat situs dakwah tertentu, sebaiknya lengkapi dengan aplikasi terkini, seperti forum, live chatting (cathering), dan sebagainya. Memanfaatkan fitur aplikasi akan menambah minat terhadapnya.

3. Tiktok as a Digital Da'wah Media

Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika mengenai penggunaan internet oleh remaja usia 10-19 tahun pada tahun 2014, tercatat bahwa:⁹

- a. Menurut data terbaru, setidaknya 30 juta anak dan remaja di Indonesia adalah pengguna internet, dan media digital saat ini menjadi pilihan utama saluran komunikasi yang mereka gunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% dari responden yang disurvei adalah pengguna internet, dengan adanya perbedaan digital yang signifikan antara mereka yang tinggal di daerah perkotaan dan lebih makmur di Indonesia, serta mereka yang tinggal di daerah pedesaan (dan kurang makmur). Di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jakarta, dan Banten, misalnya, hampir semua responden adalah pengguna internet. Sementara itu, di Maluku Utara dan Papua Barat, kurang dari sepertiga responden yang telah menggunakan internet.

⁹ "Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet", kominfo.co.id, diakses 27 Maret, 2022, https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers.

- b. Penelitian ini adalah yang pertama di antara studi serupa, dengan data unik mengenai anak-anak dan remaja yang belum pernah menggunakan internet. Kesenjangan yang paling jelas terlihat, di daerah perkotaan hanya 13% anak-anak dan remaja yang tidak menggunakan internet, sementara di daerah pedesaan, angkanya mencapai 87%.
- c. Mayoritas responden telah menggunakan media online selama lebih dari satu tahun, dan hampir setengah dari mereka mengaku pertama kali mengetahui tentang internet dari teman. Studi tersebut mengungkapkan bahwa 69% responden menggunakan komputer untuk mengakses internet. Sekitar sepertiga (34%) menggunakan laptop, dan persentase kecil yaitu sekitar 2% terhubung melalui video game. Lebih dari setengah responden (52%) menggunakan ponsel untuk mengakses internet, tetapi kurang dari seperempat (21%) menggunakan smartphone dan hanya 4% menggunakan tablet.
- d. Penelitian ini mengumpulkan data untuk mengarahkan kebijakan masa depan dalam melindungi hak anak untuk mengakses informasi dan, pada saat yang sama, membagikan informasi serta menyampaikan pandangan atau ide mereka dengan aman. Jika perlu, gambar, tabel, diagram, atau ilustrasi lainnya dapat disertakan dalam teks manuskrip. Untuk tujuan ini, gambar yang disertakan harus memiliki resolusi tinggi. Namun, perlu dicatat bahwa sebaiknya gambar dan ilustrasi disampaikan dalam bentuk narasi teks, sehingga tidak perlu dimummifikasikan dalam bentuk gambar. Gambar dapat disertakan jika benar-benar diperlukan untuk analisis.

Penggunaan media sosial saat ini dapat dilihat bahwa banyak informasi beragam yang dapat dinikmati. Seperti TikTok, yang merupakan media sosial yang telah menjadi budaya populer di Indonesia sejak tahun 2020. Awalnya aplikasi ini muncul di Indonesia pada tahun 2017, namun saat itu aplikasi ini masih dianggap sebagai aplikasi yang tidak mengikuti perkembangan zaman dan tidak mendidik karena hanya berisi kumpulan orang di kelompok atau individu yang menari mengikuti irama lagu. Puncaknya terjadi pada Juli 2018 ketika aplikasi ini diblokir di Indonesia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Selama dua tahun

TikTok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, kini TikTok telah menjadi aplikasi yang dimiliki oleh lebih dari 92,2 juta orang di Indonesia per Juli 2021, dan angka ini terus meningkat hingga sekarang¹⁰.

Media sosial TikTok tidak hanya digunakan oleh anak muda, tetapi juga oleh anak-anak hingga orang dewasa, masing-masing sesuai dengan motif penggunaannya. Kini, aplikasi TikTok tidak hanya dianggap sebagai media sosial yang menghibur, tetapi juga sebagai media sosial yang mendidik pengikut dan penontonnya. Di dalamnya terdapat banyak konten edukatif, seperti pendidikan tentang cara membuat *Curriculum Vitae* (CV) yang baik, informasi tentang lowongan pekerjaan, informasi mengenai dunia bisnis dan investasi, dan banyak lagi, termasuk penggunaan aplikasi ini sebagai media dakwah, seperti yang dilakukan oleh Ustadz Syam yang memanfaatkan aplikasi ini untuk menyampaikan dakwahnya.

Jumlah pengikut Ustadz Syam di aplikasi TikTok mencapai 3,5 juta orang. Konten yang ia hasilkan telah disukai sebanyak 103,5 juta kali. Hal ini dapat menjadi acuan bagi Ustadz Syam untuk terus membagikan ajaran Islam melalui aplikasi TikTok agar dapat disebarkan secara digital kepada masyarakat yang lebih luas. Media sosial TikTok merupakan salah satu forum bagi Ustadz Syam dalam menyiarkan ajaran Islam.

Gambar 1. Ustad Syam Tiktok Profile



Source: Tiktok @syam_elmarusy

¹⁰ Ahmad Zulkifli, "Pengaruh Sosial Media Tiktok terhadap Nasib Kebudayaan Nasional" Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya Volume 2 Nomor 2 (2021): 5-6.

Penggemar konten dakwah Ustadz Syam juga disebut sebagai jemaah 'Al-Tiqtoqiah'. Konten yang ia sebarakan sering kali merupakan permintaan dari pengikutnya untuk membahas topik tertentu, dan konten tersebut dibuat sesuai dengan kondisi yang sedang dibahas, seperti penanganan hujan, malam nisfu sya'ban, dan sebagainya. Dalam membuat dan mengedit konten dakwah, Ustadz Syam sering memberikan subtitle pada videonya, yang dapat menjangkau target yang lebih luas, termasuk kelompok dengan disabilitas yang juga ingin mengetahui isi konten dakwahnya. Namun, tidak semua konten diterapkan seperti itu. Jika ini diterapkan secara keseluruhan, akan menjadi pemanfaatan fitur TikTok yang lebih baik dan dapat menjangkau audiens yang besar dengan berbagai kondisi audiens. Fitur yang disediakan dalam aplikasi TikTok, seperti pengeditan video, perekaman video dari 15 detik hingga 5 menit, filter, kolom komentar, kolom obrolan pribadi, tombol like, dan banyak lagi. TikTok terus menambahkan fitur-fitur yang sangat berguna bagi setiap penggunanya.

Gambar 2. Konten tentang Penanganan Hujan dalam Islam



Source: Tiktok @syam_elmarusy

Konten tersebut mendapatkan perhatian lebih dari 6,7 juta orang dan dibagikan sebanyak 3.175 kali. Dari konten ini, Ustadz Syam menerima berbagai komentar, mulai dari orang yang meminta penjelasan lebih lanjut tentang penanganan hujan dalam Islam, komentar yang meragukan isi konten, komentar yang meresponsnya sebagai lelucon, hingga komentar dari beberapa orang yang

sedang mendiskusikannya, dan sebagainya. Ustadz Syam menemui berbagai pro dan kontra dalam tanggapan terhadap konten yang ia hasilkan.

Gambar 3. Komentar Audiens Terhadap Konten Dakwah Ustadz Syam



Source: Tiktok @syam_elmarusy

Jumlah tanggapan dari setiap konten yang dipublikasikan oleh Ustadz Syam menjadikan media sosial TikTok sebagai forum untuk aktivitas rutin yang dilakukan oleh Ustadz Syam dalam membuat konten. Tidak selalu konten dakwah yang ia sebar di TikTok, tetapi konten yang menyebarkan kebaikan ajaran agama Islam adalah konten utama dalam penggunaan media sosial TikTok-nya.

Selain itu, Ustadz Syam juga pernah membagikan konten dakwahnya yang pada saat itu di TikTok sedang ramai dibicarakan tentang penyakit 'ain. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

"Penyakit ain itu nyata. Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, para jemaah al-Tiqtoqiah ku yang tercinta. Sekarang ramai di FYP (for your page) orang membahas tentang ain. Kali ini saya tidak membahas lebih lanjut tentang apa itu ain, apakah penyakit mata atau disebabkan oleh pandangan seseorang, karena sudah banyak dibahas. Mari kita bahas bagaimana cara mencegahnya dan doa-doanya. Rasulullah SAW pernah berdoa untuk Hasan dan Husain, 'A'udzu bikalimatillahit tammati min kulli syaithanin wa hammatin wa min kulli 'ainin lammah', 'Aku berlindung kepada Allah dari godaan syaitan, dari kejahatan syaitan dan kejahatan binatang buas serta dari kejahatan mata', jadi jika penyakit ain bisa dicegah dengan cara kembali kepada Allah SWT daripada segala sesuatu yang

berbahaya. Namun, ada sesuatu yang lebih berbahaya daripada penyakit ain, tahukah kalian? Itu adalah penyakit hati, teman-teman, jika penyakit ain kita bisa berlindung, tetapi penyakit hati merusak dari dalam, itu sangat berbahaya."

Gambar 4. Konten Dakwah Tentang Penyakit Ain



Source: Tiktok @syam_elmarusy

Video di atas ditonton lebih dari 650 ribu kali oleh penonton. Video tersebut menerima 618 tanggapan komentar dan telah dibagikan sebanyak 2.567 kali. Penggunaan kalimat di atas adalah bentuk penjelasan yang diberikan oleh Ustadz Syam mengenai penyakit ain, di mana ia menyampaikan cara pencegahan dan doa untuk menghindari penyakit ain. Berdasarkan penjelasan tersebut, Ustadz Syam menggunakan kalimat yang santai dan mudah dipahami. Intonasi dalam pidatonya yang terdapat dalam video terdengar santai sehingga tidak seperti mendengarkan kuliah yang berat. Hal ini juga disampaikan oleh beberapa responden, yaitu mahasiswa dan mahasiswi jurusan KPI di UIN Imam Bonjol Padang yang menjadi penggemar konten dakwah Ustadz Syam, mereka mengatakan bahwa:

"Pada awalnya, saya mengenal ustadz ini karena sering muncul di aplikasi TikTok saya. Karena aplikasi ini dulunya hanya berisi video yang berdurasi tidak lebih dari satu menit, pesan yang disampaikan oleh Ustadz Syam saat itu singkat, padat, dan jelas, tidak membosankan, sehingga saya tertarik

untuk terus melihat ceramahnya, terutama di media sosial, karena kita juga bisa memilih topik diskusinya¹¹."

"Penyampaian pesan yang disampaikan oleh Ustadz Syam menurut saya singkat, padat, dan jelas, sehingga mudah diterima dan dipahami."

"Pertama kali saya melihat dakwah Ustadz Syam, ketika ia menyampaikan tentang melembutkan hati yang keras, persepsi awal saya saat itu adalah bahwa konten pesan yang disampaikan terkait dengan kondisi saya saat itu dan mampu menenangkan karena saya juga tidak merasa kesulitan untuk memahami dakwahnya¹²."

Respons yang diterima Ustadz Syam dari setiap konten dakwah yang ia bagikan tidaklah sedikit. Hal ini membuktikan bahwa dakwah Ustadz Syam dengan menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana berdakwah berhasil dilakukan, meskipun tidak semua komentar dalam video yang ia terima setuju dengan apa yang ia bagikan. Namun, dari hal tersebut, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa aplikasi TikTok memiliki kekuatan tersendiri bagi penggunanya untuk berkreasi dalam berbagai hal. TikTok dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menyebarkan konten dakwah seperti yang dilakukan oleh Ustadz Syam. Interaksi antara pembuat konten dan penontonnya juga dapat dilakukan melalui fitur kolom komentar yang disediakan dalam aplikasi ini, sehingga pembuat konten dapat membaca, merespons, dan berinteraksi dengan orang secara virtual.

Dengan demikian, di tengah arus digitalisasi saat ini, dakwah Islam harus fleksibel dalam penyebarannya. Tidak selalu identik dengan podium, mimbar, mikrofon, dan segala hal terkait dakwah zaman dahulu. Hal ini agar dakwah Islam tidak tersingkir oleh informasi lain yang juga mengikuti perkembangan teknologi informasi dalam penyebarannya.

¹¹ Nari Putri, Mahasiswi KPI UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara Tidak Langsung, Via WhatsApp, 21 Februari 2022

¹² Engki Pranata, Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara Tidak Langsung, Via WhatsApp, 21 Februari 2022

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas mengenai 'Optimalisasi Media Sosial TikTok sebagai Dakwah Digital di Era Milenial pada Akun Ustadz Syam', penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Optimalisasi penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah oleh Ustadz Syam mendapatkan banyak tanggapan positif dari pengguna aplikasi TikTok. Dimulai dari jumlah pengikut yang mencapai 3,6 juta orang, jumlah komentar, serta jumlah tayangan setiap video yang mencapai 111 juta, tidak sedikit dari konten dakwahnya juga dibagikan oleh para pengikutnya.
2. Ustadz Syam memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan dalam aplikasi TikTok. Meskipun belum sepenuhnya digunakan, seperti menambahkan subtitle pada setiap video yang dibuat agar audiens dari kalangan penyandang disabilitas juga dapat menikmati dan mendapatkan informasi dari konten dakwah yang dihasilkannya. Pada akhir pembahasan ini, perlu disusun narasi penutup. Isi bagian ini dapat berupa kesimpulan akhir dari diskusi dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut. Selain itu, juga dapat disampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zaini, 2013, "*Dakwah Melalui Internet*" At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1.
- Ahmad Zulkifli, 2021, "*Pengaruh Sosial Media Tiktok terhadap Nasib Kebudayaan Nasional*" Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya Volume 2 Nomor 2.
- Ayu Febriana, 2021, "*Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy*" Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah Volume 11 Nomor 02.
- Didik Haryadi, 2018, *New Media & Komunikasi Politik (Telaah Kontestasi Politik dalam Ruang New Media)*, (Yogyakarta: Mbridge Press).
- Engki Pranata, Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara Tidak Langsung, Via WhatsApp, 21 Februari 2022.
- Kustadi Suhandang, 2014, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Lexy Moleong, 2003, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Nari Putri, Mahasiswi KPI UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara Tidak Langsung, Via WhatsApp, 21 Februari 2022.
- Nazzaruddin, 1974, *Publisistik dan Dakwah*, (Jakarta: Erlangga).
- Pakhri, A, 2017, "*Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*" Skripsi UIN Alauddin Makasar.
- "Profil Ustadz Syam", suara.com, diakses 27 Maret, 2022, <http://www.suara.com/entertainment/2021/03/14163920/profil-ustadz-syam-yang-baru-menikah-dengan-selebgram-cantik>.
- Revo Julrah Fajri, Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara Tidak Langsung, Via WhatsApp, 21 Februari 2022.
- "Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet", kominfo.co.id, diakses 27 Maret, 2022, https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-ri-set-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers.
- Wawan Setiawan, 2021, "*Implementasi Dakwah Melalui Internet*" Ad-Zikra: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 12 Nomor 2 Juli-Desember