

Platform Tik Tok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Remaja Milenial (Studi Analisis Konten Dakwah Akun @Basyasman00 Milik Husain Basyaiban)

Tsalits Maratun Nafiah, Hazmi Ihkamuddin, Luluk Fikri Zuhriyah
tsalits218@gmail.com, hazmiihkamuddin@gmail.com, lulukfikri@uinsby.ac.id
UIN Sunan Ampel Surabaya

Abstract

The existence of this new media also affects the communication patterns of the preachers who previously used conventional media by means of direct or indirect lectures. The transition of media to the digital age cannot be separated from the influence of the internet, so the internet has become very important and influential in this era. The digitalization of media that occurs has caused many platforms that provide many features in presenting content created by users for various needs, for example, Tik Tok. One of the creators who presents da'wah content is Husain Basyaban, the owner of the tiktok account @basyasman00. Husain Basyaban is a teenager from Bangkalan, East Java who was born in Mecca in 2002. The purpose of this study was to find out. This study used a qualitative descriptive research approach. This study uses the Uses and Gratification Model Theory which is a shift in focus from the communicator's goal to the communicant's goal. The results show that the form of using tik-tok in conveying da'wah messages is like the @basyasman00 account by using the advantages of the platform, namely the features provided. The message of da'wah conveyed by Husain Basyaiban is in accordance with Islamic law which is based on the Al-Quran and Hadith, an example of its content is about the importance of tolerance. The drawbacks of the tik-tok platform are the limited audio-visual and duration, which is a maximum of 3 minutes. The message conveyed by Husain in the content entitled "Tolerance" is an advice to Muslims to respect each other and not insult other religious beliefs. Audience analysis of the communication planning process in this da'wah is that millennial teenagers have open-mindedness and are expected to be able to influence the people around them. Keywords: Tik Tok Platform, Da'wah Media, Millennial Teens.

Keywords: *Tik Tok Platform, Da'wah Media, Millennial Teens*

ABSTRAK

Adanya new media ini juga berpengaruh pada pola komunikasi para pendakwah yang sebelumnya menggunakan media konvensional dengan cara ceramah secara langsung maupun tidak langsung. Transisi media ke zaman digital tidak terlepas dari pengaruh internet, sehingga internet menjadi sangat penting dan berpengaruh di era ini. Digitalisasi media yang terjadi menyebabkan banyak platform – platform yang menyediakan banyak fitur dalam menyajikan konten-konten yang dibuat oleh user dalam berbagai kebutuhan contohnya adalah Tik Tok. Salah satu kreator yang menyajikan konten-konten dakwah adalah Husain Basyaban pemilik akun tiktok @basyasman00. Husain Basyaban merupakan remaja asal Bangkalan Jawa Timur yang lahir di Mekkah pada tahun 2002. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification Model yang merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator kepada tujuan komunikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bentuk pemanfaatan tik-tok dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti pada akun @basyasman00 dengan menggunakan kelebihan dari platform yakni fitur-fitur yang disediakan. Pesan dakwah yang di sampaikan oleh Husain Basyaiban adalah sesuai syariat islam yang berdasarkan dengan Al-Quran dan Hadist,

contoh kontennya adalah tentang pentingnya Toleransi. Adapun kekurangan dari platform tik-tok adalah keterbatasan audio visual dan durasi yakni maksimal 3 menit. Adapun pesan yang disampaikan oleh Husain dalam konten berjudul “Toleransi” adalah anjuran kepada umat muslim untuk saling menghargai dan tidak menghina kepercayaan agama lain. Analisis khalayak dari proses perencanaan komunikasi pada dakwah ini adalah kaum remaja milenial memiliki keterbukaan befikir dan diharapkan mampu memberikan pengaruh terhadap orang-orang disekitarnya.

Kata Kunci : *Platform Tik Tok, Media Dakwah, Remaja Millenial*

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama dakwah yang artinya Islam adalah agama yang selalu mengajarkan pemeluknya untuk aktif dalam melakukan kegiatan dakwah yakni menyebarkan ajaran-ajaran islam. ¹ Dakwah sendiri berarti mengajak orang lain untuk patuh kepada ajaran Allah dan rasul-Nya berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadist. Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya memerlukan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Konsep al-Islamu sholih likulli zaman wa makan (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya.² Masa pandemi covid-19 yang masih merajalela di era new normal seperti saat ini seharusnya tidak menjadi penghalang gerakan dakwah. Justru momentum ini sangat tepat dijadikan kesempatan bagi para pendakwah untuk meningkatkan kreatifitas dalam menyiarkan ajaran agama islam. Tentunya dalam proses penyampaian dakwahnya, da'i melakukan upaya agar dakwah ajaran Islam dapat diterima oleh mitra dakwahnya.

Salah satu upayanya adalah memilih media yang tepat sesuai dengan kondisi pendakwah dan mitra dakwah yang menjadi sasara dakwah.. Pemilihan media bertujuan agar Mitra dakwah lebih mudah menerima ajaran Islam (syariah, aqidah) yang mengandung nilai-nilai keislaman dan karakter / etika). Seiring dengan perkembangan zaman, Dakwah memiliki media dan pola dakwah yang berubah. Mulai dengan berdakwah menggunakan media tradisional seperti yang dilakukan wali songo dengan bernyanyi melalui penggunaan gamelan, wayang dan corong, seperti berkumpulnya umat Islam di masjid, Balai Besar Rakyat, dan rumah ulama. Lalu masuk ke media yang bisa diakses kapanpun, dimanapun, seperti Radio, kaset-kaset berisi ceramah agama, yang bisa diputar di TV. Masyarakat tidak harus menyaksikan langsung pidato para dai, namun mereka dapat mendengarkan ceramah

¹ Muhammad Asdar, ‘Strategi Dakwah Di Era New Normal’, 2020 <<https://doi.org/10.31219/osf.io/3kby9>>.

² Adi Wibowo, ‘Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital’, 03.02 (2019), 339–56.

dari dai favorit mereka. Saat ini, media telah memasuki era yang bergengsi yaitu new media.

New Media atau Media Baru adalah istilah yang mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari new media adalah dapat diubah, bersifat jaringan, padat, interaktif dan user generated content. Dunia teknologi saat ini sedang berkembang dengan pesat, banyak media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, begitu pula dengan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Media sosial merupakan media yang mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (usergenerated content)³. Secara umum, media sosial memiliki fungsi sebagai berikut: Pengguna media sosial menyertakan pesan bersama. Informasi konten yang bisa dikirim berupa berita, gambar dan video dalam bentuk.

Dulu, media sosial diakses melalui komputer, namun seiring berjalannya waktu dengan teknologi saat ini, media sosial juga dapat digunakan melalui telepon genggam atau Telepon selular. Hal ini akan memudahkan orang bisa menggunakan media sosial dimanapun berada. Rata-rata remaja aktif menggunakan media social selama masa pandemi covid 19. Terutama kalangan mahasiswa pasti tidak asing lagi dengan kebiasaan pembelajaran jarak jauh. Karena segala bentuk pembelajaran kini beralih ke sistem daring. Keaktifan dan intensitas penggunaan yang lama dipengaruhi karena media social memiliki kecepatan dalam mendapatkan informasi, dan kemudahan dalam mengirimkan pesan.⁴

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat saling terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (konten) dari media yang digunakan secara bersama-sama tersebut. Oleh karena itu sifatnya yang saling terhubung secara online dan mampu menyajikan konten berupa teks, gambar, dan video maka media sosial tidak menjadi sarana komunikasi tetapi juga menjadi media hiburan.⁵ Media sosial dapat dijadikan media dakwah oleh da'i karena masyarakat sudah banyak menggunakan media sosial. Dakwah melalui media sosial juga telah memberikan

³ I Gusti Agung Ayu Kade, *Media Sosial dan Demokrasi* (Yogyakarta: Penerbit PolGov,2017), 15

⁴ Dianis Izzatul Yuanita, Beti Malia, and Rahma Hidayati, 'Sikap Remaja Di Media Sosial Instagram Saat Musim Pandemi Covid 19', 03.1 (2020), 9–17.

⁵ Aan Mohamad Burhanudin, Iain Syekh, and Nurjati Cirebon, 'DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @ Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) DA ' WAH USING SOCIAL MEDIA (Study of Utilization of Instagram @ Cherbonfeminist as Da ' Wah Media Regarding Gende', 10.2 (2019), 236–46.

keuntungan tersendiri bagi masyarakat salah satunya adalah dapat memilih tema-tema dakwah yang dibutuhkan. Dakwah melalui media sosial juga menjadi salah satu cara untuk meminimalisir pemaksaan, karena penyampaian dakwah yang variatif telah menjadikan dakwah mudah menjangkau segmen yang cukup luas.⁶

Adanya new media ini juga berpengaruh pada pola komunikasi para pendakwah yang sebelumnya menggunakan media konvensional dengan cara ceramah secara langsung maupun tidak langsung misalnya menggunakan media radio, media cetak dan televisi sekarang semua menjadi serba digital. Transisi media ke zaman digital tidak terlepas dari pengaruh internet, sehingga internet menjadi sangat penting dan berpengaruh di era ini. Digitalisasi media yang terjadi menyebabkan banyak platform – platform yang menyediakan banyak fitur dalam menyajikan konten-konten yang dibuat oleh user dalam berbagai kebutuhan seperti youtube, twitter, facebook, instagram dan yang paling baru adalah tik tok.

Aplikasi tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok. Tiktok diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja kekinian saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan.⁷ Aplikasi tiktok pernah diblokir di Indonesia pada 3 Juli 2018 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Karena setelah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini. Terhitung sampai 3 Juli tersebut, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara, banyak sekali konten tidak mendidik untuk anak-anak yang tentunya membawa pengaruh negatif. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru maka pada Agustus 2018 aplikasi tiktok ini dapat kembali diunduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.⁸

Pada tahun 2020 tiktok kembali populer namun pada saat ini, banyak konten mengandung hal-hal yang bernilai positif. Salah satunya adalah konten yang mengandung nilai dakwah. Dengan hadirnya Tiktok, kesempatan pada dai untuk mensyiarkan agama

⁶ Uswatun Hasanah, 'Strategi Dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19 Masyarakat Madura', 3.1 (2020), 49–62 <<https://doi.org/10.18326/imej.v3i1.49-62>>.

⁷ Hariansyah, *Millenials Bukan Generasi Micin*, (Bandung: Guepedia Publisher, 2018),

⁸ Mukhammad Handy dwi Wijaya and Musta'in Mashud, 'Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok', *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3.2 (2020), 170–91 <<https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>>.

sekarang juga semakin besar, karena siapapun berhak menyampaikan dakwahnya melalui akun pribadi mereka agar dapat dilihat oleh orang lain.

Salah satu kreator yang menyajikan konten-konten dakwah adalah Husain Basyaban pemilik akun tiktok @basyasman00. Husain Basyaban merupakan remaja asal Bangkalan Jawa Timur yang lahir di Mekkah pada tahun 2002. Remaja 18 tahun ini merupakan seorang mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dan menjadi Tiktokers dan Selebgram. Berbeda dengan remaja pada umumnya Husain justru menjadikan media sosialnya sebagai sarana untuk mensyiarkan ajaran agama islam dengan cara mengunggah konten-konten dakwah yang sangat bermanfaat. Di bulan April tahun 2021 ini akun Tik Tok Husan sudah mencapai 3,2 juta followers dan 146 ribu like yang mayoritas isi kontennya berupa ajaran-ajaran islam.

Fenomena ini menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti karena jumlah followers Husain ini cukup banyak, penulis mengamati bahwa ini merupakan salah satu bentuk perkembangan new media dalam tujuannya pemanfaatan Tiktok sebagai bagian dari media baru dalam dakwah.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan filsafat pada filsafat post positivisme yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁹ Penelitian kualitatif mencari sebuah fenomena di balik tindakan dan lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil dari suatu kegiatan. Pada penelitian ini, peneliti mengeksplorasi proses penyampaian dakwah melauai media Tik Tok.

Subjek penelitian ini adalah narasi dalam video tiktok yang berkaitan dengan pesan dakwah yang terdapat dalam objek penelitian.

Sumber data ialah dari mana data itu dapat diperoleh.¹⁰ Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari video konten Husain Basyaiban. Sedangkan data sekunder yakni seperti jurnal, skripsi, internet, dan dokumen-dokumen lainnya yang bisa digunakan sebagai data pelengkap.

⁹ Iwan Hermawan, *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi* - Iwan Hermawan, S (Karawang: Hidayatul Quran, 2019).

¹⁰ Johni Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya pada Pendidikan Anak Usia Dini*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), 39.

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Secara umum, analisis data kualitatif terdapat tiga jalur yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan.¹¹

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan aplikasi atau platform Tiktok sebagai media dakwah di kalangan remaja millenial. Adapun rancangan penelitian yang peneliti lakukan melalui beberapa tahap, yaitu (1) membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, (2) mengajukan pertanyaan secara online yakni melalui media sosial *Whatsapp*, (1) mengumpulkan dan menyaring data dari informan dan kemudian di analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. 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. 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. 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.

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Dalam aplikasi media sosial tiktok banyak berbagai konten video yang dapat dibuat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat

¹¹ Hermawan.

menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dan lain-lain, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification Model uses and gratification merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator kepada tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Pendekatan uses and gratifications untuk pertama kali dijelaskan oleh Katz (1959) yang dikutip West dan Turner (2007) menunjukkan kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pertanyaan *what do the media do to people* (Apa yang dilakukan media untuk khalayak?). Penelitian dilakukan untuk mengetahui apa yang terjadi dibalik penggunaan media oleh audien atau mencari tahu mengapa orang memilih media tertentu dan memberikan perhatian terhadap efek langsung suatu media bukan media lainnya. Peneliti uses and gratification melihat adanya motivasi penggunaan media dan kebutuhan atas manfaat dari media. Tipe subjek uses and gratification adalah orang dewasa yang terisolasi menggunakan media untuk menemani dan memerlukan informasi dari dunia luar. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya. Ide teori uses and gratification berangkat dari teori *expectancy-value* Martin Fishbein pada tahun 1984, yang menyatakan bahwa formula dalam menentukan kepuasan yang akan dicari oleh pengguna media dengan menjumlahkan keyakinan mereka tentang apa yang media memberikan tertimbang oleh evaluasi dari keyakinan seseorang . Teori ini diterapkan oleh Ajzen dan Fishbein yaitu teori *reason action* (alasan suatu aksi) untuk mengkaji penggunaan media dan sikap terhadap media. Teori uses and gratification sering dinilai sebagai gagasan yang memandang media memberikan efek terbatas pada audien, dengan kata ini teori ini menjamin kemampuan individu untuk melakukan kontrol terhadap media yang mereka konsumsi karena mereka memiliki kemampuan terbatas untuk mempengaruhi audien. Teori uses and gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Pendekatan uses and gratifications merupakan pergeseran paradigma dari khalayak pasif ke arah khalayak aktif artinya perspektif ini lebih melihat apa yang dilakukan individu terhadap media

daripada perlakuan media terhadap individu, individu sebagai entitas aktif memiliki kebebasan tidak saja dalam memilih jenis tetapi juga isi media yang dikonsumsi.¹²

Analisis

1. Fitur yang dimiliki Tik Tok

a. Fitur Musik

Dalam aplikasi Tik Tok terdapat musik yang sudah *copyrighted* by Tik Tok dan bisa dipakai semua pengguna sebagai *background* video untuk kemudian di posting di akun tik tok. Lagu yang bisa di insert tidak hanya yang bertemakan cinta atau yang sedang di *viral* saja. Tetapi juga ada *background* suara alam, alunan musik bahkan lagu – lagu religi yang bisa mendukung postingan yang berkenaan dengan materi dakwah

b. Fitur Countdown

Di fitur ini, sebelum membuat video, pengguna dipermudah dengan adanya aplikasi hitung mundur. Sehingga sebelum merekam video, ada waktu preparasi hitung mundur terlebih dahulu agar subyek yang akan merekam lebih siap dan rapih saat menyampaikan komunikasi dakwah.

c. Stiker

Adanya stiker – stiker yang berfungsi mengekspresikan emosi – emosi tertentu agar lebih terlihat unik, lucu dan membangun kesan tertentu. Jenis stiker yang disediakan juga ada yang masih memiliki relevansi dengan tema – tema dakwah dan symbol – symbol keislaman seperti stiker pria kartun berpeci, hijab, kemudian tulisan arab Alhamdulillah, ucapan – ucapan seperti taqaballahu mina wa minkum lalu symbol seperti masjid, bismillah dlsb. Jadi adanya stiker ini juga mempermudah penggunaannya untuk berkreasi dan menyajikan pesan dengan visual yang menarik

d. Filter

Tujuan dari adanya filter di tik – tok ini adalah menyajikan visualisasi/tampilan posting lebih bagus penampakannya dengan ditambah unsur kecerahannya, efek, dlsb dari sisi fotografinya. Selain itu juga ada filter yang memiliki tujuan menghibur seperti QnA, kemudian games yang itu bisa di setting apapun sesuai dengan keinginan penggunaannya

¹² Gusmia Arianti, 'Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path', *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16.2 (2017), 180 <<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>>.

2. Pemanfaatan Tik Tok sebagai media penyampaian pesan dakwah pada akun @basyasman00 milik Husain Basyaiban.

Ada beberapa konten yang bisa diidentifikasi sebagai pesan dakwah dalam akun @basyasnan00

- a. Konten Tik Tok berjudul “Toleransi Woy”

Dari konten berjudul “Toleransi Woy” ini mengandung beberapa pesan dakwah.

- 1) Pentingnya saling menghormati antar umat beragama

Indonesia merupakan negara yang memiliki keberagaman teramsuk dalam beragama. Dengan adanya keberagaman beragama, maka sebagai warga negara yang baik harus memiliki sikap toleransi terhadap agama lain. Toleransi dapat diartikan sebagai suatu sikap saling menghormati dan bekerjasama di antara kelompok-kelompok masyarakat beragama. Dan toleransi merupakan sikap yang mulia yang diajarkan oleh agama-agama, termasuk agama islam.

- 2) Tidak menghina keyakinan yang dianut orang lain

Setiap agama pasti tidak membenarkan penghinaan atas keyakinan orang lain, bahkan seluruh agama pasti mengajarkan agar umatnya memiliki sikap saling mengenal, mengasihi dan tolong menolong dalam kebaikan. Dalam konten video tiktok diatas Husain Basyaiban mengatakan “Plis kalo ada orang ngelakuin ibadah mereka, selama tidak mengganggu agama kita plis diam! Diam merupakan kunci yang paling enak”. Ketika kita mengganggu agama orang lain dan mereka mencaci agama kita maka kitalah yang menjadi sumber masalah”.

- 3) Menghormati Ibadah dan Ritual Agama Lain

Toleransi menyangkut banyak hal didalam masyarakat. Penghormatan kepada ritual yang diadakan oleh masing-masing agama menunjukkan komitmen atas toleransi yang dilakukan.¹³

Dalam konten video tiktok berjudul Toleransi Woy, Husain Basyaiban menyampaikan “Toleransi itu bukan ketika kita mengikuti ritual mereka! Toleransi itu ketika kita diam, menghormati mereka”.

Menghormati ritual agama orang lain dan tidak memaksakan orang lain untuk tidak mengikuti ajaran yang kita anut merupakan bagian dari sikap toleransi

¹³ Suvia Nisa, Toleransi Masyarakat Beda Agama

terhadap sesama dan menjadi salah satu ajaran yang sangat penting dalam Islam.

4) Wajib Melawan Apabila Agama Dihina

Agama merupakan kepercayaan yang harus dijalani dan diyakini sepanjang usia seseorang.¹⁴ Dengan kata lain, agama adalah sebuah sistem Mengatur keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, aturan dan pandangan dunia terkait budaya hubungan orang-orang dengan tatanan kehidupan.

Dalam konten video tiktok berjudul Toleransi Woy, Husain Basyaiban menyampaikan “Kecuali kalau tiba-tiba mereka nyerang, jelas mereka salah dan wajib kita lawan”.

Nabi shallallahu ,,alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa di antara kalian melihat suatu kemungkaran, maka hendaklah ia mengubah dengan tangannya. Jika tidak bisa, maka dengan lisannya. Jika tidak bisa juga, maka dengan hatinya, itulah selemah-lemahnya iman.”

Jadi, dalam Islam, kita memiliki kewajiban Menghormati orang lain atau agama mereka. Namun, ketika mereka Menghina atau menghina Islam, yang sangat kita cintai, Tentu kita memiliki perasaan kecewa dan sakit hati. Begitu pula Muslim kita memiliki kewajiban untuk memeranginya dengan berbagai cara apa yang bisa kita lakukan.

b. Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Berjudul “Toleransi”

1. Tidak Berburuk Sangka Terhadap Agama Lain

Islam mengajarkan untuk tidak berburuk berbaik sangka kepada siapapun. Sebagaimana kita ketahui, bahwa berburuk sangka kepada orang lain adalah akhlak yang tercela dan dilarang dalam agama.¹⁵

Dalam konten video tiktok berjudul Toleransi, Husain Basyaiban menyampaikan “Kenapa orang-orang Islam pada ke triggered ketika ada perempuan beragama Kristen yang sedang menjelaskan keimanannya sebagai seorang Kristen”.

¹⁴ Yusron Masduki, Psikologi Agama (Palembang: Tunas Gemilang Fresh, 2020), 300.

¹⁵ Jamal Ma'mur Asmani, Cara Nyata Mengubah Takdir (Jakarta Selatan: PT Wahyu Media, 2010), 31

c. Dakwah merupakan kewajiban

Dakwah adalah bagian penting dari kehidupan Muslim. Sesungguhnya mengarahkan kebaikan dan keburukan itu bisa dilakukan dengan lidah, tangan, dan hati, dan selemah-lemahnya iman adalah berdakwah dengan hati.¹⁶

Dalam konten video tiktok berjudul Toleransi, Husain Basyaiban menyampaikan “Berdakwah suatu kewajiban, wajib bagi kita untuk mendakwahi siapapun, bagaimana pun caranya wajib untuk berdakwah.” “Barangsiapa diantara kalian yang melihat kemunkaran, hendaknya dia merubah dengan tangannya, kalau tidak bisa hendaknya merubah dengan lisannya, kalau tidak bisa maka dengan hatinya, dan yang demikian adalah selemah-lemah iman.” (HR. Muslim).

3. Penyajian pesan dakwah

Dalam menyajikan pesan – pesan dakwah , Husain menyajikannya dalam bentuk audio visual. Yakni dengan membuat video sesuai dengan durasi tik – tok (maksimal selama 3 menit) kemudian dari segi visualisasinya menggunakan fitur countdown, QnA dan juga filter untuk mendukung penyajian pesannya agar lebih menarik. Selain itu, Husain juga mengoptimalkan waktu durasi tersebut selain dengan menyajikan tema yang sesuai dengan permasalahan atau isu yang sedang viral saat ini.

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban dalam konten video di Tiktoknya sangat menarik para views khususnya kaum remaja karena bahasa yang digunakan juga sangat mudah difahami, selain itu apa yang disampaikan juga sesuai dengan prinsip karakteristik sebuah pesan dakwah yakni berdasarkan Al-Quran dan Hadist.

4. Kelebihan dan Kekurangan Media Tik Tok sebagai Media Dakwah

a. Kelebihannya, fitur-fitur yang tersedia di platform tiktok sangat mendukung proses penyampaian pesan-pesan dakwah. Aplikasi tiktok sudah mewakili dari fungsi media dakwah. Selain itu platform Tiktok sedang di gandrungi oleh remaja pada saat ini maka dari itu sangat efektif apabila dijadikan media dakwah karena sasaran khalayaknya adalah kaum remaja.

b. Kekurangannya, pertama adalah durasi yang di sediakan oleh tiktok hanya 3 menit, jadi ketika dakwah yang disampaikan berdurasi lebih dari itu maka harus menggunakan alternatif video lanjutan. Kedua, sasaran dakwah yang dituju tidak bisa menyeluruh karena pada dasarnya sasaran dakwah meliputi berbagai

¹⁶ Hamka, Prinsip & Kebijakan Dakwah Islam (Depok: Gema Insani, 2018), 325.

kalangan namun dengan dakwah melalui tiktok belum bisa di jangkau oleh khalayak yang memiliki keterbatasan audio dan visual.

5. Perencanaan Komunikasi Dakwah

Istilah perencanaan dalam perspektif manajemen adalah planning. Sebagai salah satu fungsi manajemen, planning merupakan tindakan awal, yang perlu dipahami sebelum fungsi lainnya dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang pada hakikatnya terdapat di setiap jenis usaha manusia. Perencanaan merupakan susunan (rumusan) sistematis mengenai langkah (tindakan) yang akan dilakukan di masa depan, dengan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang seksama atas potensi, faktor-faktor eksternal dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka pencapaian suatu tujuan tertentu.

Perencanaan harus didasarkan pada kenyataan, data dan keterangan yang konkrit, dengan melihat zaman yang akan datang atau rencana kedepannya. Sofyan Syafril Harahap mendefinisikan perencanaan adalah fungsi menetapkan kegiatan apa yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan dapat menjawab tentang siapa, apa, kapan dimana, mengapa dan bagaimana tindakan- tindakan dilakukan. Oleh karena itu perencanaan merupakan proses pemikiran rasional dan menetapkan secara tepat mengenai berbagai macam hal yang akan dikerjakan dimasa mendatang dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Dari beberapa pendapat di atas, dipahami bahwa perencanaan adalah wujud dari tindakan konseptual tentang masa depan yang diinginkan secara rasional. Karena itu perencanaan juga dapat diartikan sebagai upaya dalam menetapkan apa yang akan dilakukan. Sehingga perencanaan mencakup lapangan keputusan yang luas yaitu pemilihan atau penetapan tujuan dan penentuan strategis, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Secara sederhana langkah kerja perencanaan meliputi apa yang akan dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya dengan baik. Berarti tanpa adanya suatu perencanaan pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan, bahkan bisa mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan atau cita-cita yang diinginkan.

Proses penyampaian pesan dakwah tidak dapat dipisahkan dengan kondisi sosial masyarakat. Pesan dakwah yang disampaikan oleh juru dakwah juga harus memperhatikan dan menyesuaikan dengan kondisi dan kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Komunikasi dakwah merupakan proses sosial yang diartikan sebagai proses timbal balik antar berbagai kehidupan masyarakat. Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara dalam melakukan perubahan sosial (*sosialchange*) yang tidak dapat dilepaskan dari konteks sosialnya. Komunikasi berperan menjembatani beragam perbedaan yang terdapat di dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali sistem sosial masyarakat. Antara komunikasi dan proses sosial terdapat relasi yang saling melengkapi dan saling mempengaruhi.

Analisis khalayak perlu dilakukan untuk menentukan sasaran yang akan didakwahi sehingga permasalahan umat islam di atas dapat terselesaikan. Secara demografi penduduk muslim di Indonesia sebesar 229 juta jiwa atau 87,2% dari total penduduk sedangkan jumlah pemuda yakni yang berada dari rentang 16-30 tahun diperkirakan lebih dari 64 juta jiwa . Secara sebaran penduduk masih terkonsentrasi di Pulau Jawa sebesar 151, 59 juta atau 56,10 persen dari total penduduk di Indonesia, berikutnya di Pulau Sumatera sebesar 58,56 juta orang atau 21, 68 persen, Pulau Sulawesi sebesar 7,36 persen, Pulau Kalimantan sebesar 6,15 persen dan Bali-Nusa Tenggara sebesar 5,54 persen dan Maluku-Papua sebesar 3,17 persen.

Dengan jumlah remaja yang cukup besar yakni lebih dari 64 juta jiwa, yang tersebar di Pulau Jawa, Sumatera Sasaran khalayak untuk konten @basyasman00 adalah kaum remaja millennial. Secara karakteristik remaja memiliki keterbukaan secara berpikir, akrab dengan teknologi, memiliki semangat untuk melakukan perubahan, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi bila dibandingkan dengan orang tua, melihat sisi kemasan dari suatu acara. Serta karakteristik yang dimiliki maka pemuda menjadi sasaran yang layak untuk didakwahi sehingga dengan jumlah remaja yang sebesar itu dapat terjadi perubahan yang signifikan dalam masyarakat dan pada akhirnya bisa mempengaruhi orang-orang yang ada disekitar mereka.

KESIMPULAN

Aplikasi tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok. Tiktok diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja kekinian saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan. Tik – tok merupakan fenomena media baru yang menyediakan berbagai fitur dengan jenis media audio visual yang bisa dioptimalkan untuk tujuan berdakwah. Bentuk pemanfaatan tik-tok dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti pada akun @basyasman00 dengan menggunakan kelebihan dari platform yakni fitur-fitur yang disediakan yang meliputi filter, countdown stiker dan sound atau audio. Pesan dakwah yang di sampaikan oleh Husain Basyaiban adalah sesuai syariat islam yang berdasarkan dengan Al-Quran dan Hadist, contoh kontennya adalah tentang pentingnya Toleransi. Adapun kekurangan dari platform tik-tok adalah keterbatasan audio visual dan durasi yakni maksimal 3 menit. Berdasarkan analisis khalayak dalam proses perencanaan komunikasi dakwah Husain memilih kaum remaja millennial karena mereka memiliki sikap keterbukaan dalam berfikir, dengan demikian mereka akan membawa perubahan yang signifikan dalam masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

Jurnal Ilmiah

- Ali Aziz, Moh, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2017)
- Al Asy'ari, "Strategi Perencanaan Dakwah", *Jurnal Al-Idarah*, Vol V, No. 6, t.th.
- Arianti, Gusmia, 'Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Path', *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16.2 (2017), 180 <<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>>
- Asdar, Muhammad, 'Strategi Dakwah Di Era New Normal', 2020 <<https://doi.org/10.31219/osf.io/3kby9>>
- Burhanudin, Aan Mohamad, Iain Syekh, and Nurjati Cirebon, 'DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @ Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) DA ' WAH USING SOCIAL MEDIA (Study of Utilization of Instagram @ Cherbonfeminist as Da ' Wah Media Regarding Gende', 10.2 (2019), 236–46
- Hasanah, Uswatun, 'Strategi Dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19 Masyarakat Madura', 3.1 (2020), 49–62 <<https://doi.org/10.18326/imej.v3i1.49-62>>
- Hermawan, Iwan, *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi - Iwan Hermawan, S* (Karawang: Hidayatul Quran, 2019)
- Wibowo, Adi, 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL', 03.02 (2019), 339–56
- Wijaya, Mukhammad Handy dwi, and Musta'in Mashud, 'Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok', *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3.2 (2020), 170–91 <<https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>>
- Yuanita, Dianis Izzatul, Beti Malia, and Rahma Hidayati, 'Sikap Remaja Di Media Sosial Instagram Saat Musim Pandemi Covid 19', 03.1 (2020), 9–17
- Ali Aziz, Moh, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2017)
- Arianti, Gusmia, 'Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Path', *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16.2 (2017), 180 <<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>>
- Asdar, Muhammad, 'Strategi Dakwah Di Era New Normal', 2020 <<https://doi.org/10.31219/osf.io/3kby9>>
- Burhanudin, Aan Mohamad, Iain Syekh, and Nurjati Cirebon, 'DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @ Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) DA ' WAH USING SOCIAL

- MEDIA (Study of Utilization of Instagram @ Cherbonfeminist as Da ' Wah Media Regarding Gende', 10.2 (2019), 236–46
- Hasanah, Uswatun, 'Strategi Dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19 Masyarakat Madura', 3.1 (2020), 49–62 <<https://doi.org/10.18326/imej.v3i1.49-62>>
- Hermawan, Iwan, *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi - Iwan Hermawan, S* (Karawang: Hidayatul Quran, 2019)
- Wibowo, Adi, 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL', 03.02 (2019), 339–56
- Wijaya, Mukhammad Handy dwi, and Musta'in Mashud, 'Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok', *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3.2 (2020), 170–91 <<https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>>
- Yuanita, Dianis Izzatul, Beti Malia, and Rahma Hidayati, 'Sikap Remaja Di Media Sosial Instagram Saat Musim Pandemi Covid 19', 03.1 (2020), 9–17

BUKU

- Rifa'i, Muhammad, "*Manajemen Organisasi*", (Bandung: Cita Pustaka, 2013)
- Usman, Husain, "*Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Pustaka Binawan, 2008)

INTERNET

- Kompas.com, *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap*, <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>