

**PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM
BAGI GENERASI "Z"**¹Janisa Kusumawati, ²Achmad Junaedi Sitika^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang¹janisakusumawati06@gmail.com, ²ajunfehas@gmail.com**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan media dakwah dengan bentuk digitalisasi yang menarik dikalangan generasi milenial. TikTok merupakan aplikasi yang sangat digemari disetiap kalangan, apabila aplikasi ini dipakai oleh para da'i muda sebagai media dakwah dalam menyampaikan pesan dakwahnya akan menarik perhatian kalangan generasi milenial. Melalui aplikasi ini, seorang da'i muda dapat dengan mudah menciptakan pesan dakwah yang lebih interaktif, menyenangkan dan asyik. Dalam penelitian peneliti metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga orang-orang mampu dengan mudah untuk mengaksesnya terutama generasi Z. 2) Aplikasi tiktok sangat cocok dan bermanfaat dengan memperbanyak konten-konten yang bersifat edukasi, sehingga orang mampu lebih paham terutama konten dakwah islam hal ini akan terus berlangsung apabila penggunaanya tetap diarahkan dengan baik. 3) Media dakwah dengan aplikasi tiktok sudah sangat digandrungi oleh generasi Z sejak lama dan semakin berkembang pesat dengan bertambahnya para pembuat konten dakwah yang baru. implikasi penelitian ini diantaranya adalah: 1) sosial dan kultur, 2) pendidikan dan literasi digital, 3) psikologis dan identitas keagamaan, 3) implikasi teknologi dan inovasi, 4) etika dan pengawasan konten, 5) pendidikan agama dan pengajaran.

Kata kunci : TikTok, Dakwah Islam, Generasi

Abstract

This research aims to explain da'wah media with a form of digitalization that is attractive to the millennial generation. TikTok is an application that is very popular in every circle. If this application is used by young preachers as a medium for preaching in conveying their preaching messages, it will attract the attention of the millennial generation. Through this application, a young preacher can easily create da'wah messages that are more interactive, fun, and exciting. In the research, researchers used qualitative descriptive methods with data collection techniques using observation, questionnaires, interviews, and documentation methods. The data obtained was then analyzed descriptively using data reduction, data presentation, and concluding. The research results show that: 1) The TikTok application is an application that follows increasingly sophisticated technological developments so that people can easily access it, especially Generation Z. 2) The TikTok application is very suitable and useful by increasing educational content, so that people can better understand, especially Islamic preaching content, this will continue if users are well directed. 3) Da'wah media with the TikTok application has been very popular with Generation Z for a long time and is growing rapidly with the addition of new Da'wah content creators. The implications of this research include: 1) social and cultural, 2) education and digital literacy, 3) physiology and religious identity, 3) implications of technology and innovation, 4) ethics and content monitoring, and 5) religious education and teaching.

Keywords: TikTok, Islamic da'wah, Generation Z

Pendahuluan

Era digital saat ini platform aplikasi semakin berkembang pesat salah satunya ialah media komunikasi atau media sosial yang dikembangkan oleh beberapa perusahaan platform aplikasi.[1] Saat ini aplikasi media sosial menjadi suatu kebutuhan yang sering digunakan oleh para anak muda untuk hiburan mengisi waktu luangnya, selain itu juga bermanfaat untuk mendapatkan informasi dan komunikasi secara cepat dan akurat. Hal yang membuat media sosial ini banyak diminati oleh banyak orang ialah karena media sosial dapat digunakan dimana saja dan kapan saja dengan sangat mudah dalam berbagai konten hiburan, informasi, edukasi, bahkan media dakwah juga bisa didapatkan darinya.

Aplikasi ini yang menggabungkan beberapa fitur tertentu dengan cara yang dapat diakses oleh pengguna. Ada jutaan aplikasi di App Store dan toko aplikasi Android, yang menawarkan layanan aplikasi. Aplikasi sendiri adalah dasar dari ekonomi seluler. Sejak kedatangan iPhone pada 2007 dan App Store pada 2008, aplikasi telah menjadi cara utama pengguna memasuki revolusi ponsel cerdas atau smartphone.

Kebutuhan aplikasi media sosial ini membuat banyak generasi Z khususnya tertarik untuk menginstal atau mengunduh beberapa aplikasi yang ia butuhkan, salah satunya ialah platform aplikasi asal Tiongkok yang bernama Tiktok yang mana saat ini aplikasi tersebut sedang trending dan banyak dibicarakan dimasyarakat luas. Aplikasi Tiktok ini hampir semua kalangan lapisan masyarakat tahu dan menggunakannya. Kini aplikasi tersebut sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat luas dan Tiktok kini merupakan salah satu platform aplikasi media sosial yang paling sering digunakan saat ini di Indonesia.

Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwa Aplikasi Tiktok ini banyak penggunanya mulai dari kalangan artis sampai masyarakat biasa membagikan pengalamannya dalam menggunakan aplikasi tersebut. Namun aplikasi ini sebelumnya dikabarkan bahwa Tiktok pernah diblokir oleh pemerintah karena dinilai disalah gunakan oleh anak-anak dibawah umur dan aplikasi ini sering dianggap media negatif karena penggunanya yang salah dalam memanfaatkan aplikasi tersebut sehingga berdampak negatif dari stigma masyarakat. Akan tetapi saat ini aplikasi tersebut sudah mendapat izin kembali dari pemerintah untuk memperketat keamanan dari aplikasi tersebut.

Pada saat ini aplikasi Tiktok sudah semakin berkembang dan mengalami perubahan penggunaan yang mana sebelumnya banyak konten yang berisi tidak mendidik generasi millennial sekarang banyak konten kreator yang mengedukasi dan mendidik bahkan dijadikan media dakwah islam yang mana pengguna dari Tiktok ini rata-rata anak muda sehingga media dakwah ini banyak

diminati tidak hanya di youtube dan instagram, sekarang merambah ke aplikasi Tiktok. Ada beberapa akun reposting dakwah dari para ulama dan ustadz, ada yang mengedit video dakwah untuk dibagikan kembali dan bahkan ada juga ustadz muda yang terjun langsung menyebarkan konten dakwah di media Tiktok ini, yang tentunya memiliki ciri khas yang menarik para generasi Z yang awam akan ilmu agama khususnya untuk memahami isi konten dan membagikannya kembali atau repost di sosial media mereka.

Berdasarkan uraian singkat tersebut, maka saya sebagai penulis bermaksud untuk mengangkat sisi lain yang dapat kita peroleh dari aplikasi Tiktok yaitu sebagai media dakwah didalamnya sesuai pengguna akun aplikasi tersebut, Kita jangan hanya melihat Tiktok dari sisi negatifnya saja tapi apakah akan bisa digunakan dari sisi positifnya dengan memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai media dakwah? karena saat ini aplikasi tersebut sedang trending dan booming sehingga kita tidak dapat menolak keadaan tersebut.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif.[2] Metode ini mendeskripsikan hasil dari pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah pada generasi milenial saat ini. Dengan adanya pemanfaatan penggunaan media ini generasi milenial diharapkan mampu memahami ilmu agama dengan baik dan menyenangkan. Berangkat dari pengambilan data melalui aplikasi google from, peneliti kali ini mampu menganalisis secara fakta pada fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyajikan apa adanya. Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah prosedur penelitian dengan hasil sajian data deskriptif yang berupa tulisan dan pemanfaatan media dakwa melalui Tik Tok edukasi ini untuk meningkatkan ilmu pengetahuan agama islam pada generasi z.

Penelitian ini akan difokuskan pada generasi Z yaitu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2004, Hal ini mengindikasikan bahwa usia para generasi Z Indonesia adalah kisaran umur 14 sampai 25 tahun. Lokus pada penelitian ini pendapat para generasi z di tiap grup sosial media seperti whatsapp terhadap manfaat aplikasi tiktok ini sebagai penambahan ilmu agama atau dakwah. Tujuan penelitian ini memberikan gambaran secara fakta dan aktual pada populasi generasi z pada mahasiswa, remaja masjid dan karang taruna.

Penelitian deskriptif yaitu berusaha memberikan dengan sistematis dan cermat fakta-fakta aktual dan sifat populasi tertentu, sedangkan menurut Bogdan dan Taylor dalam.[3] Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Teknik pengumpulan data yang

dilakukan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Metode penelitian ini menggunakan angket yang disebar melalui Google Form, dengan beberapa pertanyaan berkaitan dengan kemanfaatan aplikasi tiktok ini untuk media dakwah islam. Walgito menjelaskan bahwa angket adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin.

Pembahasan

Media Dakwah dan Generasi Z

Media merupakan sarana penyalur pesan atau informasi yang hendak disampaikan oleh sumber pesan kepada sasaran atau penerima pesan tersebut. Kata “media” itu sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu “medium” yang berarti “perantara” atau “pengantar”. [4] Jadi media disini ialah sarana informasi yang ingin disampaikan oleh seseorang melalui suatu alat baik itu berbentuk fisik ataupun teknologi. Adapun aplikasi ialah suatu program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan pembuatan aplikasi tersebut, aplikasi mempunyai arti yaitu pemecahan masalah yang menggunakan salah satu tehnik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputasi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan.

Dakwah berasal dari bahasa Arab “Da’wah” داعوا dari kata do’a دعاء yad’u يدعو yang berarti panggilan, ajakan, seruan. Adapun secara istilah dakwah ialah dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan. [5] Dakwah ini dapat dijadikan arti dari ajakan atau seruan dalam menyampaikan ajaran islam tentunya melalui media atau aplikasi Tiktok. Dakwah ini mempunyai fungsi yang sangat besar, karena menyangkut aktifitas untuk mendorong manusia melaksanakan ajaran Islam, sehingga seluruh aktifitas dalam segala aspek hidup dan kehidupannya senantiasa diwarnai oleh ajaran Islam.

Rasulullah menyampaikan risalah kenabian nya melalui media dakwah komunikasi yang berinteraksi langsung dengan para sahabat dan muslimin baik di mekah atau madinah. Oleh sebab itu harus digunakan suatu sarana atau media dalam mengkomunikasikan penyebaran ilmu agama ini. [6] Media mengambil peran yang sangat penting dalam hal ini termasuk dakwah agama islam. Bahwa dengan proses penyebaran dakwah melalui media di era digital ini harus lebih ditingkatkan

lagi karena media sosial saat ini menjadi pilihan utama bagi semua generasi khususnya kaula muda generasi Z.

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu materi dakwah kepada jamaah atau penerima dakwah. Pada zaman era digital seperti saat ini, Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang akan digapai, agar mendapatkan apa yang menjadi tujuannya tentunya berefektif dan efisien, da'i juga harus mengorganisir komponen atau unsur dakwah secara tepat dan benar. Sebagai salah satu komponennya ialah media dakwah.[7]

Salah satunya ialah menggunakan media dakwah tiktok, yang mana media Tiktok ini merupakan aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang bagus dan dapat diperlihatkan pada teman atau pengguna lainnya. Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan membuat konten kebaikan seperti dakwah yang menyenangkan untuk ditonton.

Generasi saat ini berkembang dalam kategori baby boomers, generasi X (tahun lahir antara 1961-1980), generasi Y (tahun lahir 1990- 1995), dan generasi Z (1995-2010). Pengelompokkan ini adalah pengelompokan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan kelompok tersebut. Artinya generasi adalah kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama Generasi Z yaitu generasi yang sering disebut sebagai igeneration atau generasi internet. Generasi internet bertumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi di berbagai aspek. Mereka ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi digital natives dan memiliki karakter unik multi-tasking yang membedakan dengan generasi sebelumnya. Karena berbarengan dengan digitalisasi, generasi Z sangat cepat dalam mengakses informasi sekaligus cepat pula dalam bereaksi atas gelombang informasi yang melingkupinya. Generasi Z tumbuh cerdas, terampil menggunakan teknologi, kreatif, dan kritis.[8]

Jumlah generasi Z adalah 34,05% dari populasi dunia dan 33% dari jumlah penduduk di Indonesia atau setidaknya mencapai 80 juta orang. Dengan jumlah yang demikian besar, generasi Z dengan segala peristiwa yang menyertainya, akan menjadi masa depan bangsa. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai karakteristik generasi Z telah dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Generasi Z di Indonesia berbeda dengan karakteristik generasi Z di US. Generasi Z di Indonesia masih mengedepankan face to face sebagai bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan. Kultur menentukan cara berkomunikasi, yang berarti gaya komunikasi generasi Z di Indonesia bisa begitu spesifik.[8]

Dengan penguasaan media aplikasi yang merupakan hal yang sering digunakan generasi Z dapat menjadi peluang strategis dalam melakukan dakwah Islamiyah yang menyenangkan, tidak jenuh dan berisi ilmu agama.[9] Generasi Z dapat terlibat aktif dalam gerakan keagamaan yang berbasis sosial media. Kegiatan dakwah Islam perlu menyesuaikan dengan konteks kekinian generasi Z. Karakteristik generasi milenial yang berfikir positif, kreatif, percaya diri, produktif, bersemangat, serta siap dengan perubahan akan lebih banyak menghabiskan waktunya dengan gawai atau smartphone dan koneksi internetnya memiliki potensi menjadi agen dakwah yang inovatif dimasa yang akan datang.

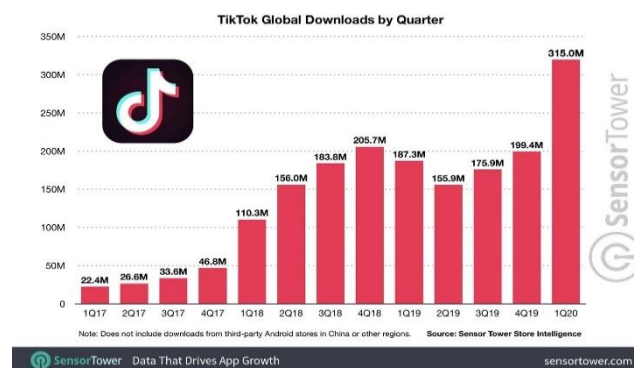
Dengan adanya media dakwah tiktok ini akan mampu membuat generasi Z mau ikut andil dalam pembuatan konten islami ataupun hanya sekedar menonton, memahami, menyukai, mengikuti akun konten dakwah dan hal baik lainnya. melalui media virtual pesan dakwah akan tersampaikan kepada mad'u secara merata. Namun mad'u harus kembali menelaah apa yang akan diberikan oleh da'i bukan karena keraguan terhadap apa yang disampaikan tetapi ada baiknya saat apa yang di terima oleh mad'u dari da'i ini dicari kebenarannya dan menyesuaikan misalnya dalil-dalil yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya.[10] Mad'u juga harus cerdas dalam menerima pesan dakwah. Tugas da'i ataupun mad'u ialah mencari kebenaran pada apa yang akan disampaikan dan yang telah diterima agar tak ada kesalahan dalam memahami ajaran agama islam itu sendiri.

Aplikasi Tiktok dengan Perkembangan Teknologi

Teknologi saat ini memang sangat berkembang dengan pesat. Sudah banyak orang-orang yang memahami teknologi dengan baik, terutama generasi Z yang di mana banyak anak-anak remaja yang sangat mahir dalam mengendalikan gadgetnya. Adapun Ratri, dalam penelitiannya menjelaskan bahwa istilah media sosial mengacu pada berbagai layanan berbasis internet dan mobile yang memungkinkan pengguna untuk dapat bergabung dalam percakapan daring, berkontribusi dalam konten yang dibuat oleh pengguna, atau bergabung dengan komunitas daring. Salah satu perkembangan teknologi yang digemari salah satunya adalah aplikasi Tik Tok, karena dalam aplikasi ini banyak sekali informasi baru yang muncul, sehingga pengetahuan dari berbagai ilmu khususnya ilmu agama pun bisa didapat oleh siswa sehingga mampu cepat tanggap terutama di keadaan masyarakat sekitar.

Menurut artikel kompas.com Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap pada (2021, 19 April) yang diakses pada juni 14, 2021 diketahui bahwa jumlah pengguna aktif bulanan (Monthly Active User/MAU) TikTok tercatat mencapai 732 juta pada Oktober 2020. TikTok juga mengungkapkan jumlah MAU mereka di Amerika Serikat yang mencapai 100 juta pengguna dari

total. Jumlah ini cukup besar, apalagi TikTok sendiri menghadapi sejumlah “serangan politik diplomatik” dari pemerintah AS di bawah kepemimpinan Donald Trump. Sejak akhir Juli 2020 hingga Oktober 2020, TikTok berhasil menambah sekitar 14,3 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia setiap bulannya. Jika tingkat pertumbuhan ini berlanjut selama 13 bulan ke depan, TikTok diprediksi memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan secara global pada Mei 2022. Menurut laporan tersebut, 42 persen pengguna TikTok adalah anak muda (Generasi Z) dengan rentang usia 17-24 tahun. Hasil penelitian ini juga menyebutkan bahwa rata-rata pengguna menghabiskan 89 menit sehari untuk mengakses aplikasi TikTok. 80 persen pengguna mengatakan bahwa TikTok adalah platform paling menghibur.



Fenomena TikTok tidak hanya populer di negara asalnya China, tetapi juga di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Seperti dilansir Statista, per Februari 2021, pengguna aktif harian TikTok secara global diperkirakan mencapai 35,28 juta pengguna, baik iOS maupun Android. Media sosial TikTok juga menjadi salah satu aplikasi terpopuler sepanjang tahun 2020. Berdasarkan data Apptopia, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2020. Totalnya mencapai 850 juta unduhan. Selain itu, TikTok juga menempati posisi pertama dalam kategori Apptopia "Aplikasi Berpenghasilan Tertinggi" mengalahkan Tinder, YouTube, Disney Plus, dan sebagainya. Pada periode April-Desember 2020, TikTok mencatatkan pendapatan hingga US\$965,5 juta (sekitar Rp 9 triliun) dari Google Play Store (Android) dan App Store (iOS), menurut laporan Business of Apps. TikTok adalah aplikasi media sosial berbasis video pendek yang dimiliki oleh perusahaan teknologi China ByteDance. Di TikTok, pengguna dapat membuat, mengedit, dan membagikan klip video pendek lengkap dengan filter dan diiringi musik sebagai pendukung.

Hal ini membuat tiktok sangat diminati generasi Z saat ini terlebih melakukan pemanfaatan aplikasi untuk membuat video pendek yang positif seperti konten ilmu dakwah islam agar banyak dari kaula muda mendapatkan ilmu walaupun sedikit.

Dalam hasil penelitian yang didapat dari melakukan observasi melalui google from, data yang didapat ialah banyak yang memberi alasan mengapa aplikasi ini sangat booming dikalangan masyarakat. Rata-rata responden menjawab bahwa aplikasi Tik Tok merupakan aplikasi yang mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga orang-orang mampu dengan mudah untuk mengaksesnya, terutama generasi Z yang dominasinya seorang pelajar entah itu SMP, SMA atau bahkan Mahasiswa.

Aplikasi Tik Tok sebagai media dakwah islam yang bermanfaat

Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya memerlukan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Konsep al-Islamu sholih li-kulli zaman wa makan (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya. Didalam al-quran dan al-hadits memiliki tanda-tanda kekuasaan Allah yang "tersembunyi" apabila tidak dapat dipahami dan diamalkan dalam mad'u dakwah.

Media dakwah dari zaman dahulu hingga saat ini tentunya beraneka ragam macamnya yang mana hal ini menyesuaikan kondisi dari suatu kaum atau masyarakat di daerah tertentu di penjuru dunia. Yang terpenting ialah masyarakat tertarik dan memiliki keinginan untuk mengetahui hal yang diberikan oleh pendakwah tersebut, tidak terkecuali di zaman yang sudah semakin canggih dan modern saat ini. Tentunya para da'i muda atau pendakwah berinovasi dalam penggunaan medianya agar pesan-pesan al-quran dan sunnah tersampaikan oleh orang awam dan muslimin, misalnya saat ini sudah pesat sekali pertumbuhan gadget atau smartphone yang mana didalam nya terdapat banyak sekali aplikasi atau media pendukung dari smartphone tersebut.

Misalnya di android ada playstore yang dapat mendownload berbagai macam aplikasi media, terutama media sosial yang sering orang gunakan untuk memperoleh informasi komunikasi bahkan hiburan dan edukasi. Hal ini harus dapat dimanfaatkan oleh para da'i muda untuk mulai berdakwah di media massa atau media sosial online ini agar dapat memudahkan masyarakat memperoleh ilmu baru tanpa harus keluar rumah. Dengan memanfaatkan media massa sebagai wasilah dakwah islam maka hal ini tentu saja disambut positif, karena kita bersaing dengan konten-konten dakwah yang kurang mendidik khususnya para pemuda yang terlampaui batas. Dengan adanya konten di setiap media sosial maka akan menyadarkannya.

Penerapan terhadap sumber-sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian yang lebih bagi para da'i muda khususnya. Para komunikator Islam harus memperhatikan salah satu media teknologi yang merupakan sarana efektif dalam menunaikan tugas mulia dakwah. Salah satu

teknologi yang menjadi trend masyarakat remaja saat ini adalah media sosial dalam aplikasi seperti facebook, instagram, twitter dan tiktok yang saat ini sedang trending.



Seperti yang dinyatakan habib husein jafar dalam forum wawancara tidak terstruktur pada Jeda nulis. 2021, 23 Januari. Habib Dakwah di Tiktok-Habib Husein bin jafar <https://www.youtube.com/watch?v=Vt2dRSEB7u4> bahwa: “Tiktok, Musik, film itu sama dia itu alat ga bisa dihukumi halal atau haram dia menjadi haram kalau digunakan untuk keburukan dia menjadi halal bahkan berpahala kalau digunakan untuk kebaikan”. Sebenarnya orang yang memiliki akun ditiktok itu suka ilmu agama, suka berbuat kebaikan akan tetapi mereka bingung berpegang kepada akun dakwah siapa titok tersebut . Pada akhirnya habib husein jafar membuat akun tiktok, Selain untuk dakwah tentunya, juga untuk “Datok”, yaitu menghilangkan “racun” di TikTok. Karena kata beliau “Gak mungkin kita cuma mengeluh Tik Tok banyak unfaedahnya. Kalau melihat keunfaedahan, kita gak bisa hanya ngeluh tapi berbuat untuk mengubahnya. Selain itu juga karena Tik Tok Official undang saya. Mereka jelaskan bahwa Tik Tok itu sebenarnya juga support untuk berbagi kebaikan”.

Jika ingin di aplikasi tiktok itu berisi dakwah maka harus mengikuti akun konten dakwah yg banyak dan juga menyukai video nya agar Fyp di tiktok menjadi dakwah semua. Fyp adalah For Your Page jadi untuk bagian kamu maksudnya video atau hal apa saja yang sedang hangat pada aplikasi tiktok itu dan juga hal hal yang berkaitan pada apa saja akun yang kita ikuti atau follow dan sukai atau like. Cara kerja Fyp itu sistem nya awalnya video disarankan 10 orang kalau misalnya ada orang yang nonton lebih dari 15 detik nanti disarankan ke 100 orang lalu disarankan ke 1000 orang sampai 10.000 orang dan seterusnya hingga viral video nya dan Fyp. Meskipun masih muda sudah selayaknya kita kreatif dan bermanfaat bagi oranglain salah satunya minimal membuat video yang bermanfaat di era modern ini yang sebenarnya segala sesuatunya dimudahkan. Sampaikanlah walau hanya satu ayat, tetap berdoa dan berikhtiar dan berusaha

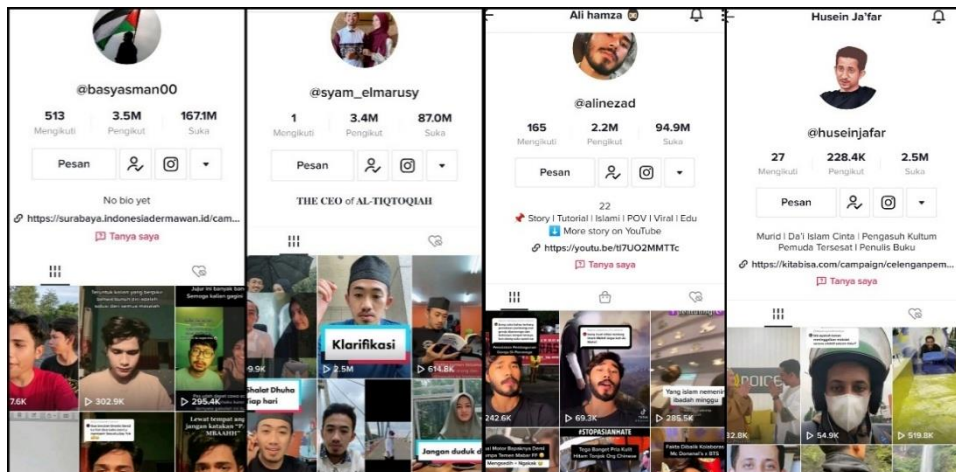
belajar benar tapi tidak boleh merasa benar karena begitu merasa benar dia salah, dia berhenti belajar menutup pikiran yang dia tanam.

Ketika konten hiburan banyak yang like dan menonton tetapi ketika konten dakwah masih sedikit yang like dan menonton oleh karena itu penyampaian dakwah harus menarik. Hiburan boleh tidak dilarang akan tetapi ilmu agama tetap harus seimbang dengan cara menyampaikan tentunya berkelas dan asik untuk generasi Z. Kemasan konten dakwah anak muda itu suka hiburan nah jadi memanfaatkan hiburan namun disisipkan ilmu agama agar tidak jenuh karena anak muda kalau terlalu serius kadang mudah bosan. Di aplikasi tik tok ini ada konten yg bagus dan baik sekali, ada yg sebaliknya buruk sekali. Tinggal bagaimana kita memilih dan menggunakannya dengan baik. Dengan Menyebarkan dan membuat konten dakwah yang bermanfaat selain mendapatkan ilmu bagi yang melihat tentunya manfaat lain bagi da'i yang membuat konten dakwah ini ialah dapat menambah relasi antar da'i dakwah seluruh Indonesia bahkan mancanegara untuk bersilaturahmi membuat komunitas dakwah supaya menjadi luas.

Data penelitian yang didapat melalui google form, tentu ada yang pro dan juga yang kontra dengan penggunaan aplikasi tiktok untuk dijadikan media dakwah islam untuk generasi Z, adapun Alasan responden yang kurang pro dengan media dakwah islam melalui Tik Tok. Responden masih ada yang beranggapan bahwa Tik Tok adalah aplikasi yang sebatas joget-joget dan membuang waktu yang tidak ada manfaatnya, sehingga mereka beranggapan bahwa kurang cocok jika dikembangkan menjadi media dakwah. Tidak hanya alasan yang kurang pro dengan media pembelajaran melalui Tik Tok edukasi, mayoritas responden menganggap dengan boomingnya aplikasi Tik Tok maka harus dimanfaatkan dengan memperbanyak konten-konten yang bersifat edukasi, sehingga orang mampu lebih paham bahwa setiap aplikasi akan banyak manfaatnya apabila penggunaannya diarahkan dengan baik. Maka, aplikasi Tik Tok akan mampu menjadi media dakwah yang baru dan menyenangkan.

Sudut Pandang lain generasi Z dalam Perkembangan Media Tik tok sebagai media dakwah

Dalam mengembangkan aplikasi Tiktok sebagai media Dakwah sebagaimana yang contohkan oleh beberapa da'i muda yang sudah memiliki pengikut atau followers yang lumayan banyak seperti Husain Basyaiban dengan 3,5 juta followers, Syam El Marusy dengan 3,4 juta followers, Habib Husein bin jafar dengan 228 ribu followers, dan Hamzali Abradinezed dengan 2.2 juta followers. Hal ini tentu saja membuat motivasi bagi para generasi Z untuk mau ikut andil dalam menyiarkan dakwah agama, atau minimal mengikuti mereka dan mengambil pelajaran positif tentang islam dari video singkat yang mereka share tentunya.



Disini penulis ingin memperlihatkan bahwa penggunaan tiktok bukan hanya sekedar sisi negatifnya saja seperti goyang atau hal lainnya namun bisa kita gunakan dengan berbagi ilmu pengetahuan terutama dalam islam. Informasi tersebut menjelaskan bahwa generasi Z atau Mad'u memberikan tanggapan yang positif terkait media dakwah menggunakan aplikasi tiktok ini, indikasi trend media sosial sebagai media dakwah menunjukkan perkembangan dakwah yang semakin fleksibel dan dinamis dan diyakini trend dakwah ini akan terus berkembang pada masyarakat modern khususnya generasi z untuk terus mengikuti trend media-media baru yang kemudian akan dijadikan media dakwah yang relevan, sesuai dengan kebutuhan mad'u yang hidup di zaman teknologi saat ini.

Dari hasil data kuisioner yang telah dibagikan kepada para pelajar SMA dan mahasiswa yang termasuk dalam usia generasi Z maka ternyata rata-rata kebanyakan dari mereka sudah mengikuti para pendakwah muda tersebut lumayan cukup lama dan itu berdampak pada pengetahuan agama mereka yang masih kurang dalam sekitar 75% mendukung adanya perkembangan dari para pembuat konten dakwah para da'i pemuda ini, Sementara itu sisanya masih awam dan kurang mengenali mereka serta belum mengikuti akun dakwah tersebut yang mana hal ini sangat disayangkan padahal mereka sering muncul di fyp nya namun diskip karena kurang akrabnya dengan konten dakwah yang menjurus pada pelajaran agama.

Adapun implikasi dari kegiatan penelitian ini diantaranya adalah:

Implikasi Sosial dan Kultural, Penggunaan TikTok sebagai media dakwah Islam dapat memiliki dampak signifikan dalam konteks sosial dan budaya. Implikasi ini mencakup peningkatan aksesibilitas informasi keagamaan bagi generasi Z yang cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi. Hal ini dapat mempengaruhi cara generasi Z memahami dan mempraktikkan Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Implikasi Pendidikan dan Literasi Digital, Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Islam menunjukkan potensi untuk meningkatkan literasi digital di kalangan generasi Z dalam konteks keagamaan. Implikasi ini mencakup perlunya pengembangan konten dakwah yang informatif, terpercaya, dan menarik secara visual untuk menarik perhatian audiens yang lebih muda.

Implikasi Psikologis dan Identitas Keagamaan Partisipasi dalam konten dakwah Islam di TikTok dapat membantu memperkuat identitas keagamaan generasi Z. Implikasi ini melibatkan studi lebih lanjut mengenai bagaimana interaksi dengan konten dakwah di TikTok dapat mempengaruhi sikap, nilai, dan perilaku keagamaan generasi Z dalam jangka panjang.

Implikasi Teknologi dan Inovasi Penggunaan TikTok sebagai media dakwah Islam menyoroti pentingnya adaptasi dan inovasi dalam memanfaatkan teknologi untuk tujuan keagamaan. Implikasi ini mencakup eksplorasi lebih lanjut terhadap bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan relevan dengan perkembangan zaman.

Implikasi Etika dan Pengawasan Konten, Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Islam juga menimbulkan pertanyaan terkait etika penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan. Implikasi ini menyoroti pentingnya pengawasan konten dan pendidikan etika bagi pembuat konten dakwah di TikTok, untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai Islam dan tidak menimbulkan konflik atau kontroversi yang tidak diinginkan.

Implikasi Pendidikan Agama dan Pengajaran, Di bidang pendidikan agama, penggunaan TikTok sebagai media dakwah Islam dapat menginspirasi pengembangan kurikulum dan metode pengajaran yang lebih interaktif dan relevan dengan kehidupan siswa generasi Z. Implikasi ini mencakup integrasi teknologi digital dalam pembelajaran agama untuk meningkatkan keterlibatan dan pemahaman siswa terhadap ajaran Islam.

Melalui implikasi-implikasi ini, penelitian tentang pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah Islam bagi generasi Z diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam memahami peran teknologi digital dalam penyampaian pesan keagamaan dan pengembangan identitas keagamaan di kalangan generasi muda saat ini.

Kesimpulan

Dapat penulis simpulkan bahwa pemanfaatan aplikasi Tiktok dalam media dakwah islam yang dikembangkan oleh para da'i muda yang memiliki kreativitas dan ilmu agama rata-rata mendapatkan respon yang positif, serta menyampaikan pesan yang bisa diterima oleh semua khalayak umum khususnya bagi generasi Z. Karena konten yang disajikan mengandung nilai nilai

pendidikan Islam yang berhaluan ahlusunnah wal Jama'ah sehingga dapat dijadikan pedoman, motivasi serta informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari.

Para da'i muda yang sudah memiliki jumlah pengikut yang banyak maupun yang sedang berkembang memberikan informasi keagamaan melalui aplikasi tiktok ini sebagai medianya kepada mad'u atau masyarakat tidak diragukan lagi bagaimana media sosial memberikan ruang publik yang sangat besar. Penggunaan media sosial juga sebagai media informasi yang dimanfaatkan oleh masyarakat secara luas.

Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut di era modern saat ini banyak yang menggunakan aplikasi tiktok sebagai aplikasi hiburan, tinggal bagaimana kita menerapkan sisi baik atau buruknya. Isi konten dakwah pada tiktok Husein dan pengguna lainnya sangat membantu tiap individu generasi Z untuk memberikan nilai-nilai Islam dari isi video cerita yang sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari yang mereka lakukan, dengan tontonan seperti ini atau isi konten yang berfaedah ini membuat aplikasi tiktok tidak hanya dari sisi negatif saja. Tentu saja Manfaat isi video konten dakwah di tiktok ini dapat membantu kita untuk memahami sedikit tentang agama, memberikan wawasan baru dengan penjelasan sejarah dan bacaan-bacaan Al-Quran didalam setiap kontennya. Dan saya semoga penelitian atau jurnal selanjutnya dapat melanjutkan pembahasan ini dengan lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- [1] dkk Supandi, "PERBANDINGAN METODE PENGAJARAN TRADISIONAL DAN MODERN DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM: Studi di Lembaga Pendidikan Internasional ABFA Pamekasan," *Educ. Partn.*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2024, [Online]. Available: <https://journal.dewanpendidikanpamekasan.com/index.php/jep/article/view/83>.
- [2] S. Mohammad Subhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pertama. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023.
- [3] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2012.
- [4] N. Mahnun, "Media Pembelajaran (Kajian terhadap Langkah-langkah Pemilihan Media dan Implementasinya dalam Pembelajaran)," *an-Nida'*, vol. 37, no. 1, pp. 27–35, 2012.
- [5] M. A. H. Mohammad Hasan, *METODOLOGI PENGEMBANGAN ILMU DAKWAH*. 2013.
- [6] Mutrofin, "Dakwah Melalui Youtube : Tantangan Da' i di Era Digital," vol. 08, no. 2, 2018.
- [7] O. I. Farihah, "Media dakwah pop," pp. 25–45.
- [8] L. C. Christiani and P. N. Ikasari, "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa," *J. Komun. dan Kaji. media*, vol. 4, no. 2, pp. 84–105, 2020.
- [9] A. H. Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial," *Tasâmuh*, vol. 18, pp. 54–78, 2020.
- [10] L. Kurnia, "Media dakwah generasi milenial era digital," no. July, 2020.