

ANALISIS MENGENAI METODE DAKWAH ISLAMI MELALUI PLATFORM TIKTOK PADA GEN Z

Salsabila Nuha Aini¹, Nadiyah Myrilla², Clarisah Razendri I.³, Muhammad Zuna⁴,
Salman Alfarizi⁵, Erwin Kusumastuti⁶

1, 2, 3, 4, 5, 6Universitan Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

123081010201@student.upnjatim.ac.id, 223081010206@student.upnjatim.ac.id,
323081010016@student.upnjatim.ac.id, 423082010181@student.upnjatim.ac.id,
523081010020@student.upnjatim.ac.id, erwinkusumastuti10@gmail.com

ABSTRACT

Dissemination of Islamic preaching through the TikTok social media platform facilitates preachers to effectively reach Generation Z. The objectives of this scholarly work are threefold: (1) To delve into the effectiveness of Islamic preaching methods via the TikTok platform among Generation Z. This analysis will focus on responses, participation, the impact on understanding and acceptance of Islamic values among Gen Z. (2) To gain a deep understanding of the potential of digital platforms in spreading Islamic preaching. (3) To provide recommendations for enhancing the success of this preaching method in the digital era filled with TikTok users from Generation Z. This research employs a qualitative method utilizing Google Forms as a tool and conducting written interviews. The subjects for this research are Generation Z individuals ranging from 17 to 25 years old. The findings of this research include: (1) TikTok accounts with preaching content such as @okisetianadewi_official, @sabilu taubah, @hiyung agam, @husien jafar, and @kadamsidik. (2) Preaching content used on the TikTok platform. (3) The impact of preaching content on social media in daily life. There are two impacts: (a) Positive impacts include nurturing faith in Allah SWT, serving as a reminder in daily activities, making religious studies a current trend, expanding knowledge, and maintaining good manners in social media interactions. (b) Negative impacts include misunderstanding, selective listening to supportive content only, content not necessarily aligning with teachings, causing division, and ineffective delivery of intended meanings. It is advisable for preachers or individuals disseminating Islamic teachings to present them comprehensively and clearly, explaining the intended meaning of verses, while as listeners, we must be selective in ensuring the credibility of our sources. Additionally, we should maintain a responsible attitude when engaging in social media interactions.

Keywords: Islamic preaching, Tik Tok, Generasi Z

ABSTRAK

Penyebaran dakwa menggunakan sosial media tiktok memudahkan parah pendakwa untuk menyampaikan syariat-syariat islam menjangkau Generasi Z. Tujuan karya tulis ilmiah ini adalah (1) Mendalami efektivitas metode dakwah Islam melalui platform TikTok pada generasi Z. Analisis ini akan difokuskan pada respon, partisipasi, dampak terhadap pemahamanWalahh, serta penerimaan nilai-nilai Islam di kalangan gen Z. (2) Mengetahui pemahaman yang mendalam mengenai potensi platform digital dalam menyebarkan dakwah Islam. (3) Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan keberhasilan metode dakwah ini di era digital

yang dipenuhi oleh pengguna TikTok dari kalangan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan google formulir sebagai sarana dan melakukan wawancara tertulis. Subjek untuk penelitian ini merupakan generasi Z yang berkisaran umur 17 tahun hingga 25 tahun. Hasil dari penelitian ini (1) akun tiktok yang memiliki konten dakwa seperti @okisetianadewi_official, @sabilu taubah, @hiyung agam, @husien jafar, dan @kadamsidik. (2) konten dakwa yang digunakan diplatform tiktok (3) Dampak konten dakwa di media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat 2 dampak yaitu (a) Dampak positif yaitu menumbuhkan rasa keimanan terhadap Allah SWT, sebagai pengingat dalam melakukan kegiatan, menjadikan kajian sebagai tren terkini, memperluas wawasan, memiliki akhlaq dalam bersosial media; (b) Dampak negative yaitu terjadi salah pemahaman, hanya mau mendengar bagian yang mendukung kita, terdapat konten belum tentu sesuai dengan ajaran, menimbulkan perpecahan, makna yang disampaikan kurang efektif. Sebaiknya sebagai pendakwah atau oknum yang ini membagikan tentang ajaran agama islam sebaiknya disampaikan secara lengkap dan jelas bagaimana yang dimaksud oleh ayat tersebut dan sebagai pendengar kita harus selektif untuk memastikan sumber yang kita gunakan terpercaya. Serta kita dapat menjaga sikap bila kita bersosial media.

Kata Kunci: Dakwah, Tik Tok, Generasi Z

A. Pendahuluan

Era globalisasi sekarang yang semakin berkembang, berdampak dengan berkembangnya teknologi juga. Globalisasi dapat mengubah dunia untuk menjadi satu kesatuan yang saling berkaitan. Saat ini, globalisasi terjadi di beberapa aspek dan bidang kehidupan manusia. Globalisasi masuk kedalam aspek budaya, komunikasi, ekonomi, ilmu pengetahuan, dan teknologi, sampai suatu kepercayaan. Perkembangan globalisasi juga membuat perkembangan pada ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi juga dapat dimanfaatkan oleh para masyarakat di kehidupan sehari-hari mereka.

Contohnya ponsel, saat ini hampir semua remaja memiliki ponsel, ponsel bermanfaat sebagai sarana komunikasi yang mudah dan cepat. Dengan adanya ponsel pekerjaan dan aktivitas manusia menjadi lebih efisien.

Konten kreator merupakan kegiatan seseorang yang menyebarkan informasi dengan media berupa gambar, video, maupun tulisan yang disebar pada sosial media. Bukan hanya konten kreator yang memanfaatkan sosial media sebagai tempat bekerja. Pedagang juga menggunakan sosial media sebagai media branding produk jualan mereka. Banyaknya orang-orang yang menggunakan sosial media membuat

orang-orang beralih ke sosial media untuk berbagi informasi dengan cepat dan efektif. Salah satunya adalah para penceramah atau da'i. Para da'i juga sekarang memanfaatkan sosial media sebagai sarana dakwah mereka

Penelitian terdahulu (1) Penelitian Video Dakwah pada Akun TikTok @Faizinaufal terhadap Kesadaran Followers. Karya tulis ilmiah ini memiliki kelebihan sebagai tujuan yang memberikan informasi mengenai konten pada akun tersebut. Informasi tersebut lengkap dengan jumlah penonton yang melihat konten tersebut, laki-laki dalam jumlah berapa dan perempuan dalam jumlah berapa. Akan tetapi hanya fokus dalam akun tersebut kurang dalam menjelaskan dakwah itu apa dan bagaimana dakwah dapat ditangkap oleh pendengar. (2) Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. Memiliki kelebihan di dalam penelitian dalam bab ini menggunakan Metode kualitatif, karena menggunakan penelitian yang bersifat alami yang diketahui hasil data berupa deskriptif dengan sesuatu yang bisa diukur. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara wawancara secara langsung. Penelitian tersebut

karena menggunakan wawancara secara langsung, jadi hanya beberapa subjek yang bisa dijangkau. Dan penelitian tersebut menjadi kurang subjektif.

(3) Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyasman00. Memiliki kelebihan di dalam bab ini Menggunakan Metode Kualitatif dengan deskriptif yang bertujuan sebagai Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial Tiktok @basyasman00. Dan menjelaskan secara terperinci bagaimana cara khadam sidik menyampaikan sesuatu. Akan tetapi kurang dalam landasan materi tentang dakwah dan tidak membahas apa kekurangan dalam penyampaian dakwah secara media sosial tiktok. (4) Representasi Al Qur'an Surah Al-Imran: 104 "Analisis atas Nilai Amar Ma'ruf Nahi Munkar dalam konten Video Tiktok (VT). Karya tulis ilmiah ini memiliki kelebihan sebagai tujuan yang memberikan informasi mengenai dakwah secara terperinci, menjelaskan materi-materi yang rumit dan mempengaruhi sikap di dalam dakwah tersebut, serta hasil penelitian ditunjang juga melalui sumber buku serta jurnal yang terpercaya. Akan

tetapi karena subjek yang diteliti hanya satu saja dan tidak membahas dampak kerugiannya, tidak ada bisa memastikan efektif bagi pendengarnya. Dan apakah hal yang ditangkap tidak salah pemahaman. (5) Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Muslim UPI. Kelebihan yang dimiliki didalam penelitian ini menggunakan metode survei terhadap ketersediaan responden, Penelitian metode ini dikarenakan mengetahui efektif dakwah di TikTok berdasarkan fakta lapangan. Pendekatan ini pun menggunakan penelitian kualitatif. (Moleong, 2006 dalam Pellondou dan Rusdi, 2021). Penggunaan bahasa yang kurang formal.

Kelebihan dari penelitian ini jika dibandingkan penelitian terdahulu (1) Pembahasan Komprehensif: Artikel ini menggabungkan 5 penelitian untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang dakwah di TikTok. (2) Fokus pada Generasi Milenial: Artikel ini menekankan bagaimana dakwah di TikTok menarik minat generasi milenial dan membangun dialog antar generasi. (3) Analisis Tantangan dan Peluang: Artikel ini tidak hanya membahas potensi dakwah di TikTok,

tetapi juga menelaah tantangan dan peluang untuk pengembangannya. (4) Pendekatan yang Segar dan Inovatif: Artikel ini dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami contoh yang akurat untuk menarik minat pembaca.

Dakwa

Pengertian dakwah secara bahasa artinya memanggil, undangan, ajakan atau seruan yang berasal dari kata bahasa arab yaitu kata da'ā-yad'ū-da'watan, yang memiliki kesamaan makna dengan al-nidā' (Iainkediri, 2011). Sedangkan menurut istilah adalah mengundang untuk mempelajari ilmu agama.

Hal tersebut terdapat pada firman Allah SWT dalam surat al-Nahl 16:125 yaitu:

دُعْ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ①

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Dalam berdiskusi memiliki berbagai macam metode yang dimiliki. Mencakup 3 hal yaitu;

- Al-Hikmah

Menurut Ibnu Qayyim, hikmah adalah pengetahuan tentang kebenaran dan pengamalannya, ketepatan dalam perkataan dan pengamalannya. Dan hal ini tidak bisa dicapai kecuali ia memahami al-Qur'an, mendalami syariat Islam serta hakikat iman (Iainkediri, 2011).

- Al-Mau'idhatil Hasanah

Al-Mau'idhatil Hasanah dapat dipahami sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, cerita, kabar baik, peringatan, pesan-pesan positif yang dapat dijadikan pedoman hidup agar selamat di dunia dan akhirat.

- Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Mujadalah berasal dari kata "jadala" yang berarti memutar, melingkar. Sedangkan istilah al-Mujadalah (al-Ḥiwār) adalah upaya pertukaran pendapat yang dilakukan kedua belah pihak secara sinergis, tanpa menimbulkan suasana permusuhan sehingga lawan menerima pendapat tersebut dengan memberikan argumen terkuat.

Generasi Z

Gen Z sudah mengenal teknologi sejak kecil dan akrab dengan gadget-gadget canggih yang secara tidak langsung mempengaruhi kepribadiannya. Pada usia ini, Gen Z tergolong remaja yang mengalami perubahan cepat secara fisik, emosional, sosial, moral, dan intelektual pada usia ini. (Serunai, 2023).

Salah satu ciri yang paling utama yaitu adalah Peningkatan penggunaan dan komunikasi, media dan teknologi digital di Era sekarang. Generasi Milenial sendiri mempunyai keterkaitan dengan Teknologi seperti kebutuhan kebutuhan bergantung kepada internet baik di dunia sosial, pendidikan, pengetahuan. Yang membuat mereka kaku dalam berkomunikasi. (Budiati,2018)

Didalam sejarah era digital penggunaan dalam jalur komunikasi memiliki cara yang bersamaan bahkan itu pun memberikan informasi dan telekomunikasi dalam era digital. (Littlejohn & Foss 2009)

Karakteristik Generasi Z Jadi berdasarkan beberapa Materi dari Kemendikbud diketahui ada beberapa jenis karakteristik generasi milenial yakni:

- Mampu mengoperasikan kegiatan secara bersamaan dengan menggunakan ponsel.

- Memakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat berpengaruh terhadap dengan perkembangan teknologi.

- sering menggunakan teknologi sms dan email

Media Tiktok

Perkembangan teknologi pada era modern ini tidaklah mengherankan jika masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan teknologi dan informasi yang mengalami kemajuan pesat hingga saat ini. (Unsrat, 2022). Apalagi dengan keberadaan generasi milenial atau yang biasa disebut generasi Z, mereka berkembang dengan bersamaan teknologi juga semakin canggih. Mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan sebaik mungkin dan ikut serta dalam perkembangan teknologi.

TikTok merupakan platform media sosial yang menawarkan penggunanya kemampuan untuk membuat video pendek berdurasi hingga tiga menit dengan dukungan musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. (Serunai, 2023)

TikTok sangat memfasilitasi para penggunanya untuk menjadi lebih

kreatif serta menjadi lebih berkembang dengan hanya melalui usaha membuat video pendek berdurasi kisaran satu menit hingga tiga menit. Dimana setiap penggunaanya bebas untuk mengunggah konten tanpa dipungut biaya sekali pun bahkan bila penggunaanya tersebut melakukan promosi terhadap suatu produk. Bahkan sekarang platform ini menyediakan jasa layanan berjualan.

Diberanda tiktok atau yang biasa dipanggil FYP (For Your Personal) akan selalu memunculkan video yang hanya kemungkinan kita sukai, seakan-akan bahwa setiap pemikiran kita seperti dibaca oleh tiktok.

Tujuan karya tulis ilmiah ini adalah (1) Mendalami efektivitas metode dakwah Islam melalui platform TikTok pada generasi Z. Analisis ini akan difokuskan pada respon, partisipasi, dampak terhadap pemahamanWalahh, serta penerimaan nilai-nilai Islam di kalangan gen Z. (2) Mengetahui pemahaman yang mendalam mengenai potensi platform digital dalam menyebarkan dakwah Islam. (3) Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan keberhasilan metode dakwah ini di era digital yang dipenuhi

oleh pengguna TikTok dari kalangan generasi Z.

B. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode perhitungan kualitatif. Dan cara pengumpulan datanya melewati metode observasi pada aplikasi TikTok, mendata ulang, serta melakukan wawancara secara tidak dengan menggunakan aplikasi Google Form. Subjek penelitian ini adalah pengguna TikTok Gen Z berasal dari Surabaya sebagai responden. Alasan kita menggunakan gen Z asal Surabaya, Karena gen Z di surabaya terdapat kalangan rentang usia yang sudah memulai karirnya atau yang masih baru belajar untuk memulai karirnya. Contoh kalangan yang belum bekerja adalah mahasiswa, dan contoh gen Z yang sudah bekerja adalah karyawan. Pendekatan dengan metode kualitatif adalah pendekatan yang berfokus pada perolehan pemahaman secara rinci mengenai topik yang akan dibahas. Data penelitian ini berupa persentase dan tulisan. Persentase tersebut diambil dengan menggunakan kuesioner yang telah disebarkan kepada sumber data, sedangkan data tertulis berupa

pendapat informasi dan nama akun TikTok yang membahas mengenai dakwah. Selain itu, kami mendistribusikan Google Formulir kepada Gen Z yang berusia 17-25 tahun dan melakukan wawancara tertulis, serta menganalisis data yang dikumpulkan.

Data yang kita gunakan Ada 2 sumber yaitu platform TikTok dan google form yang kita sebar. TikTok adalah platform media social. Sedangkan, google form yang kita sebar dapat digunakan sebagai alternative dalam penyimpulan data. Sumber data yang kita gunakan berasal dari beberapa akun TikTok yang terdapat video bertemakan dakwah Islam dan merujuk pada kalangan generasi Z. Adapun beberapa akun yang membahas mengenai dakwah Islam di platform TikTok pada kalangan generasi Z diantaranya, okisetiawan_ official, sabilu taubah, hiyung agam, husain jafar, dan kadam sidik. Teknik pengumpulan data yang kita gunakan adalah penyebaran google form terhadap kalangan generasi Z dengan menjawab beberapa pertanyaan yang disediakan. Pertanyaan tersebut dapat disimpulkan dan di gunakan dalam pengumpulan hasil dari

pembahasan mengenai Analisis Mengenai Metode Dakwah Islami Melalui Platform Tiktok Kalangan Generasi Z.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Akun tiktok yang memiliki konten dakwa

Akun tiktok **@okisetianadewi_official** memiliki jumlah pengikut di tiktok nya yang bisa dibilang lumayan besar, yaitu lebih dari dua juta followers di akun tiktok nya. Yang dapat dipahami di dalam akun tersebut yaitu terdapat unsur-unsur mengenai Syariat-syariat islam dan mengajarkan kebaikan. Akun tiktok **@okisetianadewi_official** juga memiliki ciri khas dalam penyampaian yaitu dengan cara sederhana dan lugas dalam perkataan, Mengaitkan dengan contoh nyata ketika dia mengaitkan pesan dakwah dengan contoh kehidupan sehari-hari. Beliau merupakan seorang yang rendah hati. Bahkan beliau juga pada saat dakwah dan memberikan contoh menggunakan bahasa Indonesia yang merupakan bahasa gaul atau bahasa yang banyak di gunakan anak-anak sekarang. Hal tersebut juga mempermudah konten dan pembahasan konten tersebut dengan

menjangkau kalangan generasi Z. Contoh pada vt tiktok yang di unggah oleh **@okisetianadewi_official** dia menjelaskan “Harta yang telah kau keluarkan karena membantu hamba allah tidak sirna maka itu akan lah jadi penolong mu di kedepannya,” Beliau akan bercerita tentang Rasulluah SAW mendengarkan Sya’ban sering kali berjalan kaki untuk menuju ke masjid , bahkan itu jarak yang sangat jauh. Kemudian Sya’ban selalu membawa bekal ketika menuju masjid ditengah perjalanan di situ pun ada seorang pengemis Maka sya’ban Membagi bekal tersebut menjadi 2 bagian yaitu untuk dirinya dan untuk orang pengemis tersebut, dan di akhir vt TikTok: **@okisetianadewi_official** menjelaskan bahwa “untuk tidak berpikir banyak atau kikir dalam bersedekah.” Hal tersebut menunjukkan bahwa **@okisetianadewi_official** menyebarkan dan belajar Ikhlas ketika bersedekah tanpa mengharapkan untuk di beri bayaran atau imbalan.

Sabilu Taubah adalah nama sebuah Majelis Ta'lim yang didirikan oleh salah satu kyai muda terkenal yang bernama Gus Iqdam. Beliau mendirikan sebuah majelis ta'lim ini sejak tahun 2018 di Pondok

Pesantren Mambaul Hikam II. Proses taubat melibatkan penyesalan atas dosa, niat untuk tidak mengulangi kesalahan, dan tekad untuk memperbaiki diri.

Melalui platform yang diunggah di media sosial Tiktok nya @sabilutaubah, Gus Iqdam melaksanakan pengajian rutin setiap hari Senin dan Kamis malam. Ribuan jamaah selalu hadir di Majelis ini mengingat sosok Gus Iqdam sebagai Kyai muda yang sangat digemari dan dicintai. Gus Iqdam menyampaikan bila jama'ah yang datang ke pengajian Sabilu Taubah adalah Generasi Z yang bermasalah.

Pada salah satu video yang di unggah oleh akun Tiktok @sabiluh_taubah di salah satu pengajian tepatnya di Yogyakarta. Beliau berpesan bahwa sebagai generasi muda jangan mudah terlena terhadap perubahan yang ada. Kita hanya perlu bersyukur dan berusaha untuk menjadi yang lebih baik di setiap hari.

Banyak jama'ah yang termotivasi dalam Majelis Sabilu Taubah sejak viralnya konten-konten dari petikan isi pengajian Gus Iqdam di Media Sosial Tiktok.

Muhammad Agam Fachrul merupakan pemilik akun Tiktok @hiyung_agam yang berasal dari Cimahi. Konten khotbah Ustadz Agam Fachrul cenderung banyak menarik perhatian kalangan milenial. Tak heran, sebagian besar penggemarnya adalah remaja berusia antara 17 hingga 25 tahun. Isinya menarik dan seimbang dengan gaya yang enak didengar dan mudah dipahami, sehingga memudahkan penonton memahami apa yang ingin disampaikan. Materi yang disampaikan selalu diiringi khotbah yang dapat dijadikan landasan kokoh dan pembelajaran.

Husein Dja'far merupakan akun Tiktok dari Habib Jafar dengan 2,7 juta pengikut. Beliau karap membagikan konten konten lucu dan juga beberapa potongan dakwahnya. Pada platform Tiktok Habib Jafar menggunakan media itu sebagai promosi dari beberapa akun platform lainnya. Beliau membagi kan potongan YouTube nya untuk dipromosikan melalui Tiktok. Konten yang mereka sajikan, Konten Comedy dengan dengan pesan dakwah tersirat.

Habib Jafar dinilai memiliki metode dakwah yang unik

dikarenakan beliau benar-benar menyesuaikan apa yang dibutuhkan Gen Z. Habib Jafar berdakwah tidak menggunakan jubah dan lain lain layaknya seorang Habib beliau selalu mengenakan pakaian *cesual* untuk menyesuaikan siapa orang yang diajak bertemu. Habib Jafar juga membagi kan beberapa konten dakwahnya di TikTok.

Akun tiktok **@kadamsidik00** memiliki jumlah pengikut yang bisa dibbilang banyak, yaitu kurang lebih enam juta followers. Yang dapat diketahui dalam akun tersebut terdapat unsur-unsur mengenai syariat-syariat islam. Akun tiktok tersebut dikenal oleh hampir setengahnya termasuk kalangan Gen Z.

Kadam Sidik mampu menyesuaikan diri dengan bahasa mayoritas bahasa Indonesia walaupun dengan sedikit memiliki cengkok khas Madura. Tetapi bahasa Indonesia yang digunakan merupakan bahasa yang banyak digunakan oleh anak sekarang. Hal itu memudahkan konten tersebut menjangkau kalangan Generasi Z. Dan karena menggunakan bahasa gaul konten tersebut dapat mudah dipahami oleh gen Z. Contoh bahasa yang

digunakan Kadam Sidik, 'Ada orang yang awalnya ibadahnya biasa-biasa saja, kemudian dia masuk masjid. Melihat banyak orang, lah banyak orang ya sudah saya harus kencengin ibadah saya. Apakah itu judge sebagai orang riya?' Perkataan tersebut merupakan pembukaan dalam salah satu video dakwa onlinenya. Yang dimana menjelaskan hukum orang yang menjadi semangat beribadah hanya jika terdapat banyak orang. Kadam Sidik didetik berikutnya menjelaskan mengenai hadits terkait hukum orang tersebut. Hadits terdapat pada gambar 1.



Gambar 1. Contoh Hadist

Selain itu Kadam Sidik juga sering kali menjawab pertanyaan yang terdapat di kolom komentar videonya. Cara menjawabnya pun dengan berbagai macam cara. Bisa dengan

menggunakan video atau dibalas menggunakan komentar juga.

2. Konten dakwa yang digunakan di plat from TikTok

Konten TikTok adalah informasi, gambar, video, atau teks yang disusun secara kreatif dan menarik untuk menyampaikan pesan Dakwah. Fitur TikTok mencakup durasi video pendek, fitur pengeditan kreatif, dan kemampuan untuk berbagi konten dengan cepat.

Konten dakwah di TikTok diadaptasi dengan format dan gaya yang menarik bagi generasi muda TikTok, khususnya Gen Z. Dalam konteks ini, dakwah online tidak terbatas pada aspek keagamaan saja, namun juga mencakup nilai-nilai moral dan etika universal dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan definisi di atas dalam kita buktikan bahwa apakah benar bahwa banyak konten dakwah yang sampai pada Generasi Z. Melalui survei google form, sebagai berikut.



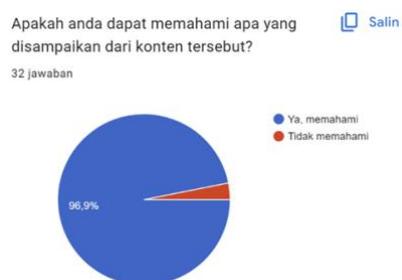
Gambar 2. Pertanyaan Gfrom 1

Berdasarkan gambar 2 terdapat 32 orang menjawab pernah menemukan konten dakwa di platfrom tiktok. Hampir seluruh Generasi Z pernah meliahat konten tersebut lewat di beranda *fyp*. Seiring waktu bila konten tersebut pernah muncul maka akan mucul terus.



Gambar 3. Pertanyaan Gfrom 2

Pada gambar 3, 12,5% hanya melihat melihat sekilas kemudian dilewati. Sedangkan 87,5% responden melihat konten hingga akhir. Banyak mendengarkan konten dakwa hingga akhir.



Gambar 4. Pertanyaan Gfrom 2

Dalam gambar tersebut hampir seluruh reponden dapat memahami apa yang disampaikan dalam konten akun media sosial tersebut walaupun ada 4 orang hingga selesai. Hal ini dikarenakan dari banyaknya konten

dakwa hanya menyampaikan satu pesan dalam setiap videonya.

Dakwah di media sosial sering membawa pengaruh positif bagi kehidupan. Selain memberikan dampak positif dapat juga memberikan dampak negatifnya, seperti yang ada dipenjelasan berikut.

A) Dampak Positif

a) Menumbuhkan rasa keimanan terhadap Allah SWT

Dakwah dalam agama Islam pada hakekatnya sangat membantu dalam menumbuhkan dan memperkuat iman dari seseorang. Media tiktok dapat memotivasi para gen z yang melihat konten dakwa. Melalui dakwah, orang didorong untuk meningkatkan kualitas kehidupan spiritual dan moral mereka, yang menghasilkan masyarakat yang lebih bertanggung jawab, jujur, dan berempati.

b) Sebagai pengingat dalam melakukan kegiatan

Pada era globalisasi ini membuat banyak sekali tren yang populer di masyarakat. Saat ini banyak anak muda muslim yang tidak mengenakan pakaian sesuai dengan syariat Islam. Di TikTok seolah hal tersebut di normalisasikan, bahkan banyak perempuan muslim yang berhijab tapi

masih mengeluarkan rambutnya dengan dalih fashion. Adanya konten ceramah memungkinkan mereka untuk menjadi pengingat bahwa mereka adalah seorang muslim. Potongan dakwah yang mereka lihat dapat menjadi sebuah pengingat juga untuk tidak melakukan suatu kegiatan yang tercela.

c) Menjadikan kajian sebagai tren terkini

Tidak hanya di Instagram, perbandingan dan persaingan antar platform akun tiktok lebih cenderung memunculkan trend dan tantangan. Hal ini dapat mengarah pada pembuatan konten yang lebih menarik untuk mendapatkan perhatian, untuk membuat konten dakwah agar generasi Z sekarang dapat memahami agama.

d) Memperluas wawasan

Menambah wawasan bagi kalangan luas mengenai pemahaman agama khususnya pada generasi Z. Pemahaman agama tidak hanya mengenai hal-hal yang diwajibkan tetapi juga mengenai syariat-syariat Islam yang biasanya hanya didapatkan bila seseorang mengikuti kajian.

e) Memiliki akhlaq dalam bersosial media.

Hendaknya seorang muslim berinteraksi dengan orang lain dengan penuh hormat, menjaga kejujuran dalam segala ekspresi dan menghindari fitnah dan perkataan yang dapat menyakiti perasaan orang lain. Selain itu, penting untuk menghormati perbedaan pendapat dan keyakinan.

B) Dampak Negatif

a) Terjadi salah pemahaman

Pada beberapa konten dakwah yang ada beberapa konten terbukti tidak teliti atau kurang mendalam dalam penyajian informasi yang dapat menyebabkan penyebaran pemahaman agama yang tidak akurat. Ini dapat membingungkan atau menyesatkan para penggunanya.

b) Hanya mau mendengar bagian yang mendukung kita

Dengan adanya fitur *fyp* yang muncul sesuai dengan yang kita minati. Mereka beranggapa kesalahan yang diperbuat merupakan kebenaran karena mereka pernah menemukan potongan ayat yang mendukung kesalahannya. Contohnya beberapa konten dakwah hanya memberikan potongan ayat yang mendukung jika kita makan bekas teman kita maka akan mendapatkan pahala. Tanpa

memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai potongan ayat tersebut secara lengkap.

c) Terdapat konten belum tentu sesuai dengan ajaran

Konten dakwah negatif di TikTok dapat menimbulkan pemahaman agama yang keliru atau ekstrem. Gen Z cenderung mengonsumsi konten digital dalam jumlah besar, sehingga rentan terhadap informasi yang belum terverifikasi. Paparan konten yang menampilkan pandangan sempit atau ekstremis terhadap agama dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman seseorang terhadap nilai-nilai agama yang sebenarnya.

d) Menimbulkan perpecahan

Dakwah negatif bisa menjadi pintu gerbang radikalisme dan ekstremisme bagi Gen Z. Ketika konten menyebarkan pesan-pesan yang menyebarkan kebencian terhadap kelompok tertentu atau mendorong tindakan kekerasan sebagai bentuk ekspresi keagamaan, beberapa anggota Gen Z berisiko terpengaruh dan terseret ke dalam aktivisme.

e) Makna yang disampaikan kurang efektif.

Konten dakwah negatif di TikTok berdampak signifikan terhadap Gen Z, mulai dari kesalahpahaman tentang

agama hingga penyampaian menjadi kurang efektif.

D. Kesimpulan

Akun tiktok yang memiliki konten dakwah yaitu @okisetianadewi_official, @sabilu taubah, @hiyung agam, @husien jafar, dan @kadamsidik. (2) Berdasarkan survei kalangan Gen Z mendapatkan konten dakwa dan ada yang mendengarkan hingga akhir atau hanya mendengarkan setengahnya saja karena menganggap sudah memahami inti dari dakwah tersebut. (3) Pada penjelasan di atas dapat dilihat bahwa penyebaran konten melalui media sosial tiktok dapat memberikan dampak positif yang besar bagi kalangan anak muda akan tetapi tidak semua yang hal tersebut menjadi positif dikarenakan konten tersebut konten dakwah. Akan tetapi konten tersebut menjadi berdampak negatif bila disampaikan dengan cara yang tidak benar atau tidak memiliki sumber yang jelas.

Sebaiknya sebagai pendakwah atau oknum yang ini membagikan tentang ajaran agama islam sebaiknya disampaikan secara lengkap dan jelas bagaimana yang di maksud oleh ayat tersebut dan

sebagai pendengar kita harus selektif untuk memastikan sumber yang kita gunakan terpercaya. Serta kita dapat menjaga sikap bila kita bersosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Izwah Saudi. 2010. Penerimaan Remaja Terhadap Unsur-Unsur Dakwah Dalam Drama Di TV1. Tesis Sarjana, Jabatan Dakwah dan Kepimpinan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Najidah Zakariya & Abu Dardaa Mohamad. 2013. Media Sebagai Wasilah Dakwah. Vol 5: Al-Hikmah, Jilid 5 (2013). (3-4).
- Kristina. 2021. Pengertian Dakwah Menurut Bahasa dan Istilah. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5599206/pengertian-dakwah-menurut-bahasa-dan-istilah>. Diakses tanggal 25 Februari 2024.
- Iain kediri. 2011. Pengertian Dakwah islam. <https://etheses.iainkediri.ac.id/155/3/7.%20BAB%20II.pdf>. (1-5).
- Maheswari Dian P., Nadiyah Myrilla, & Briyan J. S., Damara A. H., Erisa D., Favian F., Ivama A., Endang S.. 2023. Penggunaan Bahasa Tabu Oleh Generasi Z Kota Surabaya Di Media Sosial Tiktok. (4-5)
- Kyrie E., Meity Dina., & Leviane J.. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa.

- Diakses pada tanggal 25 Februari 2024
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(2), 70–80.
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publication, Inc. (1).
- Budiati, I. D. (2018). *Profil Generasi Milenial*. (1).
- Naldo, & Satria, H. W. (2018). Studi Observasi terhadap Penggunaan Aplikasi LINE oleh Generasi Millenial. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(1), juli-desember (1).
- Sarah Zeva, Inayatul Rizqiana, Dewi Novitasari, Fatrilia Rasyi Radita. 2023. *Moralitas Generasi Z di Media Sosial: Sebuah Esai*. (1)
- Nurul Rahmadani, Masitah Handayani, Rohminatin, Pristiya Nilicia Putri. *Pemanfaatan E-Commerce bagi Generasi Milenial*.
- Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, Elva Ronaning Roem. *Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital*.
- Dianisa Wahyuni, Yayang Furi Furnamasari, Dinie Anggraeni Dewi. *Penerapan Nilai-Nilai Pancasila dalam kehidupan Generasi “Z” di Era Globalisasi*.
- Yusti Amelia Sundawa & Wulan Trigartanti. *Fenomena Content Creator di Era Digital*.
- Zulkarnaini. 2015. *Dakwah Islam Di Era Modern*.
- Nabiila Setiawan & Muhammad Fauzi Arif. 2023. *Pengaruh Video Dakwah pada Akun TikTok @Faizinaufal terhadap Kesadaran Followers*.
- Mudofir, Syamsul Bakri, & Ahmad Saifuddin. 2021. *Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern*.
- Nafis Putri, Sakinatul Hayati, Raudhatul, & Siti M. 2022. *Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyasman00*.
- Firman Ali. 2023. *Analisis atas Nilai Amar Ma’ruf Nahi Munkar dalam Konten Video Tiktok (VT) Dakwah Muezza*.
- Muhamad Parhan, Aulia Khaerunnisa, Muhammad Syamsudin U., & Syifa Hanifa. 2022. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI*.