

**ANALISIS PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI PADA MAHASISWA IAIN MANADO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program
Studi Manajemen Dakwah pada IAIN Manado



Oleh

Muhammad Zidane Kendju

NIM: 1835003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1444 H/2022 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang betanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Muhammad Zidane Kendju

NIM : 1835003

Program Studi : Manajemen Dakwah

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 14 Oktober 2022

Saya yang menyatakan,



Muhammad Zidane Kendju

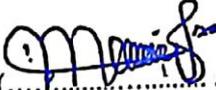
NIM: 1835003

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa IAIN Manado)" yang ditulis oleh Muhammad Zidane Kendju ini telah diuji dalam Ujian Skripsi pada tanggal 18 Oktober 2022.

KETUA/PENGUJI I:

Dr. Mastang Ambo Baba, M.Ag


(.....)

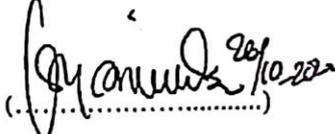
SEKRETARIS/PENGUJI II:

Syarifudin, M.Ag


(.....)

PEMBIMBING I/PENGUJI:

Dr. Shinta Nento, M.Pd


(.....)

PEMBIMBING II/PENGUJI:

Aris Soleman, M.Psi


(.....)

Manado, 18 Oktober 2022

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab
dan Dakwah IAIN Manado.


Dr. Edi Cunawan, M.HI

NIP: 198407122009011013

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt. karena atas karunia, hidayah serta nikmat-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa IAIN Manado)” ini berhasil diselesaikan. Tidak lupa shalawat dan salam kita haturkan kepada suri tauladan kita yakni Nabi Muhammad saw. yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang akan ilmu pengetahuan seperti dewasa ini.

Penelitian mengenai Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah ini peneliti lakukan secara maksimal dengan harapan dapat bermanfaat, tidak hanya bagi peneliti saja, tetapi juga memberikan manfaat positif terhadap pihak lainnya, secara khusus terhadap mahasiswa. Mengingat keterbatasan yang ada pada peneliti sebagai manusia biasa, sehingga masih ditemukan kekurangan bahkan kesalahan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, peneliti bersikap terbuka atas kritikan dan saran-saran dari semua pihak agar nantinya skripsi ini bisa lebih baik.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Orang tua penulis, Djoni Kendju dan Djulpin Pua, S.Ag yang merupakan motivator paling pertama dan selalu ada untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Delmus Puneri Salim, M.Res., Ph.D. selaku Rektor IAIN Manado beserta jajaran civitas rektorat.
3. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Dr. Edi Gunawan, M.HI., beserta jajarannya.
4. Pembimbing I dan II, Dr. Shinta Nento, M.Pd. dan Aris Soleman, M.Psi., yang telah banyak memberikan bantuan pengetahuan, bimbingan, arahan serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Penguji I dan II, Dr. Mastang Ambo Baba, M.Ag. dan Syarifudin, M.Ag. karena berkat ketelitian, kritikan serta arahan untuk skripsi ini sehingga jadi lebih baik.

6. Pembimbing Akademik penulis, Sulfa Potiua, M.Pd.I. yang telah memberikan nasihat dan arahan mulai dari awal perkuliahan hingga sampai tahap penyelesaian skripsi.
7. Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, Dr. Mustafa, S.Ag. M.PdI. dan Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah, Yuliana Jamaluddin, M.Ag., yang selalu memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen tenaga pendidik dan kependidikan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Manado yang telah banyak membantu penulis dalam berbagai pengurusan dan penyelesaian administrasi.
9. Guru penulis terkasih, Ustadz Faisal Abdi Sabaya, M.Pd. yang selalu memberikan arahan, hikmah, motivasi spiritual serta bantuan baik secara materil maupun moril, penulis mengucapkan banyak terima kasih.
10. Saudara/i pengurus Ikatan Pemuda Remaja Assalam (IPRA) Manado yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan bantuan baik secara materil maupun moril.
11. Ketua Unit Dewan Kerja IPRA Manado, Baso Agung Manggaberani, S.H., Koordinator Bidang Pengkaderan, Shafwan Syah Lausu, S.H. yang senantiasa menjadi motivator, pendukung dan membantu penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Para Kanda/Yunda/Adinda serta kader-kader Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Manado Komisariat IAIN yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
13. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
14. Teman-teman Program Studi Manajemen Dakwah, baik yang seangkatan maupun tidak. Semoga teman-teman bisa sama-sama menjadi pelopor dakwah Islam ke depan nanti.
15. Fadel Rachman, Amd.AB dan Supardy Polapa, A.M.K.L yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

16. Para informan yang membantu menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya, penulis bertawakal kepada Allah Swt. dan bermohon untuk membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah senantiasa mempermudah langkah kita dalam berkarya dan melakukan hal yang bermanfaat. Aamiin.

Manado, 14 Oktober 2022

Penulis,



Muhammad. Zidane Kendju

NIM: 1835003

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Konseptual.....	10
F. Penelitian Terdahulu	12
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	15
A. Media Sosial	15
B. Aplikasi Tiktok	21
C. Teori Dakwah	23
D. Pendekatan <i>Uses and Gratification</i>	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
C. Sumber Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data	45
F. Validitas Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47

	A. Gambaran Umum.....	47
	B. Analisis Pemanfaatan Tiktok Pada Mahasiswa IAIN Manado...	54
BAB V	PENUTUP.....	65
	A. Kesimpulan.....	65
	B. Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	70
	IDENTITAS PENULIS	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1	Jumlah Mahasiswa Per Prodi	52
Tabel 4.2	Jumlah Mahasiswa Fakultas dan Pascasarjana.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Pengumpulan Data.....	71
Lampiran 2	Verbatim Wawancara.....	74
Lampiran 3	Dokumentasi.....	85
Lampiran 4	Permohonan Izin Penelitian.....	88

ABSTRAK

Nama : Muhammad Zidane Kendju
NIM : 1835003
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa IAIN Manado)

Tulisan ini mengkaji mengenai analisis pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah (studi pada mahasiswa IAIN Manado). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan bentuk pemanfaatan Tiktok pada umumnya dan bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan yang bermaksud memahami fakta yang ada pada objek penelitian dengan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa media Tiktok pada umumnya secara intens dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai sarana hiburan, informasi, dan media edukasi. Adapun secara spesifik, pemanfaatan Tiktok untuk edukasi dalam konteks penanaman nilai keislaman melalui konten-konten dakwah cukup intens dimanfaatkan oleh mahasiswa IAIN Manado. Tiktok dipandang efektif sebagai media dakwah apabila dimanfaatkan secara kontinyu dan efisien sebagai media dakwah karena cukup mudah diakses oleh mahasiswa selama konten tersebut tidak lepas dari konteks ajaran Agama Islam.

Kata Kunci: *Analisis Pemanfaatan, Tiktok, Dakwah.*

ABSTRACT

Name : Muhammad Zidane Kendju
Student Number : 1835003
Faculty : Usuluddin Adab and Da'wah
Study Program : Da'wah Management
Title : Analysis of the Use of Tiktok as a Da'wah Media
(Study on Students of IAIN Manado)

This paper examines the analysis of the use of Tiktok as a da'wah medium (study on IAIN Manado students). The purpose of this study was to determine, analyze, and describe the forms of use of Tiktok in general and the forms of use of Tiktok as a medium of da'wah to IAIN Manado students. This is a type of field research that intends to understand the facts that exist in the object of research with a descriptive-qualitative approach. Data are collected through the form of observation, interviews, and documentation. The data obtained were then analyzed qualitatively through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The study discovers that Tiktok media in general is intensively used by students as a means of entertainment, information, and educational media. Specifically, the use of Tiktok for education in the context of embedding Islamic values through da'wah content is quite intensively utilized by IAIN Manado students. Tiktok is seen as effective as a da'wah medium if it is used continuously and efficiently since it is quite accessible to students as long as the content cannot be separated from the context of Islamic teachings.

Keywords: *Utilization Analysis, Tiktok, Da'wah.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang mengajarkan kepada setiap pemeluknya untuk tunduk patuh dan berserah diri kepada Allah swt., agar hidup dalam keselamatan dan ridho-Nya, serta saling memberikan wasiat dan nasihat agar tetap berada dalam jalan keselamatan tersebut. Dakwah merupakan amanah yang diemban oleh kaum muslimin, baik bagi sesamanya maupun dengan non-muslim. Adapun amanah ini tercantum dalam al-Qur'an surah Ali 'Imran ayat 104. Ayat tersebut menggambarkan keadaan dimana adanya perintah kepada golongan kaum muslimin yang saling mendakwahkan dalam kebaikan, yang tidak lain perilaku tersebut karena keselamatan dan perintah dakwah itu sendiri. Dalam ayat itu terkandung istilah *amr ma'ruf nahi munkar* yang mengandung arti memerintahkan pada hal baik dan mencegah dari yang mungkar, terdapat relasi antara dakwah dengan istilah tersebut.

Maka dari itu, apapun profesi atau aktivitas yang ditekuni seorang muslim, mengajak atau memerintahkan pada kebaikan dan mencegah kemungkaran tidak boleh dinafikan dalam kehidupannya. Awalnya dakwah menjadi tugas para nabi, sejak Nabi Adam as., sampai Nabi Muhammad saw. Salah satu sifat dari Nabi Muhammad ialah *tabligh* yakni menyampaikan nilai-nilai Islam untuk umat manusia.¹ Bukan hanya para nabi yang mengemban tugas dakwah, bahkan para sahabat Nabi Muhammad saw., kemudian khalifah dinasti seperti Umar bin Abdul Aziz. Sampai akhir zaman pun kewajiban itu diteruskan oleh setiap muslimin. Mengenai kewajiban kewajiban berdakwah, sebagaimana pendapat dari Buya Hamka dalam mengutip beberapa dalil al-Qur'an, salah satunya surah an-Nahl ayat 125:²

¹H. Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 69.

²Abdullah, 70.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahannya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl ayat: 125).

Berdasarkan ayat di atas, bagi Buya Hamka hukum berdakwah adalah wajib dan kewajiban itu tertuju kepada setiap umat muslim secara menyeluruh, sesuai dengan bidang dan kompetensinya masing-masing. Hanya saja, bagi Buya Hamka, kewajiban itu terbagi dua, yakni *fardhu ‘ain* dan *fardhu kifayah*, yang pertama kewajiban terhadap keluarga dan kedua disaat kemungkaran merajalela.³ Hal ini mengindikasikan betapa pentingnya untuk tetap menyiarkan ajaran agama Islam dengan jalan dakwah agar visi mengenai Islam *rahmatan lil ‘alamin* dapat terwujud.

Perintah dakwah dalam surah an-Nahl ayat 125 di atas, bersifat metodelis, sehingga dakwah perlu dilaksanakan secara sistematis. Sementara dalam surah Ali ‘Imran lebih menekankan untuk memerintahkan kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Perintah dakwah juga terdapat dalam hadis Nabi Muhammad saw. Salah satunya ialah hadis yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari (194- 256 H) dalam kitab *Shahih al-Bukhari* yakni:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَحْيَى. حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَسْفَ عَنْ ابْنِ ثَوْبَانَ هُوَ عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ ثَابِتِ بْنِ ثَوْبَانَ عَنْ حَسَّانِ بْنِ عَطِيَّةَ عَنْ أَبِي كَبْشَةَ السَّلُولِيِّ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: بَلَّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Terjemahannya: “Diriwayatkan oleh Muhammad bin Yahya. Telah menyampaikan kepada kami Muhammad bin Yusuf dari Ibnu Tsauban, bahwa Abdurrahman bin Tsabit bin Tsauban, dari Hassan bin ‘Athiyyah, dari Abi Kabsyah as-Saluliy dari Abdullah bin ‘Amr, dan dia berkata:

³Abdullah, 71-72.

Rasulullah Saw. berkata: Sampaikanlah dariku walau satu ayat..” (H.R. al-Bukhari)⁴.

Dari sini penulis berasumsi bahwa aktivitas mengajak manusia ke jalan Tuhan tidak cukup hanya dengan kesadaran belaka, tetapi harus dilakukan secara sistematis, edukatif dengan mengembangkan kualitas dari pendakwah tersebut.

Bagaimanapun dai dalam penerapan dakwah juga mempunyai tujuan utama untuk mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat dengan ridha Allah saw., yakni berdasarkan proporsionalitas bidangnya masing-masing ini sebagaimana dicontohkan oleh para nabi terdahulu hingga para sahabat. Nabi Muhammad saw., di sisi lain sebagai seorang dai dapat pula disebut sebagai pendidik, hal ini berdasarkan cara beliau mendidik para sahabat dan juga keluarganya dalam memeluk agama Islam.

Secara konseptual, antara pendidikan dan dakwah tak bisa dipisahkan karena pada intinya penanaman nilai melalui proses pendidikan dapat menyiapkan atau membikin manusia untuk siap dan mapan baik secara fisik, mental maupun akal sehatnya dalam memasuki periodisasi produktivitas untuk berdakwah. Kualitas dakwah yang baik dapat terwujud apabila dai tersebut melewati proses garapan melalui pendidikan.

Jika kita melihat konteks kebutuhan hari ini, dakwah tidak saja hanya bergelut dalam metode ceramah persuasif mimbar ke mimbar, menggunakan tulisan (*da'wah bil-kitab*) dan sebagainya. Namun seiring dengan berkembangnya zaman, metode-metode dakwah mulai teramplifikasi dan lebih menyesuaikan dengan kebutuhan *mad'u* atau objek dakwah yang tidak lain adalah masyarakat secara umum.

Mengingat kegiatan dakwah merupakan pekerjaan berat, penting juga mulia, maka seorang dai merupakan manusia pilihan yang memiliki integritas, kualitas dan profesionalitas serta dapat menjadi *problem solver* atas problematika

⁴Yunal Isra, dkk., *Bijak Dalam Penggunaan Media Sosial*, (Tangerang Selatan: t.p, t. th), 14.

umat apalagi pada zaman modern saat ini yang juga dikenal dengan era globalisasi dan revolusi industri, dimana teknologi sangat marak perkembangannya.

Oleh sebab itu dai haruslah memiliki kompetensi yang sekurang-kurangnya mencakup kompetensi substantif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substantif dai dapat dikatakan sebagai syarat minimal yang mestinya harus dimiliki, hal itu mencakup aspek pemahaman, pengetahuan, penghayatan, perilaku dan keterampilan dalam berdakwah. Adapun kompetensi metodologis menekankan pada kemampuan praktis yang harus dimiliki seorang dai dalam operasional dakwah atau dalam pelaksanaannya. Secara lebih tegas dan sederhana kompetensi metodologis lebih terfokus pada tingkat profesionalisme dai.⁵

Dalam praktiknya, dai harus menetapkan pendekatan metode yang kompatibel untuk digunakan dalam mendakwahkan ajaran-ajaran Islam. Adapun dalam penerapan dan pengembangan metode dakwah tak terlepas dengan media dakwah.

Dalam bukunya H. Abdullah, Ilmu Dakwah, Beliau menyinggung bahwa, “media dipahami selama ini adalah media yang merupakan hasil temuan dan ciptaan manusia, seperti mesin cetak, radio, telepon, televisi, dan komputer. Sehingga banyak para sarjana yang melupakan bahwa manusia merupakan saluran komunikasi yang paling asasi dan utama bagi komunikasi manusia”.⁶ Dengan demikian, ihwal dinamisme dakwah dengan aspek media tidak dapat dipisahkan dengan objek dakwah itu sendiri sebagai sarana komunikasi dan penyaluran isi atau pesan dakwah.

Media dakwah dipilih dan digunakan untuk tujuan menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah, untuk itu harus terlebih dahulu melihat kondisi masyarakatnya terkait dengan pemilihan media yang sesuai untuk memudahkan penyampaian pesan-pesan dakwah. Kegiatan dakwah di negara-negara berkembang seperti halnya Indonesia pada umumnya menggunakan dua sistem saluran komunikasi dominan, yaitu sistem media massa modern dan sistem

⁵H. Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, 87.

⁶Abdullah, 142.

komunikasi tradisional. Kedua saluran komunikasi tersebut digunakan sesuai dengan keadaan masyarakat atau *mad'u*.⁷

Kecenderungan masyarakat kontemporer adalah mengonsumsi informasi, berita dan pesan menggunakan *smartphone* melalui jaringan internet yang punya berbagai fitur di dalamnya, para pengembang pun berlomba-lomba dalam menciptakan dan mengembangkan media yang memberi kemudahan untuk berkomunikasi seperti halnya media sosial yang beragam; Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram, dan Tiktok.

Mudahnya mengakses media sosial, membuat masyarakat selalu bisa mencari dan menerima semua berita yang dibutuhkan. Baik peristiwa yang sedang terjadi di sekitar, isu politik, ekonomi, budaya, hingga isu-isu terkait peribadatan dan keagamaan. Peristiwa yang baru terjadi beberapa waktu atau jam yang lalu, atau bahkan beberapa menit yang lalu, seringkali langsung dapat diakses melalui *smartphone* yang dimiliki. Oleh karenanya media sosial menjadi salah satu media untuk dapat berbagi informasi, berdiskusi bahkan berdakwah.

Mengutip dari *andi.link*, bahwa dalam Hootsuite (*We Are Social*): *Indonesian Digital Report 2022*, disebutkan bahwa dari total 277,7 juta penduduk di Indonesia, pengguna internet mencapai 204,7 juta dan 191,4 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Adapun waktu rata-rata setiap hari penduduk Indonesia dalam mengakses internet adalah 8 jam, 36 menit dengan rata-rata setiap hari dalam menggunakan media sosial melalui perangkat apapun sebanyak 3 jam, 17 menit.⁸ Adapun motif atau alasan utama dibalik maraknya penggunaan internet oleh orang Indonesia sebagai berikut:

1. Terdapat 80,1% yang menggunakan internet untuk menemukan informasi;
2. Terdapat 72,9% yang menggunakan internet untuk menemukan ide-ide baru dan inspiratif;

⁷Abdullah, 143.

⁸Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (*We Are Social*): Indonesian Digital Report 2022", Media Elektronik, *andi.link*, [Hootsuite \(We are Social\): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital Yogyakarta.](#)

Data tersebut menunjukkan betapa masyarakat Indonesia begitu gemar dalam mengakses media sosial. Berdasarkan indikasi yang ada, penulis berfokus pada media sosial Tiktok sebagai objek penelitian. Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.¹² Tiktok merupakan media sosial dengan video pendek yang memperlihatkan berbagai kreativitas dari para pembuat konten.

Pada awalnya media sosial Tiktok digunakan oleh pengguna dengan motif untuk mencari hiburan yang menarik. Ada banyak konten-konten lucu dan menarik sebagai penurun angka stres, dengan hanya mengaksesnya melalui *smartphone*. Hal ini telah menjadi kebiasaan masyarakat masa kini. Seiring maraknya penggunaan Tiktok, ternyata tidak hanya menjadi sarana hiburan, akan tetapi telah sekaligus menjadi sarana edukasi dan penyebaran informasi.

Bila diamati secara korelatif, fenomena penggunaan aplikasi Tiktok menjadi sebuah peluang dan manfaat bagi dakwah. Maka di sini Tiktok dipandang bisa menjadi sarana dakwah. Dengan demikian, penting untuk melihat sejauh mana pesan-pesan islami disiarkan atau didakwahkan melalui Tiktok, dan sejauh mana Tiktok dipandang efektif sebagai media dakwah. Mengingat dewasa ini media sosial tersebut tertanam stereotip yang buruk dalam masyarakat pada umumnya karena acapkali media sosial menjadi ajang eksistensial, atau sederhannya hanya sebagai tempat untuk cari perhatian dan mendapatkan popularitas semata.

Kendatipun bermanfaat, Tiktok oleh sebagian orang dianggap lebih banyak hal mudaratnya bahkan lebih jauh. Akan tetapi berdasarkan asumsi penulis bahwa media sosial adalah peluang yang harus dimanfaatkan apalagi untuk kepentingan dakwah, misalnya saling transfer pesan-pesan islami yang mudah dipahami dan dipraktikkan, saling mengingatkan pada yang baik dan menjauhi keburukan serta menghadiri agenda-agenda keagamaan yang islami. Jadi pada dasarnya kemajuan teknologi dalam penerapannya bersifat netral, maka

¹²Dini Dwi Cahyani, "Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial" (Skripsi, Lampung, UIN Raden Intan, 2020), 21.

penggunanyalah yang akan menentukan ke arah mana ia digunakan, apakah pada hal yang baik atau buruk, apakah efektif atau tidak.

Sejauh observasi yang penulis lakukan terhadap media sosial, ada beberapa akun pengguna yang telah menggunakan atau memanfaatkan untuk berdakwah, terdapat nama-nama akun seperti; @basyasman00, @huseinjafar, @dinda_ibrahiim, @iranrizkihaas, @ingat.ingat dan @zonafilsuf. Para dai-daiyah pengguna media sebagai sarana dakwah ini cukup kreatif dalam berdakwah mulai dari berbicara secara lisan, secara gerakan atraktif dengan diselingi materi dakwah, mengambil penggalan video ceramah para dai kondang ataupun ustadz dari media Youtube kemudian dipadukan dalam video pendek hingga video bentuk motivasi dengan ayat al-Qur'an.

Dari konten-konten dakwah tersebutlah sehingga menarik begitu banyak penonton dan antusiasme untuk menyiarkan dakwah Islam. Dalam lingkungan mahasiswa pun, salah satunya kampus dari penulis sendiri yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado terdapat pengguna yang bukan hanya menggunakannya untuk mengakses konten hiburan atau informasi pada umumnya, akan tetapi juga sering memperhatikan konten-konten yang islami dalam menyebarkan, menyiarkan dan mendakwahkan nilai-nilai Islam.

Dengan menganalisis algoritma media sosial secara komparatif, dan mengingat banyaknya konten-konten yang viral dalam media dan bersaing dengan konten-konten dakwah lain pada umumnya, apakah ikhtiar dai dalam memajukan dakwah melalui media tersebut dipandang kompatibel, atau justru sebaliknya dan bahkan terdegradasi? Inovasi dakwah dengan media inilah sebagai alasan penulis dalam meneliti dan mengkaji persoalan penggunaan media. Maka berdasarkan narasi di atas, penulis tertarik untuk meneliti penggunaan, dalam hal ini seperti apa ketertarikan masyarakat melihat dakwah eksis melalui Tiktok sebagai media dakwah. Dengan demikian, selanjutnya penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi pada Mahasiswa IAIN Manado)”**.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan dan bertujuan untuk menjelaskan secara utuh apa saja masalah-masalah yang muncul dalam latar belakang penelitian, supaya penulisan skripsi dan pembahasannya dapat terukur dan terarahkan oleh penulis. Adapun identifikasi dan batasan masalahnya, penulis mengklasifikasikannya dalam beberapa poin sebagai berikut:

1. Bentuk pemanfaatan Tiktok pada mahasiswa IAIN Manado.
2. Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dan juga dengan mengidentifikasi batasan masalah, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan Tiktok pada mahasiswa IAIN Manado?
2. Bagaimana bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk bentuk pemanfaatan Tiktok pada mahasiswa IAIN Manado
- b. Untuk mengetahui bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat secara teoritis maupun praktis dengan uraian sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, bermanfaat dalam perkembangan khazanah ilmu pengetahuan bagi Fakultas dakwah, khususnya yang berkaitan dengan bidang studi media, komunikasi dan dakwah.
- b. Secara praktis, penelitian ini berguna terhadap:

- 1) Akademisi; penelitian ini mempunyai manfaat sebagai penerapan teori-teori yang diperoleh selama proses perkuliahan dan menjadi landasan pengembangan ilmu dakwah;
- 2) Pendakwah/*mubaligh*; penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran ketika berdakwah di media sosial. Dikarenakan dalam prosesnya penulis berfokus pada media dakwah sebagai subjek penelitian, sehingga hasil-hasil penelitian nanti bisa dipertimbangkan, diterapkan dan bahkan dikembangkan oleh para pendakwah atau *mubaligh*.

E. Definisi Konseptual

Penelitian ini akan mengkaji efektivitas media sosial terhadap perkembangan metode dakwah. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Pemanfaatan

Kata “analisis” dalam KBBI dapat diartikan sebagai pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya. Sementara kata “pemanfaatan” suatu proses untuk memanfaatkan sesuatu. Maka analisis pemanfaatan dapat diartikan sebagai proses memecahkan persoalan yang berkaitan dengan proses memanfaatkan sesuatu. Dalam tulisan ini, penulis berupaya menganalisis bentuk-bentuk pemanfaatan Tiktok.

2. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial dapat diartikan sebagai fakta sosial seperti setiap individu yang melakukan aksi, perbuatan, ataupun perilaku dalam lapisan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan

semua perangkat lunak merupakan alat sosial atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.¹³

Maka media sosial merupakan sarana yang mendukung suatu proses komunikasi yang terencana. Dewasa ini media sosial marak dikaitkan dengan komunikasi menggunakan dukungan teknologi, misalnya ponsel pintar atau *smartphone*. Media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan maksud ekspresif dari penyebaran nilai, diskursus, ataupun bentuk propaganda.

3. Tiktok

Aplikasi adalah sebuah jaringan media sosial dan *platform* video musik yang berasal dari Tiongkok, kemudian diluncurkan oleh perusahaan *bytedence* pada September 2016 diciptakan oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini digunakan oleh pengguna untuk mengunggah video mereka sendiri yang kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi lainnya. Aplikasi ini adalah aplikasi musik yang digunakan dengan cara *lip-sync* dengan durasi hanya berkisar 15 detik. Sepanjang *kuartal* pertama (Q1) 2018, mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 485 juta kali.¹⁴

Sejatinya merupakan bagian dari media sosial sebagai sarana komunikasi yang ekspresif dan atraktif. Dalam konteks penelitian ini, dipandang sebagai sarana untuk tercapainya nilai-nilai dakwah. Aplikasi tersebut dapat diunduh melalui *smartphone* dalam *google playstore*.

4. Dakwah

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab yaitu, dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, dan mengajak. Selain itu, juga berarti mengundang, menuntun dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah atau *fi'il*

¹³Nora Usrina, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah" (Skripsi, Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2021), 12.

¹⁴Usrina, 8.

amr yaitu *ud'u* yang berarti ajaklah atau serulah. Secara terminologi, dalam KBBI, dakwah diartikan sebagai penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Adapaun menurut M. Quraish Shihab, "dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau ikhtiar manusia mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat".

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk dijadikan referensi pada penelitian ini. Adapun penelitian ini masih terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu yang diambil, juga tidak ada proses plagiasi, melainkan kodifikasi dan komparasi. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah:

1. Skripsi, oleh Dinda Rizky Hayati yang berjudul "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis", skripsi ini dibuat pada tahun 2021. Peneliti merupakan mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan penggunaan Tiktok sebagai media dakwah Islam, proses pembuatan konten Tiktok sebagai media dakwah Islam pada akun @ikhwanmukhlis_, dan untuk mengetahui cara penentuan tema dakwah di aplikasi Tiktok pada akun @ikhwanmukhlis_. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis isi (*content analysis*), dengan pendekatan metode penelitian kualitatif. Terdapat perbedaan antara penelitian penulis tersebut dengan penelitian ini dari segi tujuan masalah, objek penelitian, lokasi penelitian dan jenis penelitian yang digunakan, yang mana penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun hasil penelitian ini adalah alasan dari Ikhwan Mukhlis memilih Tiktok sebagai media dakwah karena menurutnya lebih mudah sampai kepada target yang dituju dan diterima di kalangan remaja, mengingat bahwa aplikasi Tiktok menjadi salah satu aplikasi favorit saat ini.

2. Skripsi, oleh Yosieana Duli Deslima yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Peneliti merupakan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung. Skripsi ini dibuat pada tahun 2018. Peneliti merupakan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI dan untuk mengetahui mahasiswa KPI mengakses instagram yang berkonten dakwah. Jenis metode penelitian yang dipakai adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Adapun perbedaannya dengan penelitian penulis dari segi objek penelitian, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian. Hasil penelitian adalah, Instagram memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI, terdapat 2 macam bentuk; 1) Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi, 2) Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Kesimpulannya, Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam.
3. Artikel jurnal oleh Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida yang berjudul “Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, jurnal ini dibuat pada tahun 2021 dengan judul *Al-Ittishol*. Tujuan dari penelitian ini terkait bagaimana pemanfaatan sebagai media komunikasi dan sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Perbedaan yang terdapat pada artikel jurnal yakni, dari segi lokasi penelitian, sampel penelitian, dan objek penelitian. Hasil penelitian ini adalah Tiktok memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah bagi Dosen, terdapat 2 macam bentuk pemanfaatan; 1) Pemanfaatan Tiktok sebagai media komunikasi; 2) Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN TERDAHULU	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis, oleh Dinda Rizky Hayati (2021).	Terdapat persamaan dalam objek penelitian mengenai media Tiktok .	Perbedaan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan metode penelitian lapangan, juga dari segi lokasi wilayah penelitian pun berbeda.
2.	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, oleh Yosieana Duli Deslima (2018).	Terdapat persamaan dalam hal penggunaan media sebagai subjek yang diteliti dalam penelitiannya. Juga dari segi metodologi yang digunakan yakni deskriptif-kualitatif.	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah subjek media yang peneliti angkat adalah Tiktok, dan lokasi penelitian
3.	Pemanfaatan Media sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, oleh Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida (2021).	Terdapat persamaan dalam metodologi penelitian yakni peneliti menggunakan penelitian deskriptif-kualitatif, dan juga peneliti mengambil media sosial sebagai subjek kajian.	Perbedaan yang terdapat dalam artikel jurnal tersebut adalah dari segi wilayah lokasi dan sampel.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dapat diartikan sebagai alat (sarana) ataupun perantara seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Sementara sosial, diartikan sebagai hal yang berkenaan dengan masyarakat. Maka media sosial adalah sebuah media dalam jaringan di mana penggunaannya dapat berpartisipasi, berbagi hingga menciptakan sesuatu karya. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang berdasarkan teknologi yang dapat melahirkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*.¹⁵

2. Sejarah Media Sosial

Media sosial bermula pada akhir abad ke-19. Pada awalnya barang tersebut adalah teknologi telegraf yang dikirimkan oleh Samuel Morse pada tahun 1844. Namun, banyak orang berpendapat bahwa telegraf tidak bisa masuk dalam istilah media sosial karena tidak *online*. Sedangkan media sosial itu sendiri dianggap sebagai alat komunikasi yang berbasis internet. Karena itu, pertumbuhan internet pada 1970-an menjadi awal mula dari media sosial. 1978, media sosial pertama tercipta, bentuknya adalah *Bulletin Board System* (BBS), sebuah platform yang mengumumkan pertemuan dan berbagi informasi dengan mengunggahnya di BBS. Ini merupakan suatu penunjang komunitas *virtual* pertama dalam sejarah. Lalu pada 1979 muncul UserNet membuat orang mulai melakukan komunikasi virtual dari artikel, buletin atau *newsgroup online*. Tahun 1995, WWW mulai dimunculkan, masyarakat mulai ingin membuat situs web pribadi masing-masing.¹⁶

¹⁵Wilga Secsio, R. Nunung dan Meilanny, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja", *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016): 50.

¹⁶Dinda Rizky Hayati, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis" (Skripsi, Purwokerto, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021), 27.

3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial dibuat dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi diperantarai oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti *Facebook*, *Twitter* dan lain sebagainya.

b. Informasi (*information*)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah antar pengguna saling membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada lembaga sosial berjejaring.

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di *Facebook*, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

d. Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan

pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.¹⁷

4. Macam-Macam Media Sosial

Klasifikasi media sosial merujuk pada Kaplan dan Haenlein, terdiri dari enam jenis, yakni:

- a. Proyek Kolaborasi; situs web memberikan izin penggunaannya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web tersebut. Contohnya Wikipedia.
- b. Blog dan *Microblog*, pengguna lebih bebas untuk mengekspresikan sesuatu dalam blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah, ataupun catatan harian. Contohnya Twitter.
- c. Konten video, para *user* dari pengguna *Website* ini saling berbagi konten-konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar, dan lain-lain. Contohnya Youtube.
- d. Situs jejaring sosial, aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terkoneksi dengan cara membuat informasi pribadi berupa kumpulan foto, video dan kabar harian. Contohnya Facebook.
- e. *Virtual Game World*, dunia virtual, dimana me-replikasikan lingkungan 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya *game online*, *World of Warcraft*.
- f. *Virtual Social World*, dunia virtual yang dimana pengguna dapat mengakses dan merasa hidup di dunia tersebut, sama seperti *virtual game world*, berkomunikasi dengan yang lain. Namun, *virtual social world* lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya *second life*.¹⁸

¹⁷Dila Mayang Sari, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)" (Skripsi, Jambi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021), 11-12.

¹⁸Hayati, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis", 28.

Penelitian ini berfokus pada media Tiktok, aplikasi ini merupakan media konten video, di mana penggunanya dapat berbagi dan menyimpan media visual audio secara *online*.

Menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, media sosial memiliki enam ciri sebagaimana berikut ini.

- a. Konten yang disampaikan disebarakan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Informasi yang disampaikan muncul tanpa melalui *gatekeeper* dan tidak ada batas penghambat.
- c. Isi pesan disampaikan secara *online* dan langsung.
- d. Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- e. Memberikan wadah kepada creator untuk mengaktualisasikan diri.
- f. Aspek-aspek fungsional dalam konten media sosial, yaitu identitas, interaksi, *sharing*, kehadiran, relasi, reputasi, dan kelompok (grup).¹⁹

5. Etika Bermedia Sosial

Etika secara bahasa berasal dari bahasa Latin yakni *ethicus* yang berarti adat istiadat atau pola kebiasaan berperilaku. Secara istilah etika bisa diartikan norma perilaku, sopan santun atau kebiasaan manusia. Bentuk jamaknya *ta etha* atau *ta ethe* artinya adat kebiasaan, sehingga etika termasuk teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang berdasarkan nilai baik buruk, atau ilmu yang menyelidiki tentang baik dan buruk sesuatu berdasarkan akal sehat.²⁰

Penggunaan media sosial tidak lepas dari partisipasi setiap orang. Maka dari itu, penggunaan media sosial erat hubungannya dengan etika berkomunikasi, baik secara verbal maupun non-verbal. Haryatmoko memberikan pertimbangan

¹⁹Hayati, 29.

²⁰Tuty Mutiah dkk., "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial," *Global Komunika* 1, no. 1 (Desember 2019): 16.

terkait etika berkomunikasi yang perlu diperhatikan dalam bermedia sosial, yakni:²¹

- a. Salah satu jalan demi menjaga keseimbangan antara tanggung jawab atas sikap penyampaian aspirasi, kebebasan berpendapat, dan mengekspresikan diri.
- b. Media sosial dapat menjadi berbahaya karena media sosial mempunyai kekuasaan dan sangat berpengaruh pada masyarakat. Sebagai contoh; banyak yang menjadikan media sosial sebagai sarana penggiring opini publik, menunggangi khalayak dan memanipulasi kebohongan besar. Oleh sebab itu, etika bermedia sosial menjadi hal yang penting yang harus diterapkan. Hal ini juga bermanfaat sebagai perlindungan bagi lemahnya publik.
- c. Etika berguna untuk membatasi dan mengurangi pengaruh buruk dari logika instrumental, karena logika dapat mengabaikan makna dan nilai dari hati nurani.

Dewasa ini, dimana semuanya lebih memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi, umat Islam pun harus bersikap bijak dan punya pemahaman literasi mengenai dengan media sosial terutama terkait persoalan etika.

Adapun anjuran atau tuntunannya sebagai berikut:²²

- a. Memberikan informasi yang benar, valid dan terpercaya

Sebagai Seorang Muslim sudah menjadi kewajiban untuk menghindari perbuatan yang memberikan pernyataan palsu atau dusta kepada orang lain. Pernyataan palsu merupakan dosa yang cukup besar, bahkan bisa mengarahkan pada perilaku fitnah, dan pernyataan dusta tersebut disandingkan dengan yang berbuat syirik, lihat Q.S al-Hajj ayat 30, Allah memerintahkan kepada manusia untuk menghindari perkataan dusta yang disampaikan dengan larangan menyembah berhala. Adapun pada Q.S al-An'am ayat 112 pun Allah

30. ²¹Hayati, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis",

²²Hayati, 30.

menetapkan orang-orang yang suka berbohong akan menjadi musuh para nabi.

b. Menghindari prasangka

Prasangka yang disampaikan tanpa dasar terhadap orang lain, dapat menyebabkan perasaan seseorang tersodor bahkan membunuh mental atau karakter seseorang, hal inipun bisa menjadi perilaku *bullying*.

c. Menghindari *sukhriyah*

Sukhriyah merupakan suatu perilaku yang merendahkan orang lain dengan cara mencaci-maki, mengolok-olok, ujaran kebencian, menghina yang dapat menimbulkan kebencian pada diri seseorang. *Sukhriyah* sama halnya dengan perilaku *bullying*. Hal ini tidak hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga marak terjadi di media sosial. Tentunya hal tersebut dilarang karena dapat merugikan seseorang dan dapat berpengaruh terhadap kesehatan mentalnya, seperti yang terdapat dalam Q.S al-Hujurat ayat 11 yang bunyinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمًا مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ
 أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِالْألقَابِ بِئْسَ الْاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ
 وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman. Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olokkan). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruknya panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertaubat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.”

Oleh karenanya, sudah menjadi keharusan bagi setiap umat Islam untuk dapat menghindari perbuatan tersebut.

d. Menemukan fakta

Dalam Q.S al-Hujurat ayat 6, Allah swt. berfirman yang berarti: “Wahai orang-orang yang beriman. Jika seorang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya akan kamu sesali perbuatanmu itu”. Dari ayat tersebut, dijelaskan bahwa Allah telah memerintahkan umat Islam untuk mencari kebenaran dari suatu informasi terlebih dahulu supaya tidak membuat kecerobohan.

e. Menjauhi perilaku adu-domba

Perilaku *nanimah* atau perilaku mengadu-domba satu sama lain. Hal tersebut sangat harus dihindari bagi setiap umat Islam, serta harus mawas diri agar tidak terjerumus. Apalagi pada era perkembangan teknologi, khususnya media sosial yang memiliki karakteristik bebas dalam berkomunikasi.

B. Aplikasi Tiktok

1. Pengertian dan Sejarah

Aplikasi Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut memberikan efek khusus, unik dan menarik yang dapat digunakan bagi para pengguna aplikasi tersebut dengan mudah untuk membuat video pendek yang bagus dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Tiktok adalah layanan jejaring sosial berbagi video Tiongkok yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Beijing, didirikan pada 2012 oleh Zhang Yiming. Tiktok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi yang dapat mendatangkan hiburan bagi setiap kalangan dan tidak ada batasan dalam penggunaannya.²³

Zhang Yiming, merupakan lulusan program *Software Engineer* dari Universitas Nankai mendirikan perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012. Melalui perusahaan itulah Yiming mengamplifikasi aplikasi Tiktok.

²³Hayati, 32.

Awalnya ByteDance meluncurkan aplikasi berita, Toutiao yang kini menjadi salah satu yang terbesar di Cina. Hingga kemudian tren membuat Yiming memutuskan untuk merambah aplikasi media sosial yang lebih interaktif dan produktif.²⁴

Dalam industri konten, teks dan gambar telah berkembang menjadi video dan konten kini banyak berasal dari pengguna. Perubahan dilakukan untuk menjawab kebutuhan pengguna Tiktok itu sendiri. *ByteDance* kemudian berkembang menjadi aplikasi pembuat video pendek yang awalnya dikenal dengan sebutan *Douyin* dan secara resmi diluncurkan pada September 2016. Sepanjang tahun 2018, aplikasi tersebut merambah ke *App Store* dengan 500 juta unduhan lebih. Bahkan sebagian besar pengguna Tiktok diketahui adalah anak muda, juga ada yang masih belia.²⁵

2. Bentuk-Bentuk Konten Tiktok

- a. **Bisnis:** Aplikasi ini bisa digunakan untuk mempromosikan bisnis serta *brand*. Konten-konten dari Tiktok bisa dimanfaatkan untuk membangun *brand image* yang bagus bila dioptimasi dengan baik dan benar. Pengguna dapat membuat akun serta konten-konten Tiktok sendiri dan memanfaatkannya sebagai sarana promosi ataupun cara membangun *brand image* bisnis. Cara lainnya adalah dengan bekerja sama dengan para *influencer* Tiktok yang memiliki pengaruh besar dan *followers* yang banyak.
- b. **Personal Brand:** Tiktok bisa berupa konten-konten video yang digunakan untuk membangun *brand* personal penggunanya. Bila seorang *influencer* ataupun ingin menjadi seorang *influencer*, Tiktok bisa menjadi tempat yang cocok untuk memulai. Popularitas dan jumlah pengguna yang banyak akan menjadi sebuah potensi serta sumber *income* yang baik. Akan ada banyak tawaran dari *brand-brand* yang ingin menggunakan jasa sebagai seorang *brand influencer*.

²⁴Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, "Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang", *Al-Ittishol* 2, no. 1 (Januari 2021): 4.

²⁵Hikmawati dan Farida, 4.

- c. Hiburan: Konten video Tiktok juga bisa hanya sebuah hiburan semata. Ada banyak konten-konten lucu serta menarik yang bisa digunakan sebagai cara untuk menghibur diri.
- d. Informasi: Konten Tiktok juga dapat digunakan sekadar berbagi informasi dengan penggunanya. Banyak para ahli profesi dari berbagai bidang yang *sharing* ilmunya melalui video Tiktok. Tidak hanya ahli profesi, adanya juga orang awam biasa yang sekadar berbagi ilmu yang dimiliki dengan pengguna lainnya. Mulai dari ranah kesehatan, kecantikan, masakan, dekorasi dan interior, sampai ranah agama dan lainnya. Namun, sebagai pengguna juga harus cermat dan hati-hati dalam mengkonsumsi maupun membuat konten dalam hal ini, karena perlu pemahaman yang cukup serta sumber yang jelas supaya tidak masuk kedalam penyebaran informasi *hoax*.²⁶

C. Teori Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab yaitu, dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, dan mengajak. Selain itu, juga berarti mengundang, menuntun. Sementara dalam bentuk perintah atau *fi'il amr* yaitu *ud'u* yang berarti ajaklah atau serulah. Secara terminologi menurut M. Quraish Shihab, “dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau ikhtiar manusia mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat”, hal ini sejalan dengan dengan firman Allah swt., dalam Surah Ali ‘Imran ayat 104.²⁷

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahannya:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Ali ‘Imran: 104).

²⁶Hayati, “Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Muchlis”, 35.

²⁷Hikmawati dan Farida, 2.

Dakwah merupakan proses menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia yang bertujuan untuk membawa manusia kepada tujuan akhir, kebahagiaan dunia dan akhirat. Ajaran-ajaran Islam haruslah disampaikan secara strategis dan berdasarkan metode yang relevan. Ajaran Islam yang disampaikan dalam proses dakwah memiliki cakupan yang sangat luas, dengan berlandaskan pada al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama.²⁸

Agama Islam yang dibawa oleh Rasulullah saw. merupakan agama dakwah yang membawa ajaran-ajaran-Nya untuk disyiarkan kepada seluruh umat manusia. Hal tersebut sesuai berdasarkan al-Qur'an surah al-Ma'idah ayat 67 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ
إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Terjemahannya:

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu), berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya.” (Q.S al-Ma'idah: 67).

Hal inilah yang menjadi konsekuensi logis dari adanya agama Islam sebagai agama dakwah, dengan demikian, Islam sangat membutuhkan eksistensi dan peranan dakwah.²⁹

2. Landasan Hukum Dakwah

Pada dasarnya berdakwah merupakan tugas pokok para rasul yang diutus untuk berdakwah kepada kaumnya agar mereka beriman kepada Allah swt. Akan tetapi dengan berlandaskan kepada al-Qur'an dan anjuran Nabi Muhammad saw. kepada umat Islam di dalam beberapa hadis tentang keharusan untuk berdakwah, maka dakwah juga diwajibkan kepada seluruh umat Islam, baik bagi kaum laki-laki maupun kaum perempuan tanpa perbedaan jenis kelamin.

Mengenai hukum dakwah masih terjadi permasalahan apakah jenis kewajiban dakwah ditujukan kepada setiap individu atau kepada sekelompok manusia, perbedaan pendapat tersebut disebabkan oleh perbedaan dalam

²⁸Fahrurrozi, Faizah dan Kadri, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 18.

²⁹Hayati, “Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Muchlis”, 14.

memahami beberapa dalil naqli (al-Qur'an dan Hadis), oleh karena kondisi pengetahuan dan potensi manusia yang beragam dalam memahami kitab suci al-Qur'an.³⁰

Dasar hukum dalam berdakwah sangatlah penting dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, bahkan me-hegemoni manusia untuk selalu berpegang pada ajaran Allah swt., supaya mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar berpindah dari suatu situasi ke situasi lainnya, misalnya situasi yang bertentangan dengan Islam menuju situasi yang berdasarkan ajaran Islam berdasarkan petunjuk-Nya.

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah ajaran Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka bisa merasakan ketenteraman dan kedamaian dalam kehidupan. Terdapat beberapa dasar hukum kewajiban dalam berdakwah di dalam al-Qur'an. Di antaranya yakni:³¹

Q.S Ali 'Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahannya:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Ali 'Imran: 104).

Q.S an-Nahl ayat 125:

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

Terjemahannya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl ayat: 125).

³⁰Fahrurrozi, 35.

³¹Fahrurrozi, 36.

Kata *ud'u* pada ayat di atas, diterjemahkan sebagai seruan dan ajakan yang merupakan bentuk *fi'il amr* atau kata kerja perintah. Menurut kaidah Ushul Fiqh setiap *fi'il amr* adalah perintah dan setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan, selama tidak terdapat dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban tersebut kepada sunnah atau hukum yang lain. Maka, melaksanakan dakwah hukumnya adalah wajib karena tidak ada dalil-dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu dan hal ini berdasarkan kesepakatan para ulama.

Hanya saja terdapat perbedaan pandangan oleh ulama dalam status kewajiban itu, apakah fardu *'ain* atau fardu *kifayah*. Dengan demikian dakwah dapat menjadi fardu *'ain* jika di suatu tempat tidak ada satu orang pun yang melaksanakannya dan dakwah bisa menjadi fardu *kifayah* jika terdapat orang yang telah melaksakannya di suatu tempat dan orang tersebut memiliki kemampuan serta ahli dalam berdakwah. Demikian pun ketika jumlah dai masih sedikit, sementara potensi kemungkaran sangat tinggi serta kebodohan yang marak terjadi, maka dakwah merupakan kewajiban bagi setiap individu sesuai dengan dengan kompetensinya masing-masing.³² Sebagaimana sabda Rasulullah saw. yang berarti: “Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat.” (H.R. al-Bukhari).

3. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah ialah setiap hal yang terdapat dalam segala kegiatan yang berkaitan dengan dakwah, seperti subjek dakwah (dai), objek dakwah (*mad'u*), media dakwah, metode dakwah, materi dakwah, dan efek (*atsar*).

a. Subjek Dakwah (dai)

Subjek Dakwah atau dai secara bahasa artinya orang yang melakukan dakwah. Secara istilah dai artinya adalah setiap muslim yang berakal, mukalaf atau telah *aqil baligh* dengan kewajiban dakwah. Dalam ilmu komunikasi, dai dapat disebut sebagai komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan kepada orang lain. Dai merupakan salah satu unsur penting dalam proses dakwah. Sebagai pelaku maupun

³²Fahrurrozi, 37.

penggerak kegiatan dakwah, dai juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan atau kegagalan misi dakwah.

Pada dasarnya dai adalah penyeru ke jalan Allah swt., sebagai penyeru, dai harus memiliki pemahaman yang luas tentang Islam sehingga dapat menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat dengan benar. Dai pun harus mempunyai semangat keislaman yang tinggi sehingga timbul rasa kepedulian kepada manusia untuk menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, meskipun dai harus menghadapi berbagai tantangan maupun cobaan nantinya.

Setiap orang yang menjalankan kegiatan dakwah, hendaknya memiliki kepribadian yang baik, karena keberhasilan dan kesuksesan suatu dakwah sangat bergantung kepada pribadi dari dai tersebut. Terdapat pembagian kepribadian dai, yang pada dasarnya meliputi persoalan sifat, sikap dan kompetensi kepribadian yang seharusnya dimiliki oleh setiap dai, seperti:³³

- 1) Iman dan takwa kepada Allah: kepribadian yang mesti dimiliki bagi setiap dai yaitu beriman dan bertakwa, maka dari itu dalam mengemban misi dakwah, diharuskan terlebih dahulu dirinya bisa memerangi hawa nafsunya, dan diniatkan kepada Allah swt., sebelum mereka menyeru dan memerintahkan manusia lain untuk beriman;
- 2) Tulus ikhlas dan tidak mementingkan: niat yang tulus tanpa pamrih duniawi sama sekali, hal ini menjadi syarat mutlak bagi kepribadian setiap dai, karena dakwah merupakan pekerjaan yang berkaitan langsung dengan Allah dan perintah-Nya, di samping itu, keikhlasan menjadi penentuan keberhasilan dakwah;
- 3) *Tawadhu* (rendah hati): sikap ini bukan hanya merasa dirinya rendah dibandingkan dengan derajat pun martabat orang lain,

³³Hayati, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Muchlis", 17.

akan tetapi rendah hati seorang dai berarti sopan dalam pergaulan, tidak suka menghina, dan sombong serta mencela orang lain;

- 4) Sifat antusiasme atau semangat yang tinggi: dengan adanya sifat seperti ini, dai bisa terhindar dari perasaan putus asa ataupun kecewa. Antusiasme yang tinggi juga terdapat dalam diri Rasulullah *saw.* ketika memperjuangkan agama Allah walau terdapat berbagai macam cobaan, gangguan, dan tantangan;
- 5) Sabar dan tawakal: dalam pelaksanaan dakwah yang penuh dengan cobaan, tantangan, dan perjuangan yang panjang, hendaklah setiap dakwah bersikap sabar dan tawakal kepada Allah. Sesungguhnya sikap sabar dan tawakal adalah sikap yang disukai Allah *swt*;
- 6) Sifat terbuka (demokratis): karena pada dasarnya seorang dai merupakan manusia yang jauh dari kesempurnaan, maka dari itu hendaklah dia memiliki sifat keterbukaan dan mau melakukan dialog bersama dengan objek dakwahnya.³⁴

b. Objek Dakwah (*mad'*)

Secara bahasa kata *mad'u* artinya objek atau sasaran. Sedangkan secara istilah, *mad'u* adalah orang atau kelompok yang lazim dibuat jamaah yang sedang menuntut ajaran dari seseorang dai. Jadi, *mad'u* dapat diartikan objek atau sasaran yang menerima pesan dakwah dari penyampai dakwah atau dai. Selain itu, objek dakwah tidak hanya diperuntukkan kepada umat yang beragama Islam saja, tetapi juga berlaku bagi yang belum memeluk agama Islam.³⁵

Mad'u atau objek dakwah dilihat dari diferensiasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Masyarakat kota: masyarakat yang memiliki kecenderungan individualitas dan kompetisi untuk meningkatkan status sosial

³⁴Hayati. 19.

³⁵Hayati, 19.

yang sangat terasa sekali, sehingga nilai yang berkembang menjadi lebih materialis dan rasionalis. Pola pikir rasionalis adalah hal utama yang perlu diperhatikan oleh para juru dakwah yang disajikan dengan lebih menggunakan pendekatan rasional

- 2) Masyarakat desa: kehidupan masyarakat desa erat kaitannya dengan alam. Mengandalkan sesuatu dengan kekayaan alam sekitarnya dan membuat pola pikir yang cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat kota, sehingga berdakwah di hadapan masyarakat desa tidak perlu harus secara ilmiah agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.
- 3) Masyarakat primitif: adalah masyarakat yang tertinggal di segala bidang peradaban. Kebudayaannya masih asli dan sangat sederhana, maka dari itu kondisi seperti ini justru diperlukan para juru dakwah yang serba bisa. Dapat membimbing mereka langsung dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dakwah yang lebih cocok adalah dakwah dengan pendekatan *bil hal* (dengan perbuatan).³⁶

c. Materi Dakwah (*maddah*)

Materi dakwah atau *maddah* adalah isi suatu pesan atau materi yang disampaikan dai kepada *mad'u*. *Maddah* yang dimaksud adalah ajaran agama Islam yaitu al-Qur'an dan hadis. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat pokok yaitu:

1) Materi Aqidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah masalah aqidah. Aqidah inilah yang membentuk akhlak manusia. Oleh karena itu, materi aqidah dijadikan materi pertama dalam dakwah Islam yang harus disampaikan kepada *mad'u*. Materi ini berisi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah rukun iman yang wajib diyakini oleh setiap muslim.

³⁶Hayati, 20.

2) Materi Syariah

Materi syariah atau syariat adalah materi yang membahas terkait hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-Nya. Hal itu bisa berupa ibadah, seperti; puasa, sholat, haji, zakat, dan sebagainya. Yusuf Qardhawi mendefinisikan syariat adalah apa saja ketentuan Allah yang dapat dibuktikan melalui dalil-dalil al-Qur'an maupun sunnah atau juga melalui ijma, qiyas dan lain sebagainya. Maka dapat disimpulkan bahwa syariat adalah hukum ataupun peraturan yang datang dari Allah swt., baik melalui al-Qur'an, hadis atau sunnah Nabi saw., atau ijma maupun qiyas.

3) Materi Akhlak

Materi akhlak ini berorientasi untuk bisa menentukan perilaku yang baik dan buruk, akal dan kalbu melalui kebiasaan manusia. Karena ibadah dalam Islam sangat erat hubungannya dengan akhlak. Penggunaan akal dan pembinaan akhlak mulia adalah bagian dari ajaran Islam. Akhlak adalah sebagai penyempurna, berdasarkan sabda Rasulullah saw., yang berarti “Aku diutus oleh Allah ke dunia ini hanya untuk menyempurnakan akhlak yang baik”.³⁷

d. Metode Dakwah (*thariqah*)

Secara etimologis, metode berasal dari bahasa Yunani, yakni *metodos* yang berarti cara atau jalan. Jadi, metode berarti pengetahuan tentang cara-cara atau jalan yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan dengan hasil yang efektif dan efisien. Tidak semua metode cocok untuk setiap sasaran dakwah yang akan dipengaruhi. Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktub dalam al-Qur'an dan hadis Rasulullah saw.

³⁷Hayati, 22.

Dalam al-Qur'an prinsip-prinsip dakwah disebutkan dalam surah an-Nahl ayat 125. Dalam ayat tersebut terdapat tiga pokok metode dakwah, yakni:

1) Hikmah. Kata hikmah disebutkan dalam al-Qur'an sebanyak 20 kali dalam 11 surah. Dalam tafsir Mishbah diterjemahkan dalam empat makna, yaitu al-Qur'an, al-Kitab, as-Sunnah, hukum. Menurut Quraish Shihab bahwa para ulama mengajukan aneka keterangan tentang makna hikmah. Hikmah berarti yang paling utama dari segala sesuatu, baik pengetahuan maupun perbuatan. Hikmah adalah sesuatu yang apabila digunakan, dipakai dan dipraktikkan akan menghalangi terjadinya mudarat, atau kesulitan atau mendatangkan kemaslahatan dan kemudahan. Memilih perbuatan yang terbaik dan sesuai adalah perwujudan dari hikmah dan pelakunya dinamai hakim (orang bijaksana).

Dalam konteks dakwah, seorang dai yang memiliki hikmah harus yakin sepenuhnya tentang pengetahuan dan tindakan yang dilakukannya, sehingga ia tampil dengan penuh percaya diri, tidak bicara dengan ragu atau kira-kira dan tidak pula melakukan sesuatu dengan coba-coba.

Sementara menurut Hamka, hikmah lebih halus maknanya dari pada filsafat. Melalui pendekatan ini, dapat menarik semua orang, baik orang awam maupun cendekiawan dalam melalui ucapan, tindakan maupun amalan. Bahkan, memilih untuk berdiam diri pada waktu yang tepat adalah bagian dari pada hikmah. Kemudian, hikmah atau bijaksana dalam dakwah menurut Hamka muncul dari budi pekerti yang halus dan sopan santun. Dia juga mengingatkan para dai bahwa metode yang kasar tidak akan membawa kepada suksesnya dakwah.³⁸

³⁸Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, 132-133.

- 2) *al-Mau'izhah al-Hasanah*. Kaidah *mau'izhah al-hasanah* atau pengajaran yang baik menurut Hamka dapat diterapkan dalam rumah tangga, masyarakat dan lembaga pendidikan. Sementara menurut M. Natsir, *mau'izhah al-hasanah* harus dapat menyentuh hati sasaran dan disertai dengan keteladanan dai. Selebihnya, M. Natsir mengatakan bahwa metode *al-mau'izhah al-hasanah* merupakan uraian yang menyentuh hati dan mengarahnya kepada kebaikan. Dalam prakteknya, *mau'izhah* adalah ucapan yang memikat hati objek dakwah yang nantinya dapat mendorong mereka dalam mengikuti dan mengamalkan, serta diiringi dengan keteladanan pada diri dai.³⁹
- 3) *Mujadalah*. metode *mujadalah* menurut Hamka adalah dengan memahami dasar persoalan dan mengetahui mitra dialog. Sementara menurut M. Natsir, *mujadalah* ialah diskusi yang diiringi dengan alasan dan bukti, sehingga bisa mengalahkan alasan bagi yang menolaknya. Sedangkan *jidal* adalah diskusi atau dialog dengan dalil dan argument yang bisa mematahkan alasan atau dalih objek dakwah dan membuatnya jadi mengalah. Dalam menerapkan cara berdakwah, menurut Natsir, faktor penentu ialah dai itu sendiri, yaitu dai yang paham betul akan ajaran yang didakwahkan dan mengenal masyarakat dari berbagai segi dari lapisan kehidupan. Selain itu adalah kemampuan mengendalikan diri, dan adanya keseimbangan dalam kehidupan dai.⁴⁰

Inilah tiga bentuk metode dakwah yang kurang lebih terdapat dalam al-Qur'an surah an-Nahl ayat 125.

e. Media Dakwah

Kata media secara etimologi berasal dari bahasa Latin, yakni *medius*, perkataan media merupakan bentuk jamak dari kata *median*

³⁹Abdullah, 139.

⁴⁰Abdullah, 140.

yang berarti alat perantara atau saluran (*chanel*). Dalam ilmu komunikasi, media dipahami sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (*dai*) kepada komunikan (*mad'u*) atau khalayak.

Media dipahami selama ini merupakan media hasil temuan dan ciptaan manusia, seperti mesin cetak, radio, televisi, telepon, hingga komputer. Makanya banyak para sarjana yang lupa bahwa manusia juga adalah saluran komunikasi yang paling utama dan asasi bagi proses komunikasi.

Sementara dalam bukunya H. Abdullah, A. Hasjmy, menyamakan antara media dakwah dengan sarana dakwah. Sedangkan bagi Asmuni Syukir menyebutkan bahwa media dakwah merupakan segala sesuatu yang bisa digunakan sebagai instrumen untuk mencapai tujuan dakwah yang direncanakan. Kemudian menurut Wardi Bachtiar, media dakwah merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Dari beberapa definisi yang ada, kurang lebih media dakwah dapat diartikan sebagai sebuah alat atau sarana yang digunakan demi kemudahan penyampaian konten atau materi dakwah kepada *mad'u*.⁴¹

Adapun media massa yang hari ini digunakan sebagai perangkat dalam berdakwah diklasifikasikan dalam beberapa jenis yaitu:

1) Media Cetak

Semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut sebagai media cetak. Media cetak dapat disebut sebagai media dakwah bila isi cetakan mengandung pesan mengenai perintah berbuat baik dan mencegah dari kemungkaran (*amr ma'ruf nahy munkar*) atau pesan Islami. Bentuk media cetak antara lain surat, brosur/buletin, banner, spanduk, surat kabar atau koran, majalah dan buku.

⁴¹Abdullah, 143.

- a) Surat sebagai media dakwah; Nabi Muhammad saw. juga berdakwah melalui surat sebagai medianya. Sejarah mencatat bahwa nabi pernah mengirim surat kepada beberapa kepala negara, yaitu Heraclius sebagai Kepala Negara Rum, Abruwaiz bin Hurmuzan bin Anu Syirwan sebagai Raja Parsi, Mauquauqis sebagai Raja Mesir dan Iskandariyah, juga kepada Raja Najasyi.
- b) Brosur atau buletin; brosur dan buletin berbeda walaupun bentuknya hampir sama. Brosur biasanya tidak diterbitkan secara rutin, melainkan berdasarkan keperluan saja. Sementara buletin biasanya diterbitkan secara berkala, misalnya secara mingguan atau bulanan. Organisasi dakwah sejatinya dapat memprogramkan kegiatan dakwah mingguan melalui buletin. Misalnya, BKM meminta kepada khatib untuk menulis materi khutbahnya, lalu diterbitkan menjadi buletin dan dibagikan kepada jamaah masjid pada setiap hari Jum'at.
- c) Surat Kabar; surat kabar atau sering disebut koran mempunyai fungsi utama yakni menyiarkan informasi. Selain itu, surat kabar juga dapat menghibur para pembaca, fungsi ini antara lain terdapat pada cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, karikatur, serta teka-teki silang yang ada di koran. Bagi dai atau mahasiswa Muslim, harus bisa melihat koran sebagai peluang dakwah sebagai fungsi mendidik masyarakat. Karena pendidikan adalah bagian dari dakwah. Contoh pemanfaatan surat kabar sebagai media dakwah antara

lain dengan cara menulis artikel, baik artikel keagamaan maupun opini.⁴²

2) Media Audio

Audio merupakan media yang dapat didengar contohnya seperti radio. Pada zaman modern ini, keberadaan radio masih sangat diminati oleh masyarakat. Program radio dapat memberikan pencerahan, tentunya dengan pendekatan edukasi dan keagamaan, hal ini sangat diharapkan dan ditunggu-tunggu oleh pendengar. Dalam konteks pemanfaatan jasa radio untuk keperluan dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, sejak tahun 2014 telah bekerjasama dengan Iradio Medan. Radio itu dipancarkan melalui frekuensi 98.3 FM. Kegiatan dakwah bersama Iradio antara lain ceramah agama di setiap bulan Ramadhan yang sifatnya interaktif. Program tersebut diisi oleh civitas akademika seperti dosen dan mahasiswa agar memperoleh pengalaman berdakwah secara langsung.⁴³

3) Media Audio Visual

Media jenis ini lebih banyak daya tariknya karena memiliki dua dimensi, yakni yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat gambarnya. Media ini sering disebut sebagai media elektronik. Jenis yang termasuk dalam media ini antara lain televisi, film, dan video kaset.

- a) Televisi sebagai media dakwah; televisi sebagai alat penyampaian berbagai informasi kepada khalayak, adalah salah satu bagian dari sistem yang besar dan kompleks. Media ini akan berfungsi dengan baik apabila ditempatkan dalam sebuah sistem yang saling bekerja sesuai fungsinya. Sistem ini disebut penyiaran televisi yang meliputi tahap

⁴²Abdullah, 150-152.

⁴³Abdullah, 153.

produksi pesan, pemancaran gelombang dan pesawat televisi itu sendiri sebagai media penerima siaran. Jika dakwah dapat dimanfaatkan dalam media ini secara efektif, maka otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan penyampaian pesan Islami yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Terdapat beberapa program dakwah yang telah tayang, berdasarkan pengamatan akhir bulan Mei 2015, terdapat program dakwah *bil lisan* seperti program dari TVRI, “Serambi Islam”, dan menyiarkan langsung khutbah Jum’at dari Masjid Istiqlal. TransTV dengan program “Islam Itu Indah”. Juga TVOne dengan program “Damailah Indonesiaku”. Tema-tema yang disiarkan, selain menguatkan keimanan, juga membangun wawasan keislaman dan keindonesiaan.

- b) Film; menjadikan film sebagai media dakwah memang memerlukan dana yang besar, namun hal ini dapat dilakukan dengan cara kerja sama oleh berbagai pihak. Sejauh ini inisiatif dalam pembuatan film belum diprioritaskan dari organisasi dakwah. Adalah dunia perfilman yang memandang pentingnya mengangkat kisah-kisah yang terkandung nilai dakwah Islam. Kedepannya, diperlukan giat yang nyata dari organisasi-organisasi keagamaan untuk mengangkat perjalanan hidup sang tokoh masing-masing organisasi. Misalnya Dewan Dakwah, dapat mengangkat tokoh M. Natsir.⁴⁴

4) Dakwah Melalui Internet

Perkembangan teknologi komunikasi telah melalui perubahan yang cukup signifikan sejak awal generasi. Saat ini, nyaris tak ada lagi batasan bagi manusia untuk bisa

⁴⁴Abdullah, 153-156

berkomunikasi kapanpun dan dimanapun. Di era teknologi informasi saat ini, peran dari media baru dan media sosial terhadap dakwah sangatlah penting. Sehingga, dakwah tidak hanya dilaksanakan di masjid, tetapi juga dilaksanakan di Internet.

Pasalnya, kebutuhan masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet, dari mulai ia bangun hingga tidur lagi. Tentunya hal ini merupakan peluang besar dengan memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, dai juga diperlukan di dunia maya.

Melalui dunia maya, terdapat beberapa platform sebagai fasilitas sebagai media dakwah seperti halnya; blog, email, mailing list, forum diskusi, youtube, twitter, facebook, tiktok, dan wikipedia. Masing-masing media tersebut mempunyai sisi kelebihan dan kekurangannya. Sebagai fasilitas yang mendorong manusia untuk berkomunikasi, juga dapat diselipkan pesan-pesan dakwah di dalamnya, mengingatkan manusia sebagai pengguna layanan internet haruslah bijak dalam menerima informasi di dunia maya ini.

Sebagai bentuk peningkatan, pengembangan sekaligus untuk efisiensi dakwah, semua media tersebut mutlak harus dimanfaatkan. Karena sosialisasi ajaran Islam dan upaya rekayasa sosial sesuai dengan cita-cita Islam dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan penggunaan fasilitas ini. Apalagi dewasa ini arus globalisasi yang demikian intens dapat menerpa kehidupan umat Islam.⁴⁵

⁴⁵Abdullah, 156-158.

f. *Atsar* (Efek)

Dalam setiap kegiatan dakwah pasti akan menyebabkan reaksi. Artinya, apabila dakwah telah dilakukan oleh seorang dai dengan menyertai materi dakwah, wasilah atau media, dan metode tertentu, maka akan menimbulkan respons dan efek (*atsar*) kepada objek dakwah (*mad'u*). Efek dakwah bisa juga diartikan sebagai *feedback* atau umpan balik, proses dakwah ini jarang diingat atau tidak banyak menjadi perhatian para dai. Mayoritas mereka beranggapan bahwa setelah tersampainya dakwah maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat penting dalam menentukan langkah-langkah dakwah selanjutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka bisa jadi menimbulkan kesalahan strategis yang dapat mengurangi efektivitas tujuan dakwah. Sebaliknya, dengan menganalisis efek atau timbal balik dakwah secara cermat dan tepat, maka kekeliruan strategi dakwah bisa diminimalisir dan diatasi dengan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*). Dengan adanya langkah evaluatif, dakwah beserta unsur-unsurnya pun bisa lebih matang dan meningkat.

Evaluasi dan perbaikan sangat perlu dilakukan secara mendalam dan menyeluruh, artinya tidak secara terpisah atau setengah-setengah saja. Seluruh unsur-unsur dakwah perlu dievaluasi. Jalaluddin Rahmat mengemukakan bahwa efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi oleh orang-orang. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi dan sikap. Sedangkan efek *behavioral* berorientasi pada perilaku nyata yang bisa diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan perilaku.⁴⁶

⁴⁶Hayati, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Muchlis", 26.

4. Prinsip Dakwah

Pada dasarnya dakwah merupakan proses komunikasi dalam rangka mengembangkan ajaran Islam, dalam arti mengajak orang untuk menganut agama Islam. Dalam istilah “mengajak” tersebut, sudah tentu selalu terkandung makna mempengaruhi orang lain agar orang tersebut mau dan mampu mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku yang sesuai dengan apa yang dikehendaki orang yang hendak mengajaknya.

Dalam konteks dakwah, para dai akan selalu berusaha mempengaruhi objek dakwah atau *mad'u*. Upaya mempengaruhi dimaksud dapat disimak pada surah Ibrahim ayat 52 yang berarti: “Dan (al-Qur’an) ini adalah penjelasan (yang sempurna) bagi manusia, agar mereka diberi peringatan dengannya, agar mereka mengetahui bahwa Dia adalah Tuhan Yang Maha Esa, dan agar orang yang berakal mengambil pelajaran”.⁴⁷

Namun demikian, *mad'u* atau komunikan yang dipengaruhi dai pun tidak lain hanyalah manusia juga, manusia yang mempunyai akal budi, kehendak serta kepentingan yang sama seperti para dai. Maka dari itu, berdasarkan dengan bentuk komunikasi secara umum, bila ada dua individu atau pihak yang berkomunikasi, maka akan terjadi suatu proses saling memberi pengaruh bahkan hegemoni, karena para dai akan senantiasa berusaha memenangkan pengaruhnya, dan sebaliknya atas persepsinya, para objek dakwah pun akan mendefensif sikap, sifat, pendapat serta perilakunya, sama seperti yang tergambarkan melalui Firman Allah dalam surah al-Baqarah ayat 170:⁴⁸

Dalam kegiatan dakwah, pada hakikatnya bukanlah dai yang membimbing atau memberi petunjuk kepada *mad'u*-nya, melainkan Allah. Bilamana dai dan *mad'u* telah merasakan memiliki pesan yang sama, maka keadaan demikian itu memerlukan taufiq Allah sehingga sampai kepada tingkat beriman, terutama *mad'u*-nya. Masalah iman adalah masalah *nur*

24. ⁴⁷Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013),

⁴⁸Suhandang, 24.

(cahaya) yang dengannya Allah membimbing siapa saja yang Dia kehendaki. Dalam hal tersebut, seperti dalam Firman Allah Swt. melalui surah asy-Syura ayat 52.

Adapun juga dalam surah al-Qashash ayat 56 dimana Allah swt. berfirman:

إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahannya:

“Sungguh, engkau (Muhammad) tidak dapat memberi petunjuk kepada orang yang engkau kasihi, tetapi Allah memberi petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki, dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk”. (Q.S al-Qashash ayat: 56)

Kita melihat betapa banyak orang yang mengakui kebenaran Islam dari kalangan Orientalis, namun mereka tidak juga sampai kepada tingkat beriman. Pada masa hayatnya Nabi Muhammad saw. banyak orang yang menyaksikan bukti-bukti kebenaran nabi, seperti mukjizat-mukjizatnya, namun mereka juga tidak sampai menjadi beriman. demikian pula dengan orang-orang Yahudi yang berdiam di jazirah Arab, Nabi Muhammad saw. sering berdialog sampai orang Yahudi itu kehabisan dalil dan argumentasi, namun mereka tetap saja bertahan dalam agamanya. Seperti itu juga, orang-orang Nasrani yang datang kepada nabi, lalu terjadi dialog di antara mereka, namun lagi-lagi masing-masing pihak bertahan pada pendiriannya, karena pihak Nasrani tidak memperoleh anugerah bimbingan atau *nur* (cahaya) dari Allah.⁴⁹

D. Teori Pendekatan *Uses and Gratification*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan suatu pendekatan tentang teori “penggunaan dan pemenuhan kebutuhan” (*uses and gratification theory*). Teori

⁴⁹Suhandang, 26.

tersebut merupakan salah satu teori komunikasi dimana fokus penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media.⁵⁰

Mengutip dari bukunya Denis McQuail dengan judul “Teori Komunikasi Massa” edisi ke 6, dijelaskan, gagasan bahwa pengguna media bergantung pada kepuasan, kebutuhan, keinginan motif yang dirasakan dari anggota masyarakat hampir setara penelitian media itu sendiri. Khalayak biasanya terbentuk berdasarkan kesamaan kebutuhan, kepentingan, dan selera individu. Terdapat banyak dari kesamaan yang dilihat memiliki latar belakang sosial atau psikologis. Kebutuhan semacam itu biasanya untuk suatu informasi atau pengalihan (eskapisme). Masyarakat dalam media dan jenis konten media tertentu sering kali dapat dicirikan menurut jenis motivasi yang luas, pendekatan ini juga diterapkan untuk dipelajari daya tarik media elektronik yang baru dan bahkan untuk penggunaan telepon. Metode pemikiran ini tergolong dalam mazhab penelitian yang kemudian dikenal sebagai pendekatan *uses and gratification* yang berawal dari pencarian akan penjelasan mengenai daya tarik yang besar dari konten suatu media tertentu. Pertanyaan yang sering diajukan adalah “mengapa orang-orang menggunakan media itu dan dengan tujuan apa?”. Memandang media sebagai pelayan atas kebutuhan masyarakat yang beragam, misalnya untuk kohesivitas, keberlangsungan budaya, kontrol sosial, dan peredaran yang luas dari segala bentuk informasi publik.⁵¹

⁵⁰Fahmi Abdul Ghoni, “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)” (Skripsi, Semarang, UIN Walisongo, 2018), 29.

⁵¹Ghoni, 31.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian dibutuhkan metode agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat atas masalah ataupun objek yang diteliti. Adapun rincian penggunaan metode penelitian yang penulis gunakan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang dipakai adalah penelitian lapangan (*field research*) di mana suatu penelitian dilakukan secara sistematis dan mendalam dengan mengangkat data-data atau fakta yang ada di lapangan yang terjadi secara langsung. Berdasarkan jenis penelitian yang dipilih maka data-data yang diangkat dan digali bersumber dari lapangan.⁵² Penulis menggunakan metode tersebut karena akan langsung mendatangi narasumber di mana mereka berada. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian di kampus IAIN Manado.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif-kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci (*key instrument*), teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif-kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.⁵³ Penelitian deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan suatu hal seperti kondisi apa adanya yang ada di lapangan. Lebih jelasnya pengertian penelitian

⁵²Sumandi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 81.

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), 9.

deskriptif adalah untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.⁵⁴

Penelitian ini relatif sederhana dan tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu, dapat meneliti terhadap satu variabel, dan termasuk penelitian yang berkenaan dengan gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Deskriptif berkaitan dengan situasi yang memerlukan teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dan melakukan observasi atau pengamatan langsung.⁵⁵ Dengan memilih pendekatan penelitian ini, penulis harap dapat memperoleh gambaran dan pemaparan yang faktual tentang pemanfaatan tiktok sebagai media dakwah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN Manado) dengan menjadikan mahasiswa IAIN Manado sebagai objek yang diteliti dan akan dikaji.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari tahapan observasi yakni bulan Agustus 2022 sampai pada tahap pencarian dan pengambilan data wawancara dari para informan pada bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh dari sumber pertama yang memberikan informasi berkaitan dengan masalah penelitian

⁵⁴Prastya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Setiawan Pers, 1990), 60.

⁵⁵Yosieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung" (Skripsi, Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2018), 11.

yang diteliti. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dan digali langsung oleh sumber pertama atau subjek penelitian.⁵⁶ Dalam penelitian ini proses penelitian lapangan atau terjun secara langsung kedalam lingkungan permasalahan dengan metode wawancara dan observasi di lokasi yang diajukan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan mahasiswa dari setiap fakultas yang ada di kampus IAIN Manado.

2. Data Sekunder

Data Sekunder; adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵⁷ Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dalam bentuk dokumentasi berupa video di Tiktok.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode dalam mengelola informasi dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek, dan juga melakukan pencatatan sebagai bentuk pola informasi yang dilakukan dari hasil pengamatan yang ada.

Dalam mengamati objek yang diteliti dalam penelitian kualitatif, maka menurut Spradley, observasi terdiri atas tiga unsur yakni:⁵⁸

- a. Tempat (*place*); merupakan tempat dalam situasi sosial yang sedang berlangsung, dalam proses penelitian yaitu di kampus IAIN Manado.
- b. Pelaku (*actor*); merupakan orang-orang yang sedang menjadi pelaku utama, dalam penelitian ini adalah para mahasiswa di IAIN Manado.
- c. Kegiatan (*activity*); merupakan beberapa aktivitas yang dilakukan oleh pelaku utama atau aktor dalam situasi sosial

⁵⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 103.

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 9.

⁵⁸James Spradley, *Metode Etnografi* (Jakarta: Tiara Wacana, 2020), 87.

tertentu yang sedang berlangsung, dalam penelitian ini, aktivitas yang menjadi objek observasi ialah pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara juga dapat diartikan suatu bentuk komunikasi lisan yang dilakukan oleh beberapa orang, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk mengumpulkan informasi tertentu.⁵⁹ Dalam penelitian ini, proses wawancara akan dilakukan terhadap 4 mahasiswa yang ada di IAIN Manado yang masing-masing dari keempat fakultas, juga seorang dai/pendakwah dan seorang dosen Manajemen Dakwah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum yang berhubungan dengan penelitian.⁶⁰ Teknik ini digunakan untuk mendokumentasikan data-data yang terkumpul dari hasil penelitian. Dokumentasi tersebut bisa foto, maupun rekaman wawancara. Dokumentasi yang penulis gunakan di sini berupa foto serta data-data yang terkait dengan judul penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dukungan dokumentasi yang temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, sampai setelah selesai proses pengumpulan data dalam waktu tertentu.

Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus

⁵⁹Hayati, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Muchlis", 40.

⁶⁰Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: Media Grafika, 2006). 191.

menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.⁶¹

F. Validitas Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu.⁶² Jadi dalam hal ini pengecekan sumber data yang diperoleh di lapangan berkenaan dengan penelitian ini, ada empat macam triangulasi yaitu dengan menggunakan sumber, metode penyidik, dan teori yang digunakan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan atau informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini bisa dicapai dengan cara: 1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; 2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; 3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; 4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang kaya, dan pemerintah; 5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Triangulasi dengan sumber yang penulis gunakan dengan membandingkan dokumentasi, hasil wawancara dari mahasiswa sebagai objek dengan seorang dai dan dosen Program Studi Manajemen Dakwah guna validitas suatu data terkait fokus penelitian.⁶³ Dengan dilakukannya proses triangulasi, maka penulis akan berusaha untuk mendapatkan deskripsi yang jelas mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado.

⁶¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 246.

⁶²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. 36 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 330.

⁶³Moleong, 331

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat IAIN Manado⁶⁴

Sejarah kampus IAIN Manado yang berada di Sulawesi Utara tak lepas dari perjuangan para pemimpin Muslim di wilayah tersebut. Pada tahun 1988, beberapa pemuka umat Islam di Manado berinisiatif mendirikan suatu lembaga pendidikan tinggi agama Islam. Lembaga tersebut kemudian dinamai Institut Agama Islam (IAI) Manado. Pada saat itu, proses pendidikannya dilaksanakan di gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN), yang sekarang menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Model Manado.

Pada tahun 1990, IAI Manado diafiliasikan dengan Fakultas Syariah IAIN Alauddin (Sekarang UIN) Makassar. Sejak tahun 1994, Fakultas Syariah IAIN Alauddin menempati lokasi permanen di daerah Perkamil dan tidak lagi menumpang di gedung PGAN Manado. Dengan adanya keputusan Presiden nomor 11 Tahun 1997 dan Keputusan Menteri Agama nomor 197 Tahun 1997, Fakultas Syariah Filial IAIN Alauddin ini menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Manado dan resmi terpisah dari lembaga induknya, yakni IAIN Alauddin Makassar. Kemduain, mulai tahun 1997, STAIN Manado menjadi satu-satunya perguruan tinggi Islam di Sulawesi Utara.

Setelah kurang lebih beroperasi selama 18 tahun, pada bulan November 2015, STAIN Manado beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado berdasarkan Peraturan Presiden RI nomor 147 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) manado menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

⁶⁴IAIN Manado - Kampus Multikultural, <http://iain-manado.ac.id/?page-id=505>.

Lokasi Kampus IAIN Manado berlokasi di bagian timur Kota Manado, tepatnya di Kelurahan Malendeng, Kecamatan Paal Dua. Pembukaan jalur yang menghubungkan beberapa daerah di Sulawesi Utara, seperti Kota Manado dengan Kabupaten Minahasa Utara dan Kota Bitung, membikin IAIN Manado berada di lokasi yang terbilang strategis. Jalur jalan ringroad Manado merupakan jalur yang menghubungkan antara Kota Manado, Bandara Internasional Samratulangi, Kota Bitung, Minahasa, Tomohon, Tondano, dan daerah lainnya di Sulawesi Utara.

Pada awalnya kampus IAIN Manado hanya menempati area dengan luas 4 hektar, namun pada tahun 2009, luas tanah bertambah 5 hektar, sehingga menjadi total 9 hektar. Tanah tersebut kemudian mendapatkan sertifikat dari Badan Pertahanan. Dari keseluruhan luas area yang tersedia, baru sekitar 40 persen yang telah ditempatkan bangunan sarana dan prasarana, baik untuk ruang kuliah, aula, gedung perkantoran dan lapangan olah raga seperti; bola voli, tenis lapangan, dan futsal.

Mahasiswa IAIN Manado berasal dari berbagai daerah di Sulawesi Utara dan sekitarnya. Di antaranya adalah Kota Manado, Kota Tomohon, Kabupaten Minahasa Induk, Kabupaten Minahasa Selatan, Kabupaten Minahasa Utara, Kabupaten Minahasa Tenggara, Kabupaten Sitaro, Kabupaten Talaud, Kabupaten Bolaang Mongondow Induk, Kota Kotamobagu, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, dan Kabupaten Bolang Mongondow Selatan.

Juga terdapat mahasiswa IAIN Manado yang berasal dari bermacam-macam daerah di Provinsi Gorontalo, Kepulauan Maluku, terutama Ternate, Makassar, dan bahkan Papua Barat. Oleh karenanya, komposisi mahasiswa IAIN Manado sangat plural dari berbagai latar belakang etnis, suku dan daerah. Di antaranya, suku Minahasa, Bugis, Ternate, Bolaang Mongondow, Jawa, Madura, Sunda, Arab, Minang, Gorontalo, dan Ambon.

Dengan demikian, peran IAIN Manado menjadi urgen dan strategis dalam menghadapi tantangan percepatan pembangunan di berbagai aspek

kehidupan. Dengan meningkatnya kebutuhan tenaga profesional dalam pembangunan tersebut, IAIN Manado diharapkan dapat berperan lebih maksimal melalui kebijakan pengembangan keilmuan dan profesi yang dibina serta pengembangan kelembagaan yang memiliki daya jangkauan yang lebih luas. Harapan terhadap peran lembaga pendidikan akan lebih optimal dengan pengembangan kapasitas kelembagaannya. Peningkatan kapasitas kelembagaan ini secara timbal balik akan meningkatkan sumber daya manusia dan sarana prasarananya.

Secara akademis, IAIN Manado selalu mengalami peningkatan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun. Begitu juga, dalam lima tahun belakangan ini, jumlah prodi bertambah secara bertahap. Luas sarana dan jumlah prasarana juga meningkat dengan pengalokasian anggaran untuk pembangunan fisik setiap tahun. Dalam tiga tahun belakangan, IAIN Manado mendapatkan alokasi dana SBSN untuk pembangunan Gedung Fakultas Syariah, Gedung Kuliah Terpadu dan Gedung Perpustakaan serta Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Di bidang akademik lain, kualitas dan kuantitas dosen juga meningkat dengan penerimaan dosen baru dan pengiriman dosen untuk mengikuti pendidikan yang lebih tinggi setiap tahun, baik di dalam maupun di luar negeri. Dalam kurun waktu 2015 – 2019, IAIN Manado telah berupaya meningkatkan proporsi kualifikasi dosen yang berpendidikan S2 dan S3. Dalam dua tahun terakhir terjadi peningkatan jumlah dosen yang telah menyelesaikan jenjang Pendidikan S3 melalui beasiswa MORA dan peningkatan jabatan fungsional ke profesor dan lektor kepala. Sehingga jumlah dosen berpendidikan S3 saat ini meningkat menjadi 31% dan dosen dengan jabatan fungsional profesor dan lektor kepala masing-masing sebesar 1% dan 15%.

2. Visi dan Misi⁶⁵

Berdasarkan Statuta IAIN Manado, Visi IAIN Manado adalah “Menjadi Perguruan Tinggi Islam yang bermutu berbasis masyarakat multikultural di Asia Tenggara Tahun 2035”. Untuk terwujudnya visi itu, IAIN Manado memiliki misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat dalam bidang keagamaan Islam yang bermutu berbasis masyarakat multikultural di Indonesia.
- b. Meningkatkan mutu sistem kelola kelembagaan berdasarkan standar nasional, regional, dan internasional pendidikan tinggi.
- c. Memelihara khasanah budaya nasional, kearifan lokal dan kerukunan umat beragama di Indonesia dan Asia Tenggara.
- d. Membangun kerjasama pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat baik pemerintah maupun swasta di dalam dan luar negeri.

Dengan mengacu pada Rencana Induk Pengembangan (RIP) IAIN Manado 2015-2035 dan dengan memperhatikan proyeksi dan tantangan ke depan yang diselaraskan dengan visi pembangunan nasional, visi Renstra Kementerian Agama dan visi Renstra Pendidikan Islam, maka tonggak capaian IAIN Manado untuk periode 2020-2024 ditetapkan sebagai berikut:

“Pengembangan institusi yang difokuskan untuk pematapan IAIN Manado sebagai perguruan tinggi yang menyiapkan fondasi yang kokoh untuk menjadi Universitas Islam Negeri (UIN).”

Pada saat ini, IAIN manado meduduki peringkat 238 di Indonesia dan 485 di Asia Tenggara (Webometric, 2020). Dalam periode 2020-2024, IAIN Manado menargetkan melakukan transformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) dan menduduki peringkat 200 perguruan tinggi Indonesia selambatnya pada tahun 2024.

⁶⁵IAIN Manado, *Rencana Strategis (Renstra) Tahun 2020-2024*, 20.

3. Mahasiswa IAIN Manado

Mahasiswa merupakan sebutan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi pada sebuah perguruan tinggi. Dalam KBBI, mahasiswa ialah orang yang belajar atau pelajar di perguruan tinggi, atau seorang yang menghadiri pada suatu institusi pendidikan. Mereka adalah bagian dari generasi muda Indonesia yang mempunyai kesempatan untuk belajar dan mengasah potensi yang dimilikinya di perguruan tinggi. Tentunya sangat diharapkan mendapat manfaat yang sebesar-besarnya dari pendidikan agar kelak mampu menyumbangkan kemampuannya agar bisa memperbaiki kualitas bangsa Indonesia.

Mahasiswa menjadi faktor paling penting yang secara langsung ikut memberikan pengaruh berbagai kebijakan dan program. Mahasiswa IAIN Manado pada Tahun Akademik 2020/2021 berjumlah 4011 dari semua fakultas dan pascasarjana di semua program studi.

Adapun rincian jumlah sebaran mahasiswa di tiap prodi dan fakultas sebagai berikut:⁶⁶

⁶⁶IAIN Manado, 8-9.

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa Per Prodi

Jenjang/Strata	Program Studi	Jumlah
Program Pascasarjana:		
S2	Pendidikan Agama Islam	46
S2	Manajemen Pendidikan Islam	54
S2	Ekonomi Syariah	41
S2	Akhwal Syaksyah	74
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan:		
S1	Pendidikan Agama Islam	814
S1	Pendidikan Bahasa Arab	85
S1	Tadris Bahasa Inggris	222
S1	Pendidikan Guru Madrasa Ibtidaiyah	220
S1	PIAUD	71
S1	Manajemen Pendidikan Islam	409
Fakultas Syariah:		
S1	Hukum Keluarga Islam	319
S1	Hukum Ekonomi Syariah	360
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah:		
S1	Manajemen Dakwah	55
S1	Psikologi Islam	53
S1	Ilmu Al-Quran dan Tafsir	104
S1	Sosiologi Agama	62
S1	Sejarah Peradaban Islam	40
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:		
S1	Ekonomi Syariah	699
S1	Perbankan Syariah	283
Total		4011

Tabel 4.2
Jumlah Mahasiswa Fakultas dan Pascasarjana

Fakultas	L	P	Jumlah
Program Pascasarjana	116	99	215
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	365	1.456	1821
Fakultas Syariah	136	543	679
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah	63	251	314
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	197	785	982
Total	877	3134	4011

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, maka mahasiswa IAIN Manado diharapkan dapat menjadi katalisator khususnya dalam mendakwahkan atau menyiarkan nilai-nilai Islam. Akan tetapi, dengan adanya perkembangan tersebut mahasiswa IAIN juga dihadapi dengan tantangan dalam hal komunikasi dan cara penyampaian untuk menyiarkan nilai-nilai Islam. Maka dari itu, mahasiswa IAIN Manado seharusnya mempersiapkan dan membekali dirinya agar mampu menjadi pendakwah atau penyiar nilai-nilai Islam.

Dalam rangka menghasilkan lulusan yang siap berkarir dan berkompetisi dengan lulusan perguruan tinggi lain, IAIN Manado telah mendirikan sebuah Pusat Karier yang memberikan layanan-layanan karier, pengembangan kompetensi dan *soft skills* calon lulusan, kesiapan bekerja, informasi lowongan (*job fair dan campus hiring*), konseling karier, serta pelaksanaan pelacakan alumni (*tracer study*). Selain menjadi persyaratan penting untuk pelaksanaan akreditasi nasional, regional maupun internasional, kegiatan Pusat Karier khususnya *tracer study* akan menjadi sebuah pusat informasi perkembangan dan pergerakan alumni yang memberikan pertimbangan signifikan untuk peningkatan kualitas proses pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.⁶⁷

⁶⁷IAIN Manado, 11.

B. Analisis Pemanfaatan Tiktok pada Mahasiswa IAIN Manado

Perkembangan yang cukup signifikan yang terjadi pada aplikasi media sosial seperti Tiktok yang menjadi sumber ketertarikan bagi sebagian besar masyarakat pada umumnya. Maraknya pengakses Tiktok dari warganet karena mencari konten-konten hiburan, informasi, dan edukasi, khususnya yang berkaitan dengan ajaran Islam. Tiktok, sebagai media yang populer, terdapat fitur-fitur menarik yang dapat membuat setiap pengaksesnya tidak hanya tertarik tapi bahkan menjadi candu.

Kemudian, konten video yang ada pada Tiktok memanglah beragam, mulai dari video tutorial pendek, video lucu, video unik, dan masih banyak konten menarik lainnya yang bisa digunakan sebagai wahana untuk menghilangkan stres dan bosan pada aktivitas sehari-hari yang monoton. Efek-efek video yang disajikan oleh Tiktok juga efisien untuk diaplikasikan, konten-konten yang pada mulanya biasa saja, bisa diedit dengan mudah menggunakan fitur yang ada pada Tiktok.

1. Bentuk Pemanfaatan Tiktok pada Mahasiswa IAIN Manado

Tidak semua pengguna Tiktok mengunggah konten, karena pada dasarnya memang tidak ada batasan bagi pemakai aplikasi ini yang mengharuskan mengunggah video untuk bisa menggunakannya. Bagaimanapun interaksi dalam media Tiktok hanya dapat terjadi dengan saling kolaborasi melalui video yang sudah terunggah dan melalui media pesan yang ada dalam aplikasi ini. Sehingga bagi yang tidak fokus dengan pembuatan konten video dan mengunggahnya, mereka bisa memanfaatkannya sebagai wadah untuk dinikmati, oleh karenanya mereka hanya sebatas pengakses sekaligus penikmat saja.

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa yang biasa disapa Ningsih mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, beliau memberikan pernyataan terkait pemanfaatan Tiktok bahwa:

“Saya mengetahui Tiktok sejak tahun 2020 tetapi menjadi pengguna aktif pada tahun 2021 (tahun lalu). Saya sering mengakses Tiktok secara rutin setiap hari. Tiktok sebagai aplikasi yang ada nilai positif dan negatif, tentunya kita sebagai mahasiswa modern mesti selektif dan mengambil konten hiburan yang positif. Banyak konten yang viral atau trend sebagai

hiburan di Tiktok. Saya juga menyukai konten Tiktok yang berkaitan dengan pendidikan, dakwah Islam, serta konten yang bernilai.”⁶⁸

Saudari Ningsih, walau dengan interval waktu, dari mulai mengetahui hingga saat menjadi pengguna aktif, sangatlah intens dalam mengakses konten-konten di Tiktok berupa konten edukasi dan dakwah Islam. Disamping itu, Ningsih melihat Tiktok bukan hanya sebatas konten hiburan yang bebas nilai, tapi memiliki sisi positif dan negatif dan sebagai mahasiswa Ningsih mengajak kita untuk selektif dalam memilih konten-konten hiburan.

Adapun wawancara dengan mahasiswa yang biasa dipanggil Tika yang merupakan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Tika memaparkan bahwa:

“Saya telah mengetahui dan menggunakan Tiktok kurang lebih sudah empat tahun, sejak tahun 2018. Saya mengakses Tiktok secara rutin setiap hari dengan durasi waktu rata-rata maksimalnya 4 jam. Pada umumnya konten atau video pada Tiktok itu sangat menghibur. Disamping menghibur, terdapat banyak konten-konten motivasi diri yang dapat menyadarkan dan menyemangati saya, dan bahkan Tiktok bisa jadi sumber *overthinking* bagi saya.”⁶⁹

Dari penjelasan saudari Tika, beliau sangat antusias dengan aplikasi Tiktok ini. Selama empat tahun menggunakan Tiktok, beliau menjadikan Tiktok sebagai sarana hiburan dan baginya menjadi sumber motivasi bahkan dapat menginsyafkannya saat mengakses konten-konten tertentu. Menariknya, dari yang disampaikan informan, jika tidak dapat mengontrol penggunaan Tiktok secara teratur, maka dapat menimbulkan *overthinking* atau berpikiran lebih yang berdampak pada persoalan mental.

Selanjutnya penulis mewawancarai Balgis yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pernyataan beliau terkait bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai berikut:

“Sebenarnya saya sudah mengetahui Tiktok dari tahun 2018, tapi belum menjadi pengguna aktif. Kalau mempunyai akun Tiktok nanti pada tahun

⁶⁸Ningsih, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

⁶⁹Tika, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

2021. Pada awalnya saya tidak tertarik dengan Tiktok karena yang paling sering ditampilkan ialah konten-konten tarian atau goyangan dari perempuan. Juga pada awal penggunaannya saya tidak terlalu aktif mengakses Tiktok, tetapi sekarang saya lebih sering mengaksesnya. Saat ini, biasanya saya mengakses Tiktok pada waktu istirahat di siang hari dan sebelum tidur. Sebelum menjadi pengguna aktif, saya melihat Tiktok adalah aplikasi yang tidak baik atau negatif, akan tetapi belakangan ini Tiktok sudah menjadi wadah berekspresi, tempat untuk menghasilkan uang, dan mendapatkan informasi khususnya terkait dengan kondisi Indonesia hari ini. Menurut saya, konten-konten yang viral hari ini justru adalah hal yang tidak penting dan tidak bermanfaat bahkan hal yang receh yang tidak ada bobot nilai, yang justru menutup informasi-informasi penting dan bermanfaat.”⁷⁰

Dari pernyataan tersebut di atas, Balgis telah lebih dahulu mengenal Tiktok sejak 2018 tetapi belum mengaksesnya secara aktif pada saat itu. Nanti saat tahun 2021 lalu beliau mulai mengaksesnya. Berdasarkan pernyataannya, beliau agaknya kurang tertarik dengan mengakses Tiktok sebagai bentuk hiburan melainkan memanfaatkannya sebagai sarana informasi yang penting. Dari informasi itulah informan ini merasa mendapatkan manfaat dari aplikasi Tiktok ini.

Berikutnya hasil wawancara dengan mahasiswa yang biasa disapa Risna, mahasiswa Fakultas Syariah yang merupakan informan mahasiswa ke empat, tanggapan informan terkait bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai berikut:

“...kalau mengenal aplikasi Tiktok itu dari tahun 2019, tapi mempunyai akun saat tahun 2020. Untuk intensitas penggunaannya, akhir-akhir ini saya lebih sering mengakses Tiktok dan biasanya mengakses selama kira-kira 1 atau 2 jam, karena Tiktok sebagai sarana hiburan, sarana mencari informasi, berita-berita terkini, dan sebagai pemicu agar saya bisa lebih giat untuk membuat konten sendiri. Dengan adanya konten-konten hiburan yang lucu itu saya terkadang jadi terhibur dan juga dapat mengetahui pengalaman-pengalaman tertentu berdasarkan informasi yang didapatkan melalui konten-konten Tiktok. Kemudian Tiktok dapat menjadi sarana pendidikan karena terdapat banyak konten edukasi, seperti konten yang berkenaan dengan Fakultas saya yaitu tentang hukum, kemudian ada konten terkait persoalan ekonomi, jadi tidak hanya sebatas hiburan dan informasi tapi juga sebagai sarana pendidikan. Untuk konten-konten yang viral di Tiktok, saya kurang menyukainya karena kebanyakan hanya gosip

⁷⁰Balgis, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

yang tidak bermanfaat. Jadi kita saat mengakses Tiktok harus secara selektif memilih konten.”⁷¹

Sejauh yang penulis amati, bagi mahasiswa yang hanya mengakses Tiktok untuk mencari dan menikmati konten video yang bagi mereka menarik, tidak seoptimal dengan mahasiswa yang memiliki ketertarikan untuk menjadi konten kreator dan berkontribusi sebagai pengunggah konten dalam suatu komunitas Tiktok. Oleh karena itu, jika mereka mengunggah konten, mahasiswa hanya menjadikan konten Tiktok itu sebagai pelepas penat, pengisi waktu luang atau sebagai konten privat saja.

Berdasarkan hasil wawancara, baik dari hasil wawancara kepada informan terkait pemanfaatan Tiktok yang penulis himpun dari mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, secara umum terdapat tiga bentuk pemanfaatan dalam penggunaan media Tiktok oleh mahasiswa, yakni: Tiktok sebagai sumber hiburan, sebagai sumber informasi, dan sebagai sumber edukasi.

2. Bentuk Pemanfaatan Tiktok sebagai Media Dakwah pada Mahasiswa IAIN Manado

Perkembangan yang masif terhadap media sosial Tiktok dewasa ini menjadi daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan banyaknya netizen, dalam hal ini para pengguna Tiktok yang tidak hanya mencari hiburan saja tetapi juga mencari informasi dan edukasi Islam melalui konten-konten Tiktok.

Tiktok selain dimanfaatkan sebagai media hiburan, informasi dan edukasi secara umumnya, juga cukup masif diampifikasi sebagai media dakwah. Apalagi jika dengan mencarinya melalui tagar *#Dakwah* pasti langsung memunculkan sejumlah konten-konten dakwah Islam berdasarkan *username* akun Tiktok para konten kreator.

⁷¹Risna, Bentuk Pemanfaatan Tiktok, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

Adapun bentuk pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa IAIN Manado berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Ningsih, beliau memaparkan bahwa:

“...ya saya sangat tertarik dengan konten-konten dakwah Islam. Saat mengakses Tiktok, konten dakwah yang saya pilih yaitu video yang menampilkan potongan ceramah dari Ustadz Hanan Attaki dan Ustadz Abdul Somad. Alasan memilih konten ceramah dari Ustadz Hanan Attaki karena beliau membawakan materi dakwah yang relevan dengan kondisi kepemudaan, bagaimana seorang anak muda dapat bergaul dengan cara-cara yang islami. Adapun konten dakwah potongan ceramah Ustadz Somad lebih terkait bagaimana tata cara sholat, bagaimana menjadi seorang ciptaan yang berakhlak. Bagi saya Tiktok sebagai media dakwah cukup efektif karena metode pengemasan konten dakwah yang mudah dan ringkas walaupun durasi video dari setiap konten dakwah yang tidak terlalu panjang.”⁷²

Dari uraian hasil wawancara dengan Ningsih, penulis menganalisis bahwa Tiktok yang dimanfaatkan sebagai media dakwah cukup efisien dibandingkan dengan media-media pada umumnya, hal ini mengingat durasi konten yang terbatas dengan durasi 1 sampai 2 menit. Dengan demikian, Tiktok pun sebenarnya cukup efektif dari segi pemilihan latar atau bentuk konten dakwah jika dikaitkan dengan konteks pemuda.

Berikutnya, hasil wawancara dengan saudari Tika, terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah, beliau mengemukakan bahwa:

“...adalah konten-konten dakwah Islam yang berkaitan dengan nasihat-nasihat Agama dari beberapa dai seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Ustadzah Oki Setiana Dewi, dan Ustadz Syam yang seringkali saya tonton di Tiktok. Berdakwah di Tiktok itu lebih bagus mengingat durasi yang pendek daripada mengakses Youtube yang notabene dengan durasi cukup panjang, sementara di Tiktok banyak konten-konten dakwah berupa nasihat islami hal ini dapat mempermudah pencarian informasi bagi mahasiswa. Bagi saya walaupun konten-konten dakwah yang ada di Tiktok durasinya tidak sepanjang dengan aplikasi lain tapi cukup efektif dalam hal pengemasan konten dakwahnya berdasarkan tema yang mau diangkat.”⁷³

⁷²Ningsih, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

⁷³Tika, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan 23 September 2022.

Bagi Tika, Tiktok merupakan media yang membuka peluang besar terhadap para dai untuk menyebarkan dan mendakwahkan nasihat-nasihat islami. Pada aplikasi Tiktok yang berbeda, misalnya dengan youtube yang memiliki durasi konten video yang lebih panjang, tidak membuat kadar efektivitas penyampaian materi menurun, hal ini karena tingkat efektivitas tidak selamanya terikat dengan durasi. Artinya, selama Tiktok itu memuat konten-konten dakwah Islam secara kontinu dan ditampilkan dengan tema-tema tertentu maka Tiktok tetap bermanfaat bagi dakwah.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Balgis terkait pemanfaatan Tiktok sebagai Media Dakwah sebagai berikut:

“...sekarang saya lebih tertarik dengan dakwah yang ada di Tiktok, karena banyak potongan ceramah yang bernilai mulai viral di Tiktok. Konten-konten dakwah yang sering muncul di akun saya yang direkomendasikan oleh algoritma Tiktok lebih banyak yang muncul konten dakwah mengenai motivasi pernikahan, juga konten yang memuat motivasi-motivasi ayat al-Qur’an yang diambil dari potongan ayat al-Qur’an tertentu terhadap persoalan anak muda seperti *Quarter Life Crisis (QLC)* yang itu saya pernah rasakan. Di sisi lain ada konten-konten dakwah Islam yang memuat motivasi penguatan anak muda Islam, konten tersebut menampilkan potongan kalimat motivasi dari para Ulama, salah satunya kalimat dari Imam Syafi’i seperti; “jika engkau tidak mampu menahan lelahnya belajar, maka engkau harus mampu menahan perihnya kebodohan”. Tanggapan saya terhadap para pendakwah atau dai di Tiktok mereka orang-orang yang berani bicara, berani *speak-up* untuk menyiarkan nilai-nilai Islam. Dan metode penyampaian dari para dai muda yang mengunggah konten dakwah di Tiktok, contohnya seperti akun @husainbasyaiban yang menyederhanakan hadis-hadis yang ia pelajari sebelumnya lalu dibuat konten dakwah yang sederhana dan menjadi konten yang menarik, sehingga ini menjadi peluang untuk menyiarkan Islam bukan hanya pada umat muslim tapi juga non-muslim. Jika Tiktok secara jangka panjang dimanfaatkan untuk dakwah maka Tiktok menjadi sarana yang efektif apalagi untuk menjawab persoalan-persoalan dalam kehidupan dan persoalan larangan dan kewajiban, mahasiswa bisa mengaksesnya melalui Tiktok karena hari ini Tiktok begitu marak. Juga Tiktok efektif karena dapat menjangkau objek dakwah berdasarkan usia-usia pengakses, misalnya remaja, pemuda dan dewasa.”⁷⁴

⁷⁴Balgis, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 23 September 2022.

Dari apa yang disampaikan oleh Balgis selaku mahasiswa IAIN Manado, ia melihat bahwa ketertarikan konten dakwah di Tiktok tidak dapat terelakkan, karena kontek-konten dakwah yang bermunculan disamping begitu beragam, begitu estetik, juga begitu relevan dengan pemuda hari ini, khususnya dengan mahasiswa. Yang menarik dari pernyataan saudari Balgis, menurutnya orang yang berdakwah di Tiktok adalah orang-orang yang berani, orang-orang yang memiliki kesadaran bahwa menyiarkan nilai-nilai Islam itu penting. Tiktok dipandang efektif bagi Balgis jika secara konsisten dimanfaatkan murni untuk tujuan dakwah Islam. Di samping itu, untuk menguatkan efektivitas dakwah di Tiktok, konten-konten dakwah harus diklasifikasikan berdasarkan para pengakses, mulai dari remaja, pemuda hingga dewasa, hal ini agar konten Tiktok tepat sasaran berdasarkan tema konten dakwah itu sendiri.

Selanjutnya hasil wawancara bersama Risna terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah sebagai berikut:

“...saya pribadi sangat tertarik dengan konten-konten dakwah, karena sering mengakses Tiktok dan mencari lagu-lagu kasidah islami seperti dari Maher Zain, salawat-salawat, dan lantunan suci ayat-ayat al-Qur’an melalui konten video Tiktok. Kemudian saat lagi senggang, saya suka mencari konten yang memuat ceramah dari Buya Yahya, Ustadz Khalid Basalamah, dan Ustadz Adi Hidayat, hal ini diperlukan mengingat kita sebagai manusia yang memiliki kepercayaan dan spiritualitas, butuh asupan atau dorongan yang menguatkan kita secara ihsan untuk berbuat baik, jadi menurut saya konten-konten dakwah di Tiktok itu sangat bermanfaat. Di samping itu karena konten-konten dakwah itu umum, maka saya lebih tertarik mencari konten-konten dakwah mengenai persoalan akhlak, ibadah atau tata cara sholat dan juga mengenai hukum-hukum Islam. Menurut saya Tiktok itu mempermudah para dai untuk berdakwah karena hari ini banyak yang menggunakan dan mengakses Tiktok, tentu ini adalah hal yang baik. Jadi menurut saya, kita sebagai mahasiswa saat mengakses konten-konten dakwah di Tiktok, seharusnya mampu bersikap selektif saat mencari konten, selama saya pribadi memanfaatkan dakwah sebagai media dakwah walau hanya menjadi penikmat saja, Tiktok itu sangat efektif”.⁷⁵

Dari apa yang dijelaskan oleh Risna di atas, penulis menganalisis bahwa Tiktok saat ini terdapat banyak konten-konten islami yang memiliki makna

⁷⁵Risna, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan 23 September 2022.

implisit sebagai syiar dan dakwah Islam. Memanfaatkan Tiktok yang begitu mudah untuk diakses sekarang ini membuat mahasiswa mau menjadikannya sumber penguatan keimanan dan spiritualitas. Jadi nilai-nilai yang didapatkan melalui konten dakwah Islam di Tiktok, memicu mahasiswa untuk dapat berbuat baik (ihsan). Sebagai mahasiswa, Risna lebih menyukai konten dakwah Islam yang memiliki keterikatan dengan akhlak dan persoalan hukum-hukum Islam. Dari sejumlah uraian, Risna menekankan bahwa Tiktok itu sangat efektif.

Sebagai seorang mahasiswa yang memanfaatkan Tiktok di ruang lingkup kampus, dalam hal ini IAIN Manado, tentulah kita perlu mencari tahu bagaimana pandangan dai atau dosen Program Studi Manajemen Dakwah terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah pada mahasiswa IAIN Manado. Maka dari itu penulis juga mewawancarai salah satu dosen dan dai sebagai validator dan pembanding dari para informan yaitu mahasiswa IAIN Manado.

Kemudian, penulis telah melakukan wawancara dengan salah satu dai juga sekaligus dosen Manajemen Dakwah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Manado yang ternyata juga menjadi pengakses sekaligus memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah di ruang lingkup kampus IAIN Manado, beliau sering disapa Mardan. Hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Saya sejak sekolah sudah memiliki pengalaman berdakwah, jadi sudah dilatih sejak masih jadi pelajar, hingga saat ini. Ya, saya sudah lama mengetahui dan memanfaatkan Tiktok sejak tahun 2021, sudah satu tahun terakhir. Akan tetapi saya tidak terlalu intens mengakses konten-konten Tiktok, tapi sering membagikan konten-konten dakwah pribadi di akun sendiri secara intens. Aplikasi Tiktok ini kalau kita lihat kan kebanyakan digunakan oleh anak muda, generasi milenial, sampai generasi Z. Mereka melihat berbagai konten hiburan dalam video yang singkat di Tiktok, nah merespon hal tersebut, perlu kita manfaatkan Tiktok sebagai media yang punya muatan nilai seperti dakwah Islam. Sebagai seorang dai, seharusnya kita memanfaatkan Tiktok untuk menyebarkan nilai Islam, berdakwah secara singkat, sederhana dan menarik bagi objek dakwah yang masih muda apalagi mahasiswa. Jadi kita susupi Tiktok dengan konten-konten dakwah Islami yang mudah dipahami dan berdasarkan ketertarikan mereka, hal ini bertujuan untuk membuat media sosial sebagai media yang positif. Untuk melihat seberapa jauh efektivitas dakwah di Tiktok, kalau dai yang memang sudah terkenal lebih dulu, biasanya objek dakwah akan lebih tertarik jika mereka membuat konten dakwah secara utuh dengan wajahnya karena sudah familiar. Tetapi bagi dai yang tidak terlalu familiar

atau terkenal, biasanya hanya menampilkan suara, audio atau tulisan saja. Selanjutnya kita perlu membaca keinginan dari objek dakwah, khususnya mereka generasi milenial, bagi saya tidak terlalu efektif apabila dai membuat konten ceramah utuh kepada mereka, kecuali dai itu sudah lebih dahulu dikenal. Intinya, bagi objek dakwah yang masih muda, mereka lebih menyukai konten-konten yang sederhana, singkat, padat, jelas, dan juga indah atau estetik meskipun itu dibuat, disampaikan, dan disebarkan oleh pendakwah yang kurang, bahkan tidak terkenal selama konten itu memuat inti pesan dakwah.”⁷⁶

Dari uraian yang diberikan oleh Mardan sebagai salah seorang dai di lingkungan IAIN Manado. Beliau walaupun belum cukup lama menjadi pengakses Tiktok, tapi sudah memanfaatkannya sebagai media dakwah, bukan saja sebagai penikmat bahkan menjadi pembuat konten dakwah. Secara umum pengakses aplikasi Tiktok ini mayoritas kaum muda, dan meninjau bahwa mereka lebih tertarik pada hal-hal hiburan, maka perlu melihat Tiktok sebagai sarana yang bermanfaat, kita harus menyusupi Tiktok dengan nilai-nilai positif, nilai-nilai Islam dengan cara berdakwah di Tiktok. Disamping itu, penting bagi dai untuk mengemas konten dakwahnya berdasarkan apa yang diinginkan atau kecenderungan para pengakses hari ini. Tentunya konten dakwah yang disebarkan di Tiktok akan efektif apabila kita membuatnya secara ringkas, padat, jelas, namun tidak lepas dari bentuk estetika konten itu sendiri. Konten dakwah di Tiktok semakin efektif apabila berdakwah tidak hanya memperhatikan materi dakwah tetapi juga memperhatikan latar belakang objek dakwah dan *atsar* atau efek dari mereka seperti apa, maka semakin efisien konten dakwah tersebut semakin efektif pula pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah.

Bagaimanapun, untuk mendapatkan bentuk eksplanasi atau penjelasan yang lebih pasti, penulis juga mewawancarai seorang dosen dari Program Studi Manajemen Dakwah, Bapak Mustafa. Beliau juga merupakan Ketua Prodi (Kaprodi) Manajemen Dakwah. Adapaun uraian dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Ya sepanjang yang saya ketahui, Tiktok ini merupakan media digital baru yang digunakan oleh para remaja dan dewasa, bentuk mediana agak

⁷⁶Mardan, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan, 03 Oktober 2022.

berbeda dengan beberapa media seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Saya sudah cukup lama mengetahui Tiktok ini walau hanya sekadar menjadi penikmat. Saya sebenarnya tidak memiliki akun pribadi, dan mengetahui Tiktok melalui media lain. Awalnya saya melihat memang Tiktok merupakan media hiburan di kalangan masyarakat remaja, pemuda, dan dewasa. Kemudian, saya lihat ternyata ini bisa berpeluang sebagai media dakwah, jadi konten-konten video yang disebar bisa diubah menjadi hal-hal positif tentang dakwah. Saya sangat merespons positif terhadap media sosial, khususnya Tiktok ini. Ibaratkan bilah pisau, media sosial itu tergantung pemanfaatannya seperti apa, ia akan baik apabila digunakan secara tepat untuk kebaikan, sebaliknya dapat mencederai kebaikan dan moral. Sepanjang Tiktok itu berkaitan dengan persoalan nilai-nilai Islam dengan cara dakwah, jika diniatkan pada hal positif seperti itu maka boleh-boleh saja. Tiktok walaupun hanya memuat video-video dakwah secara ringkas dan padat asal jelas saja materinya, dan bergantung pada pengemasan kontennya seperti apa yang lebih bagus di *setting* maka lebih bagus saja dan cukup efektif.”⁷⁷

Bapak Mustafa selaku Kaprodi pada dasarnya bukan seorang pengguna media Tiktok, tetapi beliau mengetahui seperti apa Tiktok itu dan bagaimana bentuk pemanfaatan pada umumnya. Beliau lebih sering menggunakan Facebook, Youtube, dan Instagram sebagai media komunikasi dan kadang juga memanfaatkannya sebagai media dakwah, dari situlah beliau mengetahui konten-konten Tiktok. Media ini dipandang sebagai sarana dakwah, maka memanfaatkannya demi kepentingan dakwah itu perlu, mengingat Tiktok banyak diakses, digunakan, bahkan dimanfaatkan hanya sebagai sarana hiburan dan pengguna serta sasarnya kebanyakan oleh kaum remaja, pemuda dan dewasa. Kemudian, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mustafa, penulis menganalisis bahwa mahasiswa seharusnya secara mayoritas menyebarkan dan mendakwahkan nilai-nilai Islam melalui konten-konten di Tiktok. Tiktok sebagai media dakwah akan efektif apabila konten atau video dakwah itu dikemas secara menarik, singkat, dan jelas materinya. Di samping itu, karena aplikasi ini banyak digunakan oleh mahasiswa, tentu ini memudahkan setiap penggunanya untuk menerima hal-hal positif melalui konten dakwah di Tiktok. Video pendek itu harus diunggah secara berkala dan kontinu agar maksud dan tujuan penyampaian

⁷⁷Mustafa, Tiktok Sebagai Media Dakwah, Catatan Lapangan. 03 Oktober 2022.

materinya kena dan tepat sasaran. Sejah yang penulis observasi bahwa, dalam aplikasi Tiktok terdapat sarana timbal balik sebagai bentuk dari *atsar* efek dakwah, kolom komentar yang sering digunakan oleh para pengakses, seringkali memberikan masukan-masukan yang positif, hal ini berarti berdakwah di Tiktok sangat diapresiasi dan banyak antusiasmenya dari para pengguna Tiktok sebagai media dakwah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari apa yang penulis uraikan di atas mulai dari latar belakang, landasan teori, metode penelitian yang penulis gunakan dan sesuai dengan hasil penelitian lapangan yang direduksi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk Pemanfaatan Tiktok pada Mahasiswa IAIN Manado

Aplikasi atau media Tiktok oleh mahasiswa IAIN Manado sering dimanfaatkan selain sebagai sarana informasi, hiburan, dan media edukasi. Sebagai media hiburan, Tiktok lebih banyak menyediakan konten hiburan yang banyak diakses oleh pemuda, khususnya mahasiswa. Di sisi lain, terdapat informasi-informasi yang viral, dimana mahasiswa sering memanfaatkan Tiktok untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan dunia kemahasiswaan, kampus, bahkan isu-isu kenegaraan sekaligus.

2. Bentuk Pemanfaatan Tiktok sebagai Media Dakwah pada Mahasiswa IAIN Manado

Secara spesifik, edukasi dalam konteks penanaman nilai keislaman yang terdapat pada konten-konten di Tiktok yang disebarakan melalui dakwah Islam. Dari hasil wawancara yang ada, informan mengungkapkan bahwa Tiktok adalah media yang berpeluang untuk disebarakan konten dakwah Islam secara intens. Kemudian Tiktok dipandang efektif sekaligus efisien sebagai media dakwah mengingat cukup mudah untuk diakses oleh mahasiswa, karena dewasa ini mayoritas mahasiswa telah menggunakan Tiktok. Bagaimanapun bentuk konten yang dibuat untuk keperluan dakwah, terlepas dari metode yang kreator atau bahkan dai buat perlu disesuaikan dengan keinginan dari objek dakwah atau *mad'u*, berdasarkan informasi dari informan, bahwa mahasiswa hari ini lebih tertarik dengan konten dakwah yang sederhana, singkat, padat dan jelas. Karena dakwah pada kalangan milenial, mengikuti perkembangan zaman yang berubah

sesuai kebutuhan era digital saat ini, jadi anak milenial cenderung melihat konten dakwah yang menarik sekaligus estetik di Tiktok.

Selama konten-konten dakwah yang dibuat oleh pendakwah tidak lepas dari wilayah akidah, syariat, dan ditegaskan oleh akhlak. Dengan adanya konten-konten yang berlandaskan ketiga prinsip tersebut, sehingga dapat mewujudkan konten dakwah Islam yang berbobot, bernilai, bermanfaat, dan aplikatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dakwah tidak semestinya dipandang secara konvensional dan normatif, dalam artian melakukan dakwah secara verbal mimbar ke mimbar, dakwah melalui kajian-kajian tertentu dan sebagainya, karena prinsip dakwah sendiri yang fleksibel, maka harus lebih giat memanfaatkan media-media yang ada, salah satunya adalah media sosial Tiktok.
2. Sebagai mahasiswa IAIN Manado, yang memanfaatkan Tiktok sebagai media, jangan sampai hanya terbatas pada konten-konten hiburan saja tetapi haruslah memanfaatkan Tiktok sebagai media informasi pun edukasi. Mengingat konteks kemahasiswaan yang terikat dengan prinsip pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Maka dari itu perlu sekali setiap mahasiswa yang mengakses Tiktok memanfaatkannya pada ketiga prinsip tersebut.
3. Mahasiswa pada umumnya dan secara khusus mahasiswa IAIN Manado sebaiknya lebih intens lagi menjadi pembuat konten-konten yang bermanfaat di Tiktok. Lebih dari itu, Lebih lanjut lagi, mahasiswa semestinya dapat berperan aktif dalam menyebarkan atau berdakwah di Tiktok, entah secara verbal atau pun non-verbal.
4. Para pendidik, staf, ataupun dosen, sebaiknya lebih giat mendukung dan menstimulus perguruan tinggi, dalam hal ini Kampus IAIN Manado untuk memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah. Mengingat IAIN Manado

adalah kampus Islam dan dapat menjadi *role model* untuk menyiarkan nilai-nilai Islam melalui metode dakwah tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Ctapustaka Media, 2015.
- Cahyani, Dini Dwi. "Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial." Skripsi, UIN Raden Intan, Lampung, 2020.
- Deslima, Yosieana Duli. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung." Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2018.
- Fahrurrozi, Faizah dan Kadri. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Ghoni, Fahmi Abdul. "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)." Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2018.
- Hayati, Dinda Rizky. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis." Skripsi, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2021.
- Hikmawati, Sholihatul Atik dan Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol* 2, no. 1 (Januari 2021).
- Irawan, Prasty. *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: Setiawan Pers, 1990.
- Manado, IAIN. *Rencana Strategis (Renstra) Tahun 2020-2024*. 2020.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mutiah, Tuty Dkk. "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial." *Global Komunika* 1, no. 1 (Desember 2019).
- Sari, Dila Mayang. "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)." Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Secsio, Wilga, R. Nunung dan Meilanny. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja." *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016).
- Spradley, James. *Metode Etnografi*. Jakarta: Tiara Wacana, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Suryabrata, Sumandi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Usrina, Nora. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah." Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2021.

Yunal Isra, dkk. *Bijak Dalam Penggunaan Media Sosial*. Tangerang Selatan: t.p, t.th.

Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Media Grafika, 2006.

Internet

Erfani, Tasya. *Tiktok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya?* Maret 07, 2022. <https://kumparan.com/tesyaerfani123/tiktok-ramai-digunakan-di-indonesia-bagaimana-islam-memandangnya-1xdZE5MQQ8b>.

Manado, IAIN. *Kampus Multikultural*. <http://iain-manado.ac.id/?page-id=505>.

Riyanto, Andi Dwi. *Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2022*. 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.

Wawancara

Balgis. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Mardan. *Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dai*. Catatan Lapangan, 03 Oktober, 2022.

Mustafa. *Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dai*. Catatan Lapangan, 03 Oktober, 2022.

Ningsih. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Risna. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

Tika. *Bentuk Pemanfaatan Tiktok*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

—. *Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Catatan Lapangan, 23 September, 2022.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1:**PEDOMAN PENGUMPULAN DATA**

1. Panduan Observasi

NO	ASPEK OBSERVASI	INDIKATOR PROSES OBSERVASI
1.	Bentuk pemanfaatan Tiktok secara umum	<ul style="list-style-type: none"> - Mengamati intensitas penggunaan Tiktok. - Mengamati persepsi terhadap pemanfaatan Tiktok. - Mengamati konten rekomendasi di Tiktok berdasarkan algoritma akun. - Mengecek jumlah akun yang di <i>follow</i> oleh mahasiswa melalui akun pribadinya.
2.	Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah	<ul style="list-style-type: none"> - Mengamati kecenderungan mahasiswa terhadap konten-konten dakwah - Mengamati proses pemilihan konten dakwah yang dipilih oleh mahasiswa - Mengamati dan membandingkan pemanfaatan mahasiswa yang menonton konten dakwah di Tiktok dengan dai yang mengunggahnya secara mandiri. - Mengamati dan membandingkan efektivitas konten-konten dakwah yang ada di Tiktok berdasarkan metode pembuatan dan tema video dakwah.

2. Pedoman Dokumentasi

NO	DATA	SUMBER DATA
1.	Sejarah Singkat IAIN Manado	Dokumen IAIN Manado
2.	Visi Misi IAIN Manado	Buku Renstra IAIN Manado
3.	Jumlah Statistik Mahasiswa	Buku Renstra IAIN Manado
4.	Akun Tiktok Mahasiswa	Mahasiswa IAIN Manado

3. Pedoman Wawancara

NO	SUBJEK PENELITIAN	DAFTAR PERTANYAAN
1.	Mahasiswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah saudara/i mengetahui aplikasi Tiktok? 2. Sudah berapa lama saudara/i mengetahui Tiktok? 3. Seberapa sering saudara/i saat mengakses Tiktok? 4. Bagaimana pendapat saudara/i mengenai Tiktok secara umum? 5. Bagaimana tanggapan subjek terkait konten-konten yang viral di tiktok? 6. Apakah saudara/i tertarik dengan konten tentang dakwah Islam? 7. Konten dakwah seperti apa yang sering dipilih? 8. Kenapa saudara/i memilih konten dakwah itu? 9. Bagaimana pendapat saudara/i terhadap dai yang berdakwah di Tiktok? 10. Seberapa efektifkah konten-konten dakwah di Tiktok?

2.	Dai dan Dosen Manajemen Dakwah	<ol style="list-style-type: none">1. Apakah subjek mengetahui aplikasi Tiktok?2. Jika iya, sudah berapa lama?3. Apakah subjek menggunakan dan mengakses media Tiktok?4. Jika iya, bagaimana tanggapan subjek secara umum terkait Tiktok?5. Sebagai seorang dai atau dosen prodi Manajemen Dakwah, bagaimana ketertarikan subjek menjadi pengguna aktif media Tiktok?6. Sebagai seorang dai atau dosen prodi Manajemen Dakwah, bagaimana tanggapan subjek mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah?7. Seberapa efektifkah Tiktok untuk dijadikan sebagai media dakwah?
----	--------------------------------	---

Lampiran 2:**VERBATIM WAWANCARA****Informan pertama**

Nama : Ningsih

Status : Mahasiswa IAIN Manado, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah saudara telah mengetahui aplikasi Tiktok?	Ya, saya mengetahui aplikasi Tiktok.
2.	Sudah berapa lama saudara mengetahui Tiktok?	Saya mengetahuinya kira-kira sekitar 2 tahun yang lalu, tapi baru menggunakannya setahun yang lalu.
3.	Seberapa sering saudara mengakses Tiktok?	Saya mengakses Tiktok setiap hari
4.	Bagaimana pendapat saudara mengenai Tiktok secara umum?	Pendapat saya, kita sebagai anak modern harus mengambil sisi positifnya. Saya juga mendukung konten-konten yang berhubungan dengan pendidikan, dakwah dan konten yang positif.
5.	Bagaimana tanggapan saudara terkait konten-konten yang viral di Tiktok?	Misalnya konten yang viral terkait kasus KDRT Artis pasangan suami isteri, tanggapan saya, kita harus mengambil sisi positif dan hikmahnya saja.
6.	Apakah saudara tertarik dengan konten tentang dakwah Islam di Tiktok?	Ya, saya sangat suka dan sangat tertarik dengan konten dakwah Islam.
7.	Konten dakwah seperti apa yang sering dipilih?	Konten yang sering saya pilih itu konten dakwah Islamnya Ustadz Hanan Ataki sama Ustadz Abdul Somad.
8.	Kenapa saudara memilih konten dakwah itu?	Alasan saya memilih konten seperti ini karena materi Ustadz Hanan Ataki kalau

		berdakwah selalu berkaitan dengan pemuda. Seperti bagaimana seorang pemuda dapat mengontrol hawa nafsunya, bagaimana cara anak muda bergaul, bagaimana seorang anak muda dapat mengendalikan rasa cintanya kepada lawan jenis. Untuk Ustadz Abdul Somad lebih pada bagaimana tugas seorang hamba kepada sang khalik, bagaimana sikap kita kepada orang tua, dan kepada guru.
9.	Bagaimana pendapat saudara terhadap dai yang berdakwah di Tiktok?	Banyak dai yang membawakan dakwah yang berkaitan dengan anak muda yang dapat menarik perhatian mereka di Tiktok.
10.	Seberapa efektifkah konten-konten dakwah di Tiktok?	Bagi saya sangat efektif dan efisien, walaupun durasinya tidak banyak, tapi dalam video tersebut konten-konten tersebut menjelaskan materi secara rinci dan jelas.

Informan Kedua

Nama : Tika

Status : Mahasiswa IAIN Manado, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah saudara telah mengetahui aplikasi Tiktok?	Ya, saya telah mengetahui Tiktok.
2.	Sudah berapa lama saudara mengetahui Tiktok?	Kurang lebih 4 tahun saya mengetahui Tiktok.
3.	Seberapa sering saudara mengakses Tiktok?	Saya sangat intens mengakses Tiktok, karena mengaksesnya terhitung setiap hari, maksimalnya 4 jam.
4.	Bagaimana pendapat saudara mengenai Tiktok secara umum?	Tiktok ini secara umum merupakan aplikasi yang menghibur bagi kita para pemuda dan mahasiswa. Disisi lain Tiktok dapat menjadi sumber untuk mengevaluasi diri dan sumber <i>overthinking</i> .
5.	Bagaimana tanggapan saudara terkait konten-konten yang viral di Tiktok?	Banyak konten menarik yang viral, tapi yang membuat saya tertarik adalah konten yang memuat syiar islami.
6.	Apakah saudara tertarik dengan konten tentang dakwah Islam di Tiktok?	Saya sangat tertarik.
7.	Konten dakwah seperti apa yang sering dipilih?	Konten dakwah yang sering saya akses adalah berupa nasihat dari Ustadz Adi Hidayat, Syam, dan Ustadzah Oki dalam hal menguatkan iman.
8.	Kenapa saudara memilih konten dakwah itu?	Karena dapat menasihati diri sendiri agar bisa istiqomah.
9.	Bagaimana pendapat saudara terhadap dai yang berdakwah di Tiktok?	Bagi saya, dai yang berdakwah di Tiktok lebih bagus, karena durasi konten Tiktok yang singkat ketimbang dengan Youtube, jadi di Tiktok lebih gampang menyerap informasi.
10.	Seberapa efektifkah konten-konten dakwah di Tiktok?	Secara pribadi konten-konten dakwah tersebut cukup efektif dan bagi saya bisa dimengerti walaupun dengan durasi yang singkat.

Informan Ketiga

Nama : Balgis

Status : Mahasiswa IAIN Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah saudara telah mengetahui aplikasi Tiktok?	Ya saya sudah mengetahuinya.
2.	Sudah berapa lama saudara mengetahui Tiktok?	Saya sudah mengetahui Tiktok dari tahun 2018 walau belum mengakesnya.
3.	Seberapa sering saudara mengakses Tiktok?	Awalnya saya kurang sering mengakses. Tapi sekarang setiap ada waktu luang saya mengakses Tiktok.
4.	Bagaimana pendapat saudara mengenai Tiktok secara umum?	Pada umumnya saya berpikir bahwa Tiktok itu tidak baik bagi saya. Tapi akhir-akhir ini saya melihat Tiktok mulai berpeluang dimanfaatkan untuk mencari uang bahkan membagikan informasi penting.
5.	Bagaimana tanggapan saudara terkait konten-konten yang viral di Tiktok?	Kebanyakan konten yang viral itu sebenarnya tidak bermanfaat, karena pada dasarnya warga Indonesia menentukan yang viral pada hal yang unik, receh, dan yang memiliki muatan manfaat yang dapat mengganggu. Bahkan konten-konten viral dapat menenggelamkan informasi-informasi yang penting dan bermanfaat.
6.	Apakah saudara tertarik dengan konten tentang dakwah Islam di Tiktok?	Ya, untuk sekarang ini saya lebih tertarik.
7.	Konten dakwah seperti apa yang sering dipilih?	Konten yang memuat makna-makna al-Qur'an yang dapat memotivasi para pemuda.
8.	Kenapa saudara memilih	Karena konten-konten dakwah yang memuat

	konten dakwah itu?	ayat-ayat al-Qur'an, hadis, dan kalimat motivasi para ulama. Konten seperti ini juga terdapat pada laman rekomendasi atau <i>For Your Page</i> (FYP) di Tiktok.
9.	Bagaimana pendapat saudara terhadap dai yang berdakwah di Tiktok?	Pendapat saya, sebenarnya hal ini diperlukan. Mereka yang berdakwah di Tiktok memiliki keberanian untuk <i>speak up tentang</i> Agama Islam. Misalnya, konten dakwah dari Husain Basyaiban, dia adalah orang yang mempelajari Islam dan disampaikan di Tiktok secara menarik. Justru bisa menarik perhatian dari orang yang non-muslim karena mudah dipahami dan menarik.
10.	Seberapa efektifkah konten-konten dakwah di Tiktok?	Kalau melihat ketertarikan orang terhadap dakwah di Tiktok sekarang, sepertinya konten dakwah akan bertahan lama dan efektif, entah konten dakwah itu bagi remaja maupun orang dewasa. Jadi efektif dan juga efisien karena mudah diakses oleh kebanyakan orang.

Informan Keempat

Nama : Risna

Status : Mahasiswa IAIN Manado, Fakultas Syariah

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah saudara telah mengetahui aplikasi Tiktok?	Ya saya mengetahuinya.
2.	Sudah berapa lama saudara mengetahui Tiktok?	Saya sudah mengetahui sejak dari tahun 2019 lalu, tapi aktif menggunakan Tiktok dari 2020.
3.	Seberapa sering saudara mengakses Tiktok?	Untuk akses sendiri saya lebih sering mengaksesnya sekarang ini, karena Tiktok sebagai sarana hiburan, informasi terkait berita terbaru, dan sebagai sarana membuat konten. Biasanya saya menghabiskan rata-rata waktu 1-2 jam sehari.
4.	Bagaimana pendapat saudara mengenai Tiktok secara umum?	Menurut saya melalui Tiktok kita dapat mengaksesnya sebagai sarana informasi, kemudian bisa mengakses berita terbaru, dan sebagai sarana hiburan. Jadi dengan Tiktok ini kita dapat melihat hal-hal yang lucu dan menghibur, bukan hanya sebatas itu, Tiktok juga bisa sebagai sarana hiburan, misalnya informasi terkait kesehatan dan sarana edukasi yang berkaitan dengan program studi saya
5.	Bagaimana tanggapan saudara terkait konten-konten yang viral di Tiktok?	Saya pribadi kurang menyukai konten-konten yang viral secara umum, kadang hal tersebut sekarang ini hanya sebagai hal yang tidak bermanfaat positif, dan konten viral hari ini jarang yang bagus.

6.	Apakah saudara tertarik dengan konten tentang dakwah Islam di Tiktok?	Saya sangat tertarik.
7.	Konten dakwah seperti apa yang sering dipilih?	Saya seringn mengakses konten islami yang berkaitan dengan lagu kasidah Islam, terus salawat dan kajian al-Qur'an, serta kadang kalau senggang, sering mencari konten-konten tentang Buya Yahya, Ustadz Khalid, dan Ustadz Adi Hidayat. Khususnya yang berkaitan dengan akhlak dan tata cara beribadah.
8.	Kenapa saudara memilih konten dakwah itu?	Karena sebagai mahasiswa yang memiliki kepercayaan, perlu untuk menguatkan jiwa spiritual kita dengan hal-hal yang baik seperti yang ada dalam konten-konten tersebut.
9.	Bagaimana pendapat saudara terhadap dai yang berdakwah di Tiktok?	Menurut saya hal ini mempermudah mereka untuk berdakwah. Jadi para dai ini memanfaatkan Tiktok ini secara baik dengan menyiarkan Agama Islam melalui Tiktok.
10.	Seberapa efektifkah konten-konten dakwah di Tiktok?	Menurut saya selama konten tersebut baik, maka berpengaruh. Tapi sebagai mahasiswa kita tidak bisa menyimpulkan sesuatu tanpa menggali lebih dalam, jadi kita harus bisa mencari tahu lebih dalam konteks dalam Tiktok, yang penting selama konten tersebut tidak melenceng dari nilai Islam. Jadi menurut saya konten dakwah di Tiktok itu efektif.

Informan Kelima

Nama : Mardan

Status : Dai sekaligus Dosen Program Studi Manajemen Dakwah

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Sudah berapa lama bapak menjadi dai?	Saya sudah berdakwah sejak masih sekolah sampai sekarang.
2.	Apakah bapak mengetahui aplikasi Tiktok?	Ya saya mengetahuinya.
3.	Jika iya, sudah berapa lama mengetahuinya?	Mungkin sejak 1 tahun terakhir ini atau tahun 2021.
4.	Apakah bapak menggunakan dan mengakses media Tiktok?	Ya saya menggunakannya secara pasif.
5.	Jika iya, bagaimana tanggapan bapak secara umum terkait Tiktok?	Tiktok ini kalau dilihat, kebanyakan digunakan oleh anak milenial atau anak muda sekarang ini, yang biasanya melihat informasi singkat atau pun gaya hidup bahkan hiburan. Berdasarkan kenyataan ini, kita perlu untuk menjadikan Tiktok sebagai media yang positif misalnya dakwah secara sederhana, yang mampu dicerna dan menarik.
6.	Sebagai seorang dai atau dosen Prodi Manajemen Dakwah, bagaimana ketertarikan bapak menjadi pengguna Tiktok?	Jadi saya tertarik dengan Tiktok karena kita bisa masukkan konten-konten dakwah Islam yang sederhana, singkat dan menarik. Jadi dakwah yang bernilai harus disiarkan di Tiktok, agar supaya media sosial itu tidak hanya berisi hal-hal yang sia-sia dan negatif. Tetapi ketika anak muda mengakses video tersebut mereka mendapat semacam pelajaran

		yang singkat dan menarik. Itulah kenapa saya tertarik dengan Tiktok.
7.	Sebagai seorang dai atau dosen Prodi Manajemen Dakwah, bagaimana tanggapan bapak mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media Dakwah?	Tentu Tiktok berpeluang untuk disebarkan nilai-nilai positif, khususnya nilai Islam seperti media dakwah yang singkat, padat, jelas dan menarik.
8.	Seberapa efektifkah Tiktok untuk dijadikan sebagai media dakwah?	Biasanya efektivitas konten dakwah di Tiktok berdasarkan sosok siapa yang berdakwah, jadi orang yang sudah terkenal biasanya lebih suka didengar dengan wajahnya ditampilkan dalam konten tersebut. Tapi bagi mereka yang kurang familiar biasanya hanya ditampilkan tulisan atau suaranya saja. Kalau konten dakwah tersebut sudah ada <i>brand</i> akan lebih efektif untuk menarik minat dan perhatian, contohnya komunitas Hijrah. Apalagi jika konten video itu dibuat secara estetik dan materinya dikemas secara bagus dan mengena maka orang-orang akan lebih tertarik.

Informan Keenam

Nama : Mustafa

Status : Dosen Program Studi Manajemen Dakwah

NO.	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah bapak mengetahui aplikasi Tiktok?	Iya saya mengetahui Tiktok ini.
2.	Jika iya, sudah berapa lama mengetahuinya?	Walau hanya sebagai penikmat, saya telah mengetahui Tiktok ini cukup lama.
3.	Apakah bapak menggunakan dan mengakses media Tiktok?	Saya sebenarnya tidak mempunyai akun Tiktok pribadi.
4.	Bagaimana tanggapan bapak secara umum terkait Tiktok?	Saya lihat Tiktok ini lebih kepada dunia hiburan yang digunakan oleh remaja dan dewasa. Tapi ternyata media ini bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam sekaligus.
5.	Sebagai seorang dosen Prodi Manajemen Dakwah, bagaimana ketertarikan bapak dengan media Tiktok?	Sebenarnya saya sangat tertarik, karena media tersebut bisa dimanfaatkan untuk apa saja, apalagi sebagai media informasi, dan sepanjang yang saya tahu bisa dipakai sebagai media dakwah. Hal ini diibaratkan sebuah pisau.
6.	Sebagai seorang dosen Prodi Manajemen Dakwah, bagaimana tanggapan bapak mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media Dakwah?	Tiktok sebagai media atau alat informasi, sepanjang itu sebagai hal muamalah (hubungan sosial) atau informasi apa saja maka boleh-boleh saja, ini juga sebagai kreativitas dari setiap orang, selama Tiktok dimanfaatkan secara positif sebagai media dakwah.
7.	Seberapa efektifkah Tiktok	Barangkali cukup efektif, walaupun konten

	untuk dijadikan sebagai media dakwah?	atau video dakwahnya ringkas, singkat, dan padat. Selanjutnya efektivitasnya tergantung pada <i>setting</i> atau editannya seperti apa.
--	---------------------------------------	---

Lampiran 3:**DOKUMENTASI**

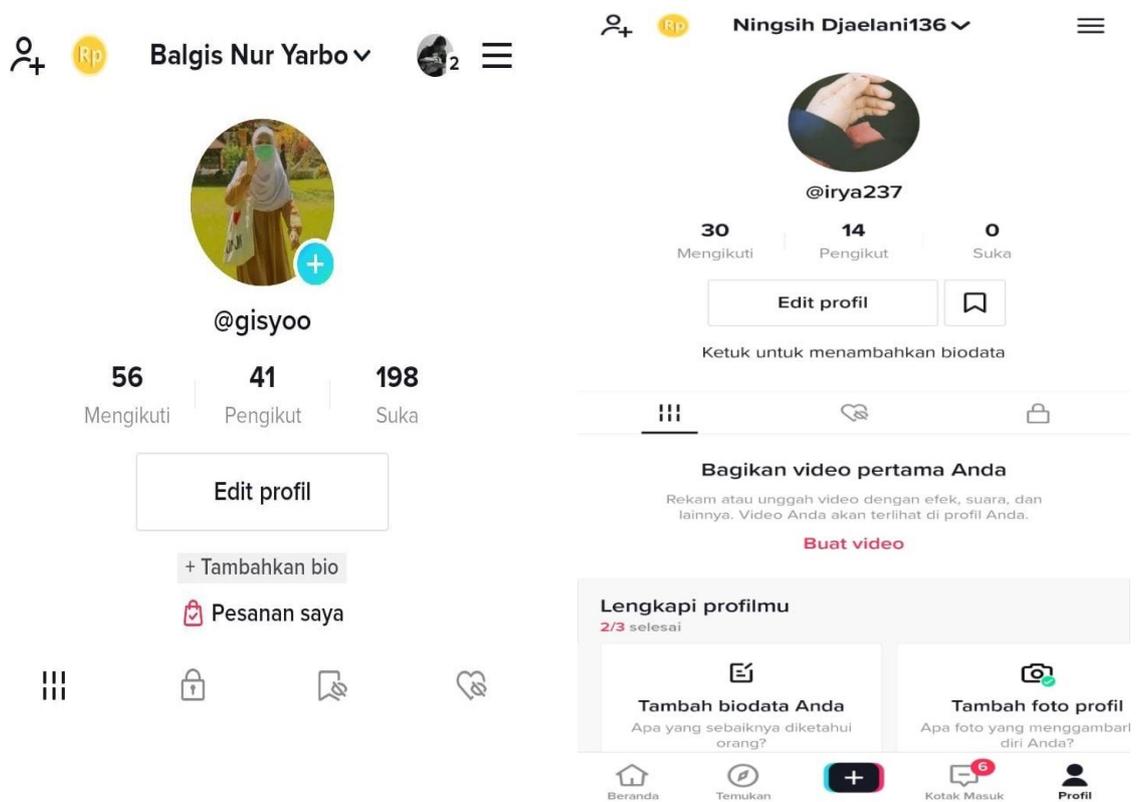
Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Manado

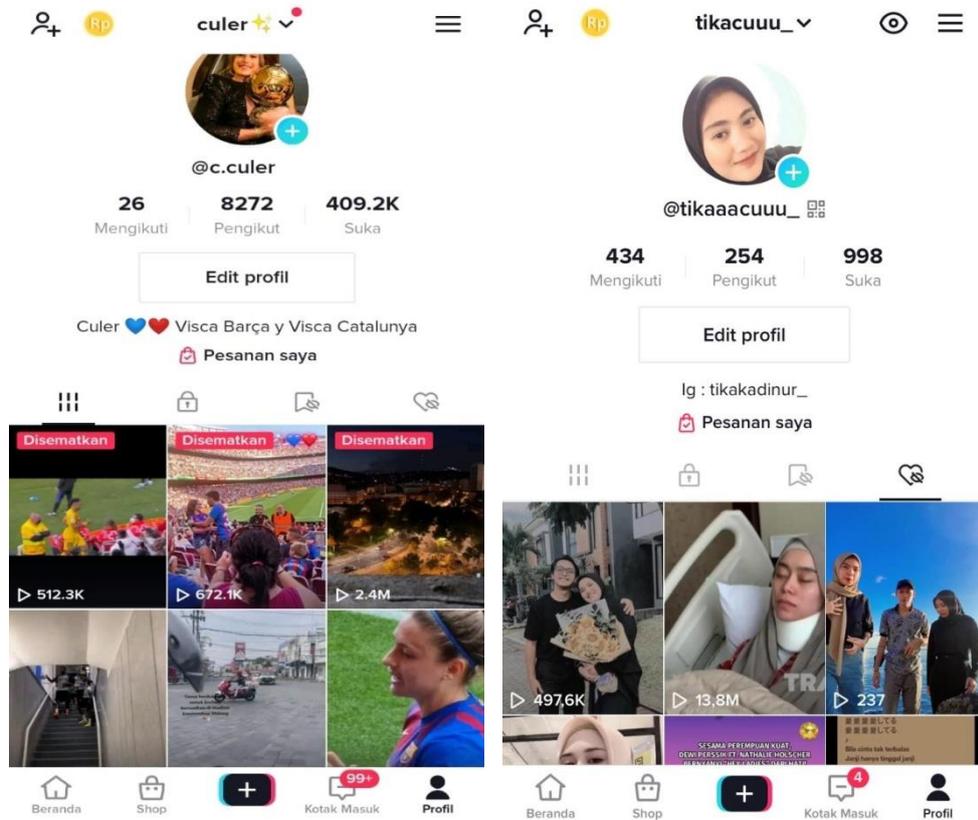


Wawancara dengan Dai Program Studi Manajemen Dakwah

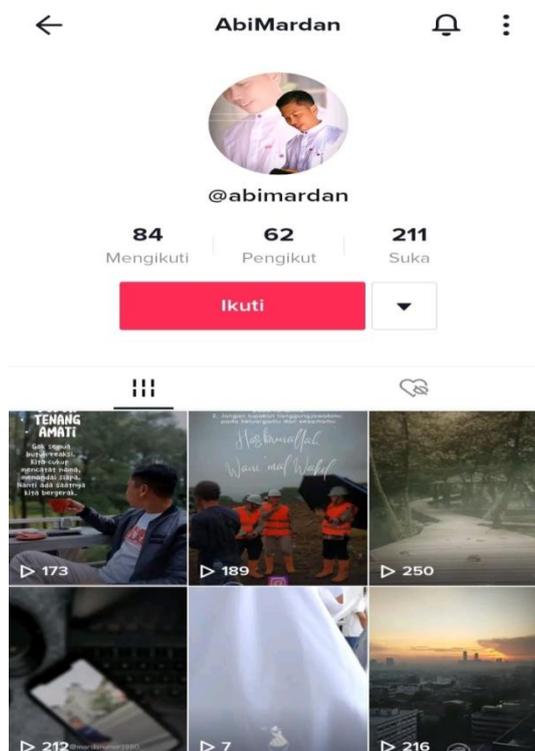


Profil Akun Tiktok Mahasiswa IAIN Manado





Profil Akun Tiktok Dai Program Studi Manajemen Dakwah Mardan



Lampiran 4:

PERMOHONAN IZIN PENELITIAN


KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B. G/0 /28/In.25/F.III/TL.00.1/09/ 2022
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian** Manado, 16 September 2022

Kepada Yth :
Mahasiswa IAIN Manado
Di -
Tempat.

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.
Dengan Hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas ushuluddin Adab dan Dakwah (IAIN) Manado, yang tersebut dibawah ini :

Nama :Muhamad Zidane Kendju
N I M :1835003
Semester :IX (Sembilan)
Fakultas :Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi :Manajemen Dakwah
Alamat :Kel.Malendeng Kec. Paal Dua Kota Manado.

Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang berjudul : **"Pemanfaatan Tik Tok sebagai Media Dakwah (Studi Pada IAIN Manado)."**

Dengan Dosen Pembimbing :

1. Dr. Shinta Nento, M.Pd
2. Aris Soleman, M.Psi

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan September s/d Oktober 2022.

Demikian harapan kami dan terima kasih.

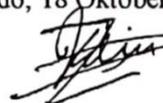

Wassalam
Dekan
Dr. Edi Gunawan, M.HI
NIP. 1984071220090 11013

Tembusan :
Rektor IAIN Manado Sebagai Laporan

IDENTITAS PENULIS

Nama Lengkap : Muhamad Zidane Kendju
TTL : Manado, 25 Oktober 2000
Alamat : Jl. Cendrawasih, Kelurahan Malendeng,
Lingkunan 2. Kota Manado
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Email : danzzakuduro@gmail.com
No. HP : 081244263223
Nama Ayah : Djoni Kendju
Nama Ibu : Djulpin Puwa
Riwayat Pendidikan:
SD/Tahun Lulus : SDN 55 Manado, 2011
SMP/Tahun Lulus : SMPN 01 Manado, 2014
SMA/Tahun Lulus : SMKN 03 Manado, 2017

Manado, 18 Oktober 2022



Muhammad Zidane Kendju

NIM: 1835003