



ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR ANGKATAN 2020

ANALYSIS OF THE USE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA AS A DAKWAH MEDIA FOR ISLAMIC COMMUNICATION AND BROADCASTING STUDENTS, MAKASSAR MUHAMMADIYAH UNIVERSITY, CLASS OF 2020

Mariama Mardatillah¹, Aliman², Ya'kub³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: maryamamardatillah3@gmail.com¹, aliman@unismuh.ac.id², ya'kub@unismuh.ac.id³

Article history :

Received : 27-11-2024

Revised : 29-11-2024

Accepted : 02-12-2024

Published : 05-12-2024

Abstract

This research aims to determine the use of TikTok social media as a Da'wah medium for Islamic Communication and Broadcasting Students, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University, Makassar, Class of 2020. Then find out what the supporting and inhibiting factors are for Islamic Communication and Broadcasting Students, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University, Makassar, Class of 2020, in utilizing TikTok as a medium for da'wah. This research is qualitative research, namely research that uses descriptive data in the form of written or spoken words from people and perpetrators who can be observed. This research uses observation, interviews and documentation methods. This research was located at the Muhammadiyah University of Makassar, Faculty of Islamic Studies, Islamic Communication and Broadcasting Study Program, which was conducted for 3 months, from September to December. The results of this research are that Islamic Communication and Broadcasting Students at Muhammadiyah University of Makassar, Class of 2020, use the social media TikTok as a medium for preaching. The form of content shared is in the form of videos and images with various types of content such as: spreading knowledge related to Islam and religious understanding, providing Islamic life tips and providing general motivation to the millennial generation. In spreading da'wah messages on TikTok social media, there are certainly supporting and inhibiting factors. Supporting factors in this case are the high chance of virality, the many features provided, the large number of users and the availability of adequate quota. The inhibiting factors are inadequate internet network and quota and as we can see, up to now, the content on TikTok social media is still predominantly entertainment content and this is also one of the inhibiting factors in spreading da'wah content on TikTok social media according to Communication Students and Islamic Broadcasting at Muhammadiyah University of Makassar Class of 2020 which uses TikTok as a Da'wah medium.

Keywords : Dakwah, Media, Tik Tok



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020. Kemudian mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam memanfaatkan *TikTok* sebagai media dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan pelaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang dilakukan selama 3 Bulan, dari bulan September hingga Desember. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 memanfaatkan Sosial Media *TikTok* sebagai media dakwah. Bentuk konten yang dibagikan berupa video dan gambar dengan berbagai macam jenis konten seperti: menyebarkan Ilmu-Ilmu yang terkait dengan keislaman dan pemahaman keagamaan, Memberikan kiat-kiat hidup Islami serta memberikan motivasi secara umum kepada generasi millennial. Dalam menyebarkan pesan dakwah di sosial media *TikTok* tentu memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam dalam hal ini adalah kesempatan viralitas yang tinggi, banyaknya fitur yang disediakan, penggunaanya yang banyakk serta ketersediaan Kouta yang memadai. Adapun faktor penghambatnya adalah jaringan internet dan kouta yang tidak memadai dan seperti yang kita lihat bahwasanya sampai saat ini konten yang ada di media sosial *TikTok* masih dominan konten hiburan dan ini juga merupakan salah satu faktor penghambat dalam mebangikan konten dakwah di media sosial *TikTok* menurut Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 yang memanfaatkan *TikTok* sebagai media Dakwah.

Kata Kunci : Da'wah, Media, Tiktok

PENDAHULUAN

Semenjak terjadi revolusi industri mulai dari Revolusi industri 1.0 hingga memasuki era *society 5.0*, Semenjak ditemukannya listrik oleh Thomas Edison Perkembangan teknologi dari hari ke hari semakin pesat perkembangannya. Munculnya berbagai kebaruaran khususnya di bidang komunikasi dan informasi yang semakin berkembangnya tentunya ini memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Salah satu yang paling berpengaruh adalah munculan internet, dimana dengan adanya ininternet manusia bisa saling berkomunikasi dan memperoleh informasi walaupun dibatasi oleh jarak.

Sebagai contoh pada zaman dahulu sebelum munculnya internet masyarat pada saat itu menggunakan kentongan untuk memberikan informasi, sekarang dengan kemunculan internet dan kecanggihan teknologi dengan hitungan detik informasi dengan mudah bisa kita dapatkan bahkan informasi tersebut bisa di akses di seluruh penjuru dunia. Jika dilihat dari sejarahnya, internet pertama kali digunakan oleh manusia pada tahun 1969 ketika departemen pertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Project Agency* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program ini dikenal dengan nama ARPANET Internet sendiri merupakan suatu network atau jaringan yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global villge* (Desa Global).



Munculnya internet, Komputer, *Smartphone* dan laptop ini menjadikan manusia harus selalu beradaptasi dengan perubahan yang ada agar tidak ketinggalan zaman. Jika kita melihat kemunculan internet ini membawa perubahan besar dalam komunikasi massa. Media lama seperti Koran, radio dan televisi bukan lagi menjadi satu satunya sumber memperoleh informasi. Hadirnya internet bagi manusia merupakan suatu media yang baru, hadir dengan menawarkan berbagai keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa terikan batasan dan sensor. Hadirnya berbagai kelebihan dari internet ini kini menjadi sumber daya informasi baru yang menarik masyarakat media massa untuk berpindah dari media lama atau biasa di sebut *old media* ke media baru atau *New Media*.

Di Indonesia perkembangan media *digital* dan *electronic* semakin pesat seperti yang diupload oleh *katadata.co.id* yaitu perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis. Penduduk indonesia yang terkoneksi internet yakni mencapai 215,62 juta jiwa dari total populasi 275,77 juta jiwa penduduk Indonesia. Angka tersebut meningkat 5 juta jiwa dari total warga yang terkoneksi internet pada tahun lalu, yakni sebesar 210 juta jiwa. Ini menunjukkan bahwa masyarakat indonesia mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan yang ada bahkan menurut data di atas per tahun 2013 jumlah pengguna internet semakin meningkat.

Dengan internet bukan hanya informasi saja yang bisa kita dapatkan tapi banyak hal yang bisa di lakukan. dengan internet bahkan bisa mempermudah pekerjaan kita, seperti pengumpulan kita bisa memambagikan quisioner, meeting, dan belanja berbagai kebutuhan tentu semua itu bisa diakses secara *online* dimana selain bisa dijangkau dengan cepat dan tentunya juga bisa menghemat waktu.

Selain itu salah satu hal yang baru dengan kemunculan internet adalah jejaring sosial atau disebut juga *Social Network*. Disebut sebagai jejaring sosial karena ternyata interaksi sosial bukan hanya di lakukan di dunia nyata atau *Real* tetapi interaksi bisa juga dilakukan di dunia maya atau *unreal*. Setiap orang menjadikan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, berkomentar, membuat status, berbagi video dan foto seperti ketika kita berada dalam lingkungan sosial. Yang membedakan adalah medianya yang berbeda.

Salah satau Jejaring sosial yang *hitz* dikalangan masyarakat adalah hadirnya media sosial. Ada beberapa sosial media seperti *twiter*, *we chat*, *Facebook*, *Telegram*, *Instagram*, *You Tube*, *TikTok* dan lain lain. Masing masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan tersendiri namun, saat ini salah satu aplikasi yang di gandruhi dan populer dikalangan masyarakat adalah aplikasi *TikTok*. Banyaknya fitur yang ditawarkan oleh *TikTok* membuat khalayak semakin tertarik dengan aplikasi yang belum lama realis ini, seperti yang di unggah di *katadata.co.id* yaitu perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis, menurut penelitian dari *Bussiness of Apps* terhitung sejak akhir tahun 2022 sebanyak 3,3 miliar pengguna internet yang telah mengunduh aplikasi *TikTok*. Data tersebut juga sejalan dengan penelitian *We Are Social dan Hootsuite* yaitu platfrom tren yang menyajikan data dan tren dalam memahami internet dan media sosial bahwa pengguna media android di seluruh dunia lebih banyak menghabiskan waktu di *TikTok* daripada *youtube* dan *facebook*.



TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang saat ini digandrungi masyarakat khususnya anak muda, dimana pada aplikasi *TikTok* disediakan beberapa fitur untuk mengunggah video. Penggunaan atau cara mengoperasikan *TikTok* cukup mudah karenanya semua orang dapat menggunakannya terutama dikalangan milenial begitu juga oleh para pelajar dan mahasiswa tentu tidak ketinggalan dengan aplikasi yang sedang *tren* saat ini. Mahasiswa yang notabennya sebagai *agents of change* atau sering di sebut sebagai agen perubahan, tentu sebagai mahasiswa yang diharapkan sebagai individu atau kelompok yang diharapkan mampu membawa perubahan yang lebih baik kedepannya, ini mempunyai tanggung jawab untuk senantiasa menyeru kepada kebaikan agar dapat membawa bangsa ini menuju kearah yang lebih baik. Hadirnya media sosial dengan banyaknya fitur yang ditawarkan, dalam hal ini media sosial *TikTok* membuat orang atau pengguna media sosial betah berlama lama berselancar di media sosial, baik itu hanya sekedar menonton video dengan durasi pendek, memposting, berkomentar atau mencari informasi di *TikTok*. Namun apa yang disajikan di media sosial tidak semata-merta hanya menayangkan informasi positif atau tayangan-tayangan yang mengedukasi. Ada banyak hal atau konten yang beredar di sosial media *TikTok* yang sifatnya tidak mengedukasi. Tentu ini menjadi tantangan baru bagi kita terkhusus kaum intelektual agar sebisa mungkin turut memberikan sumbangsi kepada bangsa dengan memberikan pengaruh kepada lingkungan sekitar menuju ke arah yang lebih baik lagi. Allah SWT Berfirman dalam Q.S Ali Imran Ayat 104:

وَلَكِنْ مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung”⁴ Ayat diatas memberikan pesan untuk berdakwah dengan cara mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari keburukan hal ini merupakan tugas kita sebagai ummat muslim. Dalam berdakwah ada banyak macam media yang dapat digunakan, seperti brosur atau buletin, surat kabar, radio, televisi dan surat. Pada zaman Nabi Sulaiman as. juga berdakwah menggunakan media yakni menggunakan surat. Ketika itu Nabi Sulaiman as.

Mendakwahkan Ratu Balqis yatu Ratu Saba’ Negeri Yaman mengajak agar ingin menyembah Allah Swt., Surat yang berisi pesan dakwah dibawah oleh burung Hud-hud. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur’an pada Surah An-Naml Ayat 28 Allah SWT berfirman:

إِذْ هَبُّ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْقَاهُ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّى عَنْهُمْ فَانظَرُوا مَاذَا يَرِجِعُونَ

Terjemahnya: "Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan."

Kisah tersebut menjelaskan kepada kita bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah dapat disampaikan melalui perantara atau media, dalam hal ini peranan media menjadi sangat penting untuk percepatan dan perluasan jangkauan pesan dakwah yang diinginkan. Tentu dakwah yang disampaikan akan lebih cepat perkembangannya, diterima dengan baik dan tepat sasaran apabila media atau saluran yang dipilih sesuai dengan keadaan *Mad’uw*. Perkembangan zaman yang



semakin maju yang didukung dengan berbagai teknologi hal ini menyebabkan masyarakat menjadi ketergantungan terlebih pada teknologi dan media komunikasi.

Dengan perkembangan teknologi dan hadirnya berbagai media sosial para *Da'i dan Dai'ah* kini mendapatkan wadah yang sangat luas dalam pengembangan dakwah. Salah satu media yang paling tepat digunakan dalam menyeru kepada kebaikan atau berdakwah ialah dengan memanfaatkan sosial media. Sosial media menjadi wasilah dakwah yang bisa digunakan di masa moderen ini. Perkembangan teknologi komunikasi telah melalui perkembangan yang cukup signifikan sejak awal generasi. Saat ini, hampir tidak ada lagi batasan bagi manusia untuk berkomunikasi kapan dan dimanapun berada.

Perkembangan informasi tidak mesti menunggu lama, bahkan dalam hitungan detik terdapat ribuan informasi baru yang tersedia di internet. Saat ini peran media sosial dalam berdakwah sangat penting. Dakwah bukan hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dapat dilakukan melalui internet. Saat ini internet sudah sangat akrab dengan masyarakat, terkhusus masyarakat di bagian perkotaan. Karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dengan mudah dapat diakses melalui *hanphone*. Dengan kemudahan tersebut, maka saat ini informasi mudah didapatkan tanpa harus terikat dengan ruang dan waktu.

Tentu dalam berdakwah di sosial media akan ada tantangannya atau hambatan yang akan di hadapi, baik itu pengaruh lingkungan atau dari diri sendiri. Ada beberapa hal yang perlu disiapkan misalnya persiapan ilmu, media yang di gunakan dalam membuat konten dan yang pasti pengetahuan sesuai perkembangan teknologi juga perlu dipersiapkan. *TikTok* merumpakan wadah membagikan video dan gambar, maka untuk lebih menarik dan supaya pesan dakwah yang disampaikan mudah difahami oleh *mad'u* maka dibutuhkan kreatifitas dalam membuat konten yang akan diupload. Sama halnya dengan dengan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dimana tugas dan fungsi dari program studinya adalah diharapkan para mahasiswa kedepannya dapan dapat berdakwah dimanapun dan kapanpun. Yang dibekali dengan ilmu teknologi sehingga dapat pula mengoperasikan media sebagaimana mestinya,

Tentu Ini menjadi kesempatan bagi para *da'i* untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah salah satu media sosial yang saat ini banyak digandrungi masyarakat khususnya pada kaum anak muda adalah media sosial *TikTok* dengan berbagai fitur yang disajikan di dalamnya maka pesan yang disampaikan melalui *TikTok* dapat dikemas secara lebih menarik. Karena melihat peluang dakwah media sosial *TikTok* sangat memadai bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, Maka inilah yang melatarbelakangi penulis sriksi proposal ini sebagai acuan mengetahui seberapa jauh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dalam Memanfaatkan Media Sosial *TikTok* sebagai Media Dakwah. Maka Penulis Memilih Judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020”



METODE

Penelitian adalah pencarian atas sesuatu secara sistematis dengan penekanan bahwa pencarian ini dilakukan terhadap masalah-masalah yang dapat dipecahkan. Dalam penelitian proposal ini peneliti menggunakan metode Penelitian Kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan pelaku yang dapat diamati. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta, kualitas, nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan jelaskan melalui lungistik, bahasa, atau kata kata. Oleh karena itu bentuk data yang digunakan bukan dalam bentuk angka, bilangan, skor atau nilai; peringkat atau frekuensi yang biasanya di analisis dengan menggunakan perhitungan matematika atau statistik, juga menjelaskan bahwa didalip penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun interpretasi terhadap multi prespektif yang berbagai dari masukan segenap partisipan yang terlibat dalam penelitian, bukan hanya dari penelitiannya semata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Media Sosial Tiktok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

Media massa merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan kepada khalayak secara luas. Akan tetapi seiring perkembangan zaman hadirnya media baru atau *New Media* dimana media ini merupakan media massa non fisik yang dapat dipergunakan sebagai media informasi selagi terhubung dengan internet. Salah satu media baru yang banyak digandrungi oleh masyarakat khususnya kaum milenial adalah *TikTok*.

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 juga tidak ketinggalan dengan aplikasi media sosial *TikTok*. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian terkait bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 serta apasaja faktor pendukung dan penghambatnya.

Penelitian ini dimulai dari sejak kapan narasumber menggunakan *TikTok* dan apa alasannya, kemudian bagaimana pendapat mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam terkait dengan berdakwah di media sosial *TikTok*, Fitur apa saja yang digunakan, bentuk konten yang dibagikan seperti apa serta apa saja faktor pendukung dan penghambatnya dalam berdakwah di media sosial *TikTok*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 terdapat perbedaan terhadap awal mula menggunakan *TikTok* ada yang baru sekitar sebulan yang lalu, ada yang sekitar tiga tahun lalu dan ada yang sudah setahun yang lalu. Alasan awal menggunakan *TikTok* juga berbeda-beda ada yang bermula karena hanya sekedar memenuhi kebutuhan tugas saja, ada yang menggunakan sebagai media informasi, ada juga yang karena memang aplikasinya lagi tren jadi



ikut menggunakan *TikTok* serta ada pula yang tujuan awalnya memang tujuannya untuk berdakwah.

2. Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2023

1) Pendapat Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Mengenai Berdakwah Di Media Sosial *TikTok*.

Dakwah melalui sosial media merupakan suatu media baru dalam menyampaikan dakwah mengingatkan dan mengajak seseorang untuk menaati perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya dengan membagikan konten konten dakwah yang dapat dikemas secara lebih menarik agar dakwah yang disampaikan mudah difahami. Sosial media *TikTok* merupakan sosial media yang cukup baru yang datang mewarnai masyarakat apalagi di kalangan gen Z. dari yang awalnya *TikTok* hanya digunakan sebagai media hiburan dan informasi, seiring berjalannya waktu banyak diantara kaum milenial yang memanfaatkan *TikTok* sebagai media dakwah

Aplikasi *TikTok* sudah memasuki semua kalangan khususnya di Indonesia. Para pejabat, Politisi, Artis dan Masyarakat. Beramai-ramai membuat video pendek pada aplikasi *TikTok*. Pada beberapa pembahasan sebelumnya diketahui bahwasanya *TikTok* sendiri merupakan salah satu aplikasi yang digemari oleh kaum gen Z pada zaman *now*. Pada saat ini dakwah erat kaitannya dengan digital yang berkembang pesat saat ini. Dimana dalam genggaman tangan menggunakan media *smartphon* sudah menjadi salah satu bagian terpenting dalam pola hidup masyarakat saat ini, dengan begitu ditengah era digitalisasi area dakwah islam harus mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan harus dikemas dengan menarik agar mudah diterima oleh *mad'u*.

TikTok salah satu media sosial yang tren saat ini dan mampu dijadikan wasilah dalam menyampaikan pesan dakwah. Apalagi *TikTok* sangat akrab dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa maupun masyarakat pada umumnya. Berdakwah di media sosial *TikTok* juga dimanfaatkan oleh beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 yang menjadi narasumber pada penelitian ini.

2). Fitur-fitur yang dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan dakwah di sosial media *TikTok*.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang menyediakan banyak fitur dalam mengolah suatu konten yang akan diupload dimana semua pengguna dapat memanfaatkan fitur tersebut untuk menambah daya tarik pada konten yang dibagikan. Ada beberapa fitur yang disediakan diantaranya adalah musik, *filter* pada video, *filter* stiker, *filter beauty*, filter auto caption, time, fitur live, hastag dan lain sebagainya. Dari beberapa fitur yang ada seorang *Da'I* bisa memanfaatkan fitur tersebut khususnya para Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah angkatan 2020 dalam menyampaikan pesan dakwahnya di media sosial *TikTok* dapat mengemas kontennya semenarik mungkin



dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh para *mad'u*.

3). Bentuk Konten Dakwah dan Pengelolaan Konten Yang Dibagikan Pada Media Sosial *TikTok*.

Dakwah bukanlah suatu hal yang asing ditelinga masyarakat. Berdakwah merupakan suatu kegiatan untuk memperluas ajaran Agama Islam. Seiring perkembangan zaman teknologi yang hadirpun semakin canggih. Banyak para *Da'i* yang memanfaatkan teknologi dalam mengajak kepada kebaikan. Hadirnya media sosial membuat para *Da'i* dan *Da'iah* semakin lebih kreatif dalam menyebarkan ajaram Islam melauli sosial media kepada masyarakat agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah difahami dan diterima oleh banyak orang serta dapat diamankan didalam kehidupan sehari hari.

Berdakwah di media sosial *TikTok* juga harus bisa mengolah konten sedemikian rupa dan tentunya juga dibutuhkan skil dalam menyampaikan pesan dalam bentuk audio visual, gambar, dan video.

2) Faktor pendukung dan penghambat dalam memanfaatkan media sosial *TikTok* sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

Berdakwah melalui sosial media *TikTok* bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam menjalankan dakwahnya tersebut memiliki faktor pendukung dan penghambat yaikni sebagai berikut:

a) Faktor pendukung Mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam meemanfaatka *TikTok* sebagai media dakwah.

Dalam berdakwah tentu juga memiliki faktor pendukung yang dapat memudahkan para *Da'i* dan *Da'iah* yang dapat menunjang keberlangsungan dalam menyebarkan ajaran Islam. Tak terkecuali berdakwah di media sosial *TikTok* tentunya memiliki faktor pendukung yang dapat memudahkan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dalam memanfaatkan sosial media *TikTok* sebagai media dakwah.

Melihat hasil wawancara bersama beberapa narasumber dapat dilihat bahwa faktor pendukung dalam penggunaan media sosial *TikTok* sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unismuh Makassar Angkatan 2020 ada beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Kesempatan viralitas yang tinggi Aplikasi *TikTok* dikenal dengan video pendeknya yang hanya berdurasi beberapa detik atau menit. *TikTok* memberikan kebebasan kreatif yang sangat besar para pengguna dapat menggabungkan musik, efek, visual dan ide-ide kreatif mereka sendiri. Dengan begitu terciptanya krativitas tanpa batas unu menarik perhatian banyak pengguna *TikTok* sehingga setiap orang menemukan cara unik untuk berkontribusi untuk senantiasa berinovasi dalam hal ini bentuk konten dakwah yang dibagikan sehingga bisa berkesempatan untuk menjadi *da,I* populer.



2) Memiliki banyak pengguna *TikTok* merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna dibelahan dunia maupun di Indonesia. Mulai dari kalangan anak-anak, remaja, orang dewasa bahkan orang tua sekalipun. Hali ini membuat konten yang ita bagikan di *TikTok* dapat tersebar luas kepada khalayak pengguna medi sosial *TikTok*.

3) Memiliki Fitur yang berfariasi Salah satu keunggulan Tik Tok adalah banyaknya fitur yang disediakan. Sehingga memungkinkan para pengguna untuk meningkatkan kreatifitas seseorang dalam mengelola konten. Beberapa fitur yang efektif digunakan dalam menyebarkan konten dakwah menurut mahasiswa KPI FAI Unismuh Makassar angkatan 2020 yaitu fitur musik, *hashtag*, *caption* dan *filter*. Fitur-fitur tersebut dapat perpengaru pada jumlah viwers atau jangkauan konten yang kita bagikan. Ketersediaan Kouta Kemajuan teknologi dan perkembangan jaringan internet membuat seseorang dapat dengan mudah mengakses media sosial Tik Tok. Kouta merupakan salah satu penunjang dala, berdakwah di Tik Tok karena kita tidak akan bisa mengakses aplilasi tersebut.

4) Durasi konten yang singkat

Salah satu keunikan yang paling menonjol di aplikasi *TikTok* adalah durasi video yang dapat di unggah adalah maksimal 60 detik, hal ini dapat memungkinkan para *da'I dan dan dai'ah* untuk mengelola konten yang singkat dan menarik. Dengan kita membangikan konten yang menarik tentu ini dapat menjadi salah satu faktor yang dapat penarik viwers atau *mad'u* dalam menyampaikan pesan dakwah.

b) Faktor Penghambat Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkata 2020.

Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Sosial *TikTok*. Dalam menyampaikan dakwah dimedia sosial *TikTok* tentunya memiliki faktor penghambat bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkata 2020 Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Sosial *TikTok*

Dari beberapa hasil wawancara bersama narasumber di atas terdapat beberapa faktor penghambat dalam memanfaatkan Media Sosial *TikTok* Sebagai : Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Diantaranya Sebagai Berikut:

1. Jaringan dan Kouta

Lambatnya jaringan internet menjadikan salah satu penghambat dalam menyebarkan konten di media sosial. Pada kenyataannya sampai saat ini penyebaran jaringan internet belum dapat menjangkau seluruh wilayah. Jadi bagi orang-orang yang tinggal di daerah yang minim dengan jaringan internet tentu ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam menyampaikan pesan dakwah melalui sosial medi Tik Tok.

2. Lebih dominan Konten Hiburan

Video-video yang disajikan pada aplikasi Tik Tok masih lebih dominan konten hiburan hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi para *da'I dan da'ah* dalam menyebarkan pesan dakwah di media sosial Tik Tok untuk sensntiasa dapat mewarnai beranda aplikasi Tik Tok dengan kkonten-konten yang bermanfaat yang dapat mengajak kepada kebaikan



KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media sosial *TikTok* berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *Caption*, *filter*, *hashtag*, *share* dan musik dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 memanfaatkan *TikTok* sebagai Media dakwah dengan membagikan konten berupa video pendek yang berisi ceramah, *quote* motivasi, gambar yang berisi *caption* yang memotivasi serta dengan membagikan potongan video ceramah ustadz yang mereka kemas secara menarik dengan tujuan pengguna *TikTok* atau *mad'u* tertarik dengan konten dakwah yang dibagikan di media sosial *TikTok*.
2. Dalam menyebarkan pesan dakwah di media sosial *TikTok* bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 tidak lepas dari faktor-faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam menyebarkan pesan dakwah di media sosial *TikTok* adalah kesempatan viralitas yang tinggi, memiliki banyak pengguna, fitur yang beragam dan ketersediaan kuota yang memadai membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial *TikTok* dapat tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat pemanfaatan dalam memanfaatkan *TikTok* sebagai media dakwah adalah jaringan dan kuota tidak memadai dan diaplikasi *TikTok* lebih dominan dengan konten yang hiburan yang bisa dikatakan sangat kurang manfaatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, 2018. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Depok: Rajawali Pers.
- Ardial, 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, Hafied, 2022. *pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Fitrah, Muh, Luthfiah, 2017. *metode penelitian: penelitian kualitatif; Tindakan kelas dan Studi kasus*. Suka Bumi: jejak. Hanafi, 2017. *Konsep Penelitian R&D Dalam Bidang Pendidikan*, Jurnal Kajian Keislaman. Vol. 4, No.2 <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/saintifikaislamica/article/view/1204/953> (diakses 05 Juli 2023).
- Ilahi, Wahyu, 2010, *Komunikasi dakwah* Bandung: PT Remaja Rosdakaryah. Inggihpangestu, 2022. *Mengenal apa itu tiktok, sejarah dan beberapa Fitur-fiturnya*". Idmetafora, <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>.
- KBBI, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Media>, (diakses 7 Juli 2023).
- Kementerian Agama RI, 2011. *Al-Quran dan Terjemahan Al-Hikmah*. Penerbit Diponegoro: Bandung.
- Liany, Adha dkk, 2016. *Sosial Media Deviation*. Malang: Garuda Mas Sejahtera



Mentari Jaya.

Nasrullah, Rulli, 2021. *Manajemen Komunikasi Digital: perencanaan, aktivitas, dan evaluasi*. Jakarta, Kencana.

Pontiku, Arry, Robby Kayame, 2019. *Metode Penelitian Tradisi Kualitatif*. Bogor: In Media.

Savitri, Shintia, 2022. *11 Fitur yang wajib diketahui*. Rukita, 30 April 2022. <https://www.rukita.co/stories/fitur-tiktok-yang-wajib-diketahui/>.

Shiefti Dyah, Shirfitri Alyusi, 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*.

75

Tamburaka, Apriadi, 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

winarso, Bambang, 2023. *Apa itu tiktok dan apa saja fitur fiturnya*, DailySocial, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>.

Wulur, Meisil B, 2019. *Komunikasi dakwah dan hipnoterapi*, Cirebon: Penerbit Mentari Jaya.

Yusuf, Muri, 2017. *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.