

Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Oleh Ustadzah Oki Setiana Dewi

Erwan Effendy¹, Nabila Putri Amanda², Siti Maimunah³

^{1,2,3}Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com¹, nabilaputriamanda18@gmail.com²

sitimaimunnahsiddiqpasaribu@gmail.com³

ABSTRACT

With current developments, everyone can access information via the internet. One of them is by using social media in everyday life, namely the TikTok application. Ustadzah Oki Setiana Dewi uses TikTok to preach by producing content that follows current viral trends. His preaching style is characterized by his soft speech, simple but easy to understand and understand, and interesting. The video content presented by Ustadzah Oki Setiana Dewi can attract the attention of the public, especially youth so that it can improve moral quality in accordance with Islamic teachings. This research aims to find out Ustadzah Oki Setiana Dewi in using the TikTok application as a medium for preaching to encourage people to do good things in accordance with the commands of Allah SWT. As a result of this research, researchers used descriptive analysis, and the results of this research also used regression test variables, coefficient tests, multiple linear, correlation and determination. Because the results of this research show a high level on Ustadzah Oki Setiana Dewi's TikTok account, which currently has 1.9 million followers, 28.2 million likes and 1403 videos. Therefore, Ustadzah Oki Setiana Dewi's TikTok account provides many benefits and good examples for her followers. In this way, many people apply the good things conveyed by Ustadzah Oki Setiana Dewi.'

Keywords: *da'wah media, TikTok application, Oki Setiana Dewi.*

ABSTRAK

Dengan perkembangan zaman pada saat ini membuat semua orang dapat mengakses informasi melalui internet. Salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai kehidupan sehari-hari yaitu aplikasi TikTok. Ustadzah Oki Setiana Dewi menggunakan TikTok untuk berdakwah dengan mengemas kontennya yang mengikuti tren viral masa kini. Gaya pembawaan dakwahnya mempunyai ciri khas yaitu dengan tutur katanya yang lembut, sederhana namun mudah dimengerti dan dipahami, serta menarik. Konten video yang disajikan ustadzah Oki Setiana Dewi dapat menarik perhatian masyarakat, khususnya kalangan pemuda sehingga dapat meningkatkan kualitas moral sesuai dengan ajaran agama Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ustadzah Oki Setiana Dewi dalam memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya untuk mengajak masyarakat dalam hal kebaikan sesuai dengan perintah Allah SWT. Hasil dari penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif, dan hasil penelitian ini juga menggunakan variabel uji regresi, uji koefisien, linear berganda, korelasi, dan determinasi. Karena hasil penelitian ini, menunjukkan tingkat yang tinggi pada akun TikTok ustadzah Oki Setiana Dewi yang pada saat ini mempunyai jumlah 1,9 million pengikut 28,2 million suka dan 1403 video. Oleh karena itu, akun TikTok ustadzah Oki Setiana Dewi memberikan banyak manfaat dan contoh yang baik bagi pengikutnya. Dengan begitu, banyak pula yang menerapkan hal kebaikan yang disampaikan oleh ustadzah Oki Setiana Dewi.

Kata kunci: media dakwah, aplikasi TikTok, Oki Setiana Dewi.

PENDAHULUAN

Dengan adanya kemajuan teknologi menyebabkan perubahan interaksi dan komunikasi berkembang pesat, hal itu dapat mengubah kebiasaan masyarakat yang menjadi serba digital. Saat ini media sosial menjadi prioritas bagi masyarakat dengan alasan dapat mudah diakses dimana pun dan kapan pun sehingga memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kegunaan media sosial bukan hanya sebagai media informasi, tetapi juga dapat menemukan pemasaran suatu usaha, pendidikan, kesehatan, makanan, kecantikan, hiburan, serta ilmu seperti konten dakwah yang disajikan. Upaya para dai dalam menyampaikan dakwahnya harus paham dengan kondisi. Agar penyampaian dakwahnya dapat diterima dan dipahami masyarakat sesuai dengan yang diharapkan.

Smartphone dan internet kini saling terkait, khususnya di kalangan generasi milenial, yang dipandang sebagai *gamer online* yang sangat aktif. Saat ini, pengguna *smartphone* nampaknya menggunakan media sosial seperti rumah kedua. Media sosial mempunyai kemampuan untuk terus memperkenalkan metode komunikasi yang benar-benar berbeda dari media tradisional. Jaringan komunikasi yang kuat dan bebas dari batasan waktu dan lokasi tercipta dari banyaknya komunikasi di dunia "cyber".

Bagi umat Islam untuk memenuhi kewajibannya sebagai *anbiya*, yaitu memberitahukan kepada manusia tentang panggilan Allah SWT dan membimbing mereka menuju kebaikan, maka dakwah merupakan prasyarat yang sangat penting. Para dai menyampaikan dakwah sesuai dengan Al-Qur'an dan hadis adalah proses menginformasikan kepada masyarakat bagaimana hidup sesuai dengan ajaran Islam dengan menaati segala perintah Allah SWT dan mengikuti sunnah Nabi Muhammad SAW. Agar dakwah tetap berjalan, segala jenis materi harus mampu mengikuti perubahan teknologi yang cepat dan dakwah harus mampu mengkomunikasikan pesannya melalui berbagai saluran yang mereka miliki seperti media sosial.

Di era milenial saat ini para dai berdakwah bukan lagi dengan menggunakan media tradisional seperti yang dilakukan oleh Wali Songo, tetapi dengan memanfaatkan media sosial yang canggih saat ini membuat dakwah para dai dapat tersebar luas ke berbagai penjuru. Dengan begitu, semua pengguna media sosial dapat mengetahuinya walaupun tidak langsung menyaksikan para dai berceramah, namun mereka bisa mengetahui ilmu dakwah yang disampaikan oleh para dai dimana pun dan kapan pun.

Begitu banyaknya *platform* media sosial, salah satunya yang sedang tren ialah aplikasi TikTok. Dengan berbagai macam fitur yang tersedia dan video yang berdurasi singkat, membuat para dai mengelola video semenarik mungkin agar masyarakat tidak mudah bosan dan pesan dakwah dapat tersampaikan. Pengguna aplikasi TikTok lebih dominan oleh generasi muda, karena kreativitas dan rasa ingin tahu yang tinggi terhadap hal baru.

Dengan menggunakan aplikasi TikTok, dakwah menjadi sangat efektif. Apalagi video dakwah yang dibuat harus kreatif mengikuti seiring dengan perkembangan zaman, diawali dengan perencanaan hingga hasil yang dikemas secara singkat dan baik, agar penonton video dakwah diaplikasi TikTok mudah untuk memahaminya. Karena dengan kecanggihan teknologi, aplikasi TikTok sangat mudah untuk diakses oleh masyarakat di berbagai penjuru.

Pada perkembangan zaman saat ini, para pemuda haruslah mampu memanfaatkan teknologi yang bermanfaat. Seperti semangat menyebarkan dan melihat ataupun mendengar konten dakwah. Dari video tersebut dapat menyadarkan generasi muda untuk peka terhadap ajaran agama Islam. Dengan tayangan yang tentunya tidak membosankan dan harus kreatif, contohnya menyelipkan unsur humor di dalam video pendek tersebut namun masih berlandaskan pada ajaran agama Islam.

Sebagai pemuda yang diharapkan menjadi khalifah dimasa yang akan datang, hendaknya paragenersi muda harus bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menyiarkan ajaran agama Islam. Salah satu pemanfaatan kemajuan teknologi adalah melakukan dakwah diaplikasi TikTok. Meskipun banyak dampak positif dalam berdakwah, hendaknya para generasi umat Islam haruslah bijak dalam menggunakan aplikasi TikTok agar tidak menimbulkan dampak negatif dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Dengan adanya konten dakwah yang bermunculan menjadi perhatian, banyaknya konten kreator yang berkecimpung didunia dakwah yang dapat memperbanyak pengetahuan mulai dari konten seputar akidah, akhlak, syariah, ataupun muamalah. Generasi muda berperan dalam membuat konten yang dianggap penting pada saat ini, karena generasi muda dianggap dominan sebagai pengguna teknologi yang mampu menuangkan ide kreatif serta inovatifnya. Sehingga dengan ini diharapkan dakwah Islam mampu tersebar luas hingga ke pelosok negeri.

Dalam ranah dakwah, generasi milenial dipandang mempunyai peran penting, khususnya dalam media yang berkaitan dengan teknologi. Hal ini kemudian menghadirkan peluang bagus bagi komunitas dakwah. Dalam bidang dakwah, generasi milenial diharapkan mampu menciptakan dan menyebarkan dakwah Islam ke seluruh penjuru dunia sehingga yang mendengar dan melihatnya dapat memahaminya.

Salah satu pendakwah wanita di Indonesia yang viral saat ini ialah ustadzah Oki Setiana Dewi yang sering disebut sebagai “ustadzah kekinian” karena beliau menyampaikan dakwah dengan memanfaatkan media sosial. Ustadzah Oki Setiana Dewi awalnya memulai karir sebagai pemeran utama dalam film “Ketika Cinta Bertasbih” kemudian menjadi penceramah di “Islam Itu Indah”, Trans TV sejak 2014. Selain terjun ke dalam dunia hiburan dan dakwah, ustadzah Oki setia Dewi memanfaatkan hobinya yaitu menulis yang beliau sampaikan ke dalam tulisan menjadi sebuah buku.

Tidak hanya disitu, Ustadzah tersebut juga pernah meluncurkan beberapa lagu bergenre religi di kisaran tahun (2011-2015).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang berlandaskan ideologi positivis dikenal dengan metode penelitian kuantitatif. Yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data dengan menggunakan metode kuantitatif atau statistik, dan kemudian mengajukan hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah jumlah pengikut akun TikTok @Okisetianasewi_official dimana beliau memiliki 1,9 million pengikut 28,2 million suka dan 1403 video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Dakwah

Kata dakwah yaitu *da'a* dan *yad'u* yang masing-masing berarti memanggil, mengajak, dan menyeru, merupakan asal muasal kata tersebut.¹ Istilah “dakwah” menggambarkan seruan atau ajakan kepada seluruh umat manusia untuk menjalani kehidupannya sesuai dengan kehendak Allah Swt. Pendekatan para ulama dalam menentukan dan menafsirkan dakwah dengan berbagai cara karena perbedaan cara mereka melihat dan memahami kalimat dakwah.

Menurut salah satu ahli yaitu Muhammad al-Khaydar Husain *Ad-Da'wat ila al-Ishlah*, dakwah mengacu pada menganjurkan perbuatan baik (*ma'ruf*) dan melarang perbuatan buruk agar mendapat kepuasan dalam hidup ini dan akhirat.² Dakwah dapat dipandang sebagai alat vital bagi perkembangan dan penyebaran Islam pada masa kini dan masa depan. Al-Faruqi bahkan mengatakan bahwa Islam tidak bisa menolak dakwah jika memiliki kekuatan intelektual. Oleh karena itu, bagi umat Islam, dakwah sangatlah penting.

Sedangkan kata latin dari “*median*”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*”, merupakan asal kata “*media*”. Adapun salah satu ahli yaitu Wilbur Schramn mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan di dalam pembelajaran. Istilah “*media*” lebih spesifik digunakan untuk menggambarkan alat pembelajaran berwujud yang secara fisik menyampaikan pesan atau pelajaran di era kontemporer seperti sekarang ini, terdapat buku, film, televisi, video, kaset, majalah, dan surat kabar.³

¹ Muhammad Qadaruddin Abdulla, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan : Qiara Media, 2019) Hlm.2

² Faizah, Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2018) Hlm.5

³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm.113

Media dakwah merupakan penyalur informasi dakwah kepada penerima dakwah. Tidak diragukan lagi, seorang da'i mempunyai tujuan dalam pikirannya. Namun, para da'i harus hati-hatidan tepat mengatur bagian-bagian komponen (atau "elemen") dakwah agar dapat mencapaitujuan dengan baik dan juga efisien. Salah satu komponennya adalah media dakwah.⁴

Mengingat beragamnya dan meluasnya media yang ada saat ini, seorang pendakwah harus memilih media yang paling efektif guna mencapai tujuan dakwahnya. Dakwah, yang merupakan salah satu jenis komunikasi, dapat disebarluaskan melalui berbagai media yang dapat menggugah minat masyarakat dan menggugah kesadaran mereka terhadap pesan tersebut. Berdasarkan jumlah komunikator yang menjadi khalayak yang dituju, dakwah dibagi menjadi dua kategori: media massa dan nonmassa.⁵ Pesan dakwah terbagi menjadi tiga kategori: *The spoken words* (dalam bentuk diskusi), *The printed writing* (dalam bentuk tulisan), dan *The audio visual* (dalam bentuk gambar).⁶ Jika dilihat dari konteks sifatnya, media dakwah mencakup media tradisional dan media modern. Seni pertunjukan Islam dapat dikategorikan sebagai media tradisional karena sering ditampilkan di muka umum sebagai sumber hiburan dan komunikasi. Yang kedua adalah media modern, terutama yang menggunakan teknologi komunikasi untuk mendapatkan informasi. misalnya, dakwah di radio, televisi, dan semakin banyak yang dilakukan secara *online* (melalui media sosial, YouTube, dan lain sebagainya) yang disebut sebagai dakwah digital.⁷

Aplikasi TikTok

Pada bulan September 2016, jaringan media sosial dan *platform* video musik atau yang disebut TikTok diluncurkan di Tiongkok.⁸ Pengguna TikTok dapat dengan mudah menggunakan efek khusus yang ditawarkan program ini untuk membuat film pendek menarik yang mampu menarik perhatian khalayak luas, semua orang dapat menggunakannya dengan cepat dan mudah, seperti saat menambahkan musik ke video. Teknologi pengenalan wajah berkecepatan tinggi pada aplikasi TikTok juga dapat menyarankan karakteristik wajah yang menghibur termasuk ekspresi, keren, bodoh, dan memalukan. Agar video menampilkan lagu-lagu yang sesuai dengan konteks filmnya, TikTok juga menyediakan musik dari sejumlah artis ternama dalam genre seperti *dance*, populer, dan masih banyak lagi. Dengan demikian, terciptalah video yang bagus untuk diunggah di akun penggunanya.

Manfaat aplikasi TikTok bukan hanya sebagai hiburan saja. Tapi, banyak konten-konten video yang bertujuan sebagai *personal branding*, pemasaran suatu usaha, pendidikan, kesehatan, makanan, kecantikan, hiburan, serta memberikan suatu informasi dan ilmu seperti konten dakwah

⁴ Bachtiar Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), Hlm.35⁵

Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 105 ⁶ Moh.

Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), Hlm.121

⁷ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), Hlm. 407

⁸ Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, PIBSI 40 UNIKAL 2018* ISBN : 978-602-6779-21-2, (Klaten : Unikal Press, 2018) Hlm. 438 diambil dari *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa*

Dan Sastra Indonesia yang disajikan. Hal itu mendorong ketergantungan konsumen pada media sosial. Pengguna aplikasi TikTok ini bukan hanya menerima informasi dengan cepat, banyak yang menyukai dan menggunakan media sosial karena selain memberikan informasi pengguna juga dapat menuangkan aspirasi dan ekspresi yang mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas diri.

Dengan tujuan menyebarkan Islam melalui media, dakwah merupakan amalan yang berperan sebagai himbuan atau ajakan untuk mengikuti jalan kebenaran. Salah satu strateginya adalah dakwah melalui media sosial, dimana para dai diberikan *platform* yang sangat besar dan terkenal untuk menyampaikan aksi dakwahnya dalam rangka dakwah dan mengajak masyarakat ke jalan yang benar yaitu *Ad-Diinul* Islam. Jika dibandingkan dengan dakwah langsung, dakwah di media sosial jauh lebih efektif karena dakwah langsung terkendala waktu dan jarak, sehingga mustahil bagi dai untuk menyampaikan pesannya secara utuh dan akurat. Selain itu, dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat dibaca kapan saja dan diulang-ulang tanpa batasan. Oleh karena itu, menggunakan media sosial nampaknya lebih berhasil karena dapat menghemat waktu dan uang serta menjangkau banyak masyarakat di berbagai lokasi atau di seluruh dunia tanpa batasan.

Generasi millennial menggunakan TikTok sebagai media dakwah dengan itu membutuhkan kreativitas dan inovasi yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman dengan berbagai dinamika yang melingkupinya. Konsep *Al Islamu sholih likulli zaman wa makan* (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) berupa pegangan yang harus dimiliki oleh para pendakwah dalam menjalankan tugasnya.⁹ Para da'i perlu mempunyai ilmu pengetahuan dari sumber teknologi. Bukan hanya menguasai ilmu agama dan ilmu umum, namun media juga sebagai alat dan sarana para da'i untuk menyampaikan dakwah. Yang menjadi *trend* dakwah pada era millennial saat ini salah satunya adalah teknologi internet dan sarana aplikasi yang tersedia seperti aplikasi TikTok yang sering digunakan oleh masyarakat kontemporer. Oleh karena itu, salah satu pendakwah yang tren saat ini adalah ustadzah Oki Setiana Dewi yang mempunyai ciri khas dalam menyampaikan dakwah yang tentunya mudah untuk dimengerti dan cenderung ringan sehingga cocok untuk di kalangan generasi saat ini.

Profil Oki Setiana Dewi

Dr. Hj. Oki Setiana Dewi, S.Hum., M.Pd. atau dikenal dengan sebutan ustadzah Oki merupakan kelahiran 13 Januari 1989 di Batam, Kepulauan Riau. Ustadzah Oki merupakan anak dari pasangan Yunifah Lismawati dan Sulyanto. Sejak tahun 2005, kediaman keluarga ustadzah Oki Setiana Dewi terletak di Depok. Beliau merupakan seorang pemeran, penulis, pendakwah, dan *presenter* yang berkebangsaan Indonesia yang mulai aktif pada tahun 2008 hingga pada saat ini yang memulai karier sebagai peran utama dalam film "Ketika Cinta Bertasbih" kemudian.

⁹ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital,"

Menjadi penceramah di “Islam Itu Indah”, Trans TV sejak 2014. Selain terjun ke dalam dunia hiburan dan dakwah, ustadzah Oki setia Dewi memanfaatkan hobinya yaitu menulis yang beliau sampaikan ke dalam tulisan menjadi sebuah buku. Tidak hanya disitu, ustadzah tersebut juga pernah meluncurkan beberapa lagu bergenre religi di kisaran tahun (2011-2015). Tapi saat ini beliau lebih dominan ke dalam dunia dakwah dan mengisi kajian Islam *off-air* maupun *on-air*. Ustadzah Oki Setiana Dewi menyelesaikan program doktoralnya di UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Kini ustadzah Oki Setiana Dewi menjadi pemimpin Yayasan Maskanul Huffadz dan pendakwah yang bukan hanya di Indonesia, tapi juga di negara tetangga, seperti Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam. Ustadzah Oki Setiana Dewi menikah dengan Ory Vitrio Abdullah pada tahun 2014 dan saat ini telah memiliki 4 orang anak.¹⁰

Ustadzah Oki Setiana Dewi memulai ceramahnya dengan akun TikTok pada 2 Februari 2022. Dari video konten dakwah ustadzah Oki Setiana Dewi dalam akunnya @Okisetianadewi_official memberikan solusi yang baik atau selalu memaparkan konten dakwahnya yang mudah dipahami dan diikuti oleh kaum millennial khususnya. Ustadzah Oki Setiana Dewi adalah seorang wanita yang berpendidikan dan memiliki akun TikTok @Okisetianasewi_official dimana beliau memiliki 1,9 million pengikut 28,2 million suka dan 1403 video. Beliau memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya untuk mengajak masyarakat dalam hal kebaikan sesuai dengan perintah Allah SWT. Aplikasi TikTok memiliki berbagai fitur yang dapat memudahkan ustadzah Oki Setiana Dewi dalam menyampaikan dakwahnya dengan durasi yang singkat, beliau juga memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia salah satunya yaitu Q&A yang dapat membantu dalam menjawab pertanyaan dari masyarakat pengguna aplikasi TikTok.

Konten Dakwah ustadzah Oki Setiana Dewi yang tentunya banyak ditonton oleh masyarakat Indonesia sendiri dan lebih banyak di kalangan anak muda, remaja ataupun dewasa. Tetapi lebih merujuk ke perempuan muslimah, maka dari itu ustadzah Oki Setiana Dewi sering menyajikan materi terkait dengan perempuan muslimah sesuai dengan ajaran Islam salah satu contoh kontennya adalah “Aturan Berhijab Dalam Islam” sehingga konten tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat.¹¹ Gaya penyampaian dakwah ustadzah Oki Setiana Dewi yang mudah dimengerti, dipahami dan cenderung ringan dengan pembahasan yang berkaitan dengan anak muda sekarang dan dibahas secara detail yang dimana dalam video dakwahnya tidak lupa disertakan dengan dalil-dalil Al-Quran dengan pendukung dakwahnya agar bisa dipahami dan diterima oleh pendengar atau khalayak yang menonton video tersebut.

¹⁰ www.biografi.com diakses pada tanggal 19 september 2023 pukul 09.00 WIB.

Juga dapat diakses pada Wikipedia.com

¹¹ Video dakwah Oki Setiana Dewi dalam Aturan Berhijab Dalam Islam pada media TikTok yang diupload pada tahun 2022

KESIMPULAN

Pada saat ini begitu banyak konten video yang telah banyak disebarluaskan di media sosial di berbagai negara termasuk Indonesia. Hal ini dikarenakan dengan kemajuan kecepatan teknologi, sehingga konten video mudah untuk di-*upload* ke internet. Salah satunya pada media sosial TikTok menjadi aplikasi yang digemari oleh banyak orang. Kebanyakan orang berasumsi bahwa pengguna TikTok adalah kumpulan orang-orang lebay, alay, berjoget-joget ria atau bahkan para wanita yang dengan percaya diri memamerkan kemolekan tubuhnya dengan iringan musik.

Dengan perkembangan media dakwah ini, semua orang khususnya aktivis dakwah dapat melakukannya dengan kreatif dan semenarik mungkin sehingga pesan tidak hanya terdengar saja namun bisa membekas di hati dan pikiran. Kemudian dikembangkan dengan dakwah melalui media cetak, radio dan televisi yang tentunya bisa menjangkau khalayak lebih luas tetapi terkendala tempat dan waktu yang dibatasi karena menyesuaikan dengan program lainnya

Berdakwah melalui media sosial TikTok membuka kesempatan kepada siapa pun untuk dapat mengekspresikan dakwahnya sehingga menjadi peluang untuk menyebarkan ajaran Islam. Selain itu, dakwah di aplikasi TikTok merupakan dakwah milenial yang mampu menciptakan dakwah inovatif serta menarik perhatian *followers* atau pengguna TikTok. Berdakwah melalui TikTok dapat memberikan keuntungan, diantaranya: Tidak terhalang oleh waktu sehingga dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, dakwah menjadi lebih variatif, sasarannya akan lebih luas dikarenakan bahwa pengguna TikTok berasal dari berbagai kalangan dan usia, serta dapat menghemat energi karena tidak perlu lagi mendatangi narasumber atau pendakwah.

TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat serta mengedit video-video pendek yang menarik untuk kemudian di-*share* ke teman-teman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan mediasosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia, terutama Indonesia. Aplikasi TikTok juga merupakan salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat membuat berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide yang dimiliki.

Tidak hanya mengenai Keuntungan menggunakan aplikasi TikTok ini yaitu adanya *trending*. Dengan adanya *hashtag* serta *trending* dapat membantu meningkatkan iklan dan mempermudah promosi. Manfaat aplikasi TikTok bukan hanya sebagai hiburan saja. Tapi, banyak konten – konten video yang bertujuan sebagai *personal branding*, pemasaran suatu usaha, pendidikan, kesehatan, makanan, kecantikan, hiburan, serta memberikan suatu informasi dan ilmu seperti konten dakwah yang disajikan. Seperti yang dilakukan oleh ustadzah Oki Setiana Dewi melalui Akun TikToknya @Okisetianasewi_official yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya serta mempengaruhi pemikiran dan sikap khalayak sebagai mad'unya. Sehingga masyarakat atau mad'u memiliki kepribadian yang berbeda dengan sebelumnya ke arah yang lebih baik tentunya. Ditambah lagi munculnya nilai kepercayaan dari mad'u kepada da'i karena memiliki karakter yang

baik sehingga perkataannya da'i layak untuk didengar apalagi diikuti.

DAFTAR PUSTAA

- Abdulla Qadaruddin Muhammad. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Pasuruan: Qiara MediaAziz , Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Aziz. Mohammad Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung; Remaja Rosdakarya
- Lalu Muchsin, Faizah. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta : Pranadamedia GroupMunir Amin, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Nugroho Aji, Wisnu. 2018. *Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. PIBSI 40 UNIKAL 2018* ISBN : 978-602-6779-21-2. Klaten : Unikal Press. Diambil dari TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia (unikal.ac.id)
- Video dakwah Oki Setiana Dewi dalam Aturan Berhijab Dalam Islam pada media TikTok yang diupload pada tahun 2022
- Wardi Bachtiar. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos.
- Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital". *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 Yogyakarta : Deepublish
- www.biografi.com diakses pada tanggal 19 september 2023 pukul 09.00 WIB. Juga dapat diakses pada Wikipedia.com