

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Daudy Buhari

daudybuhari31@gmail.com

Zainal Efendi Hasibuan

Zainalefendi01@gmail.com

Bestari Endayana

bestariendayana08@gmail.com

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Abstrak

Pemanfaatan media sosial sebagai alat dakwah menjadi salah satu pendekatan inovatif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, terutama di era digital. TikTok, sebagai platform media sosial yang populer, menawarkan peluang unik untuk menjangkau audiens yang luas melalui konten video singkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah dengan fokus pada metode pembahasan, efektivitas pesan, dan interaksi audiens. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data dari literatur, analisis konten, dan wawancara dengan pengguna TikTok yang aktif berdakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media yang efektif jika dakwah disampaikan secara kreatif, relevan, dan sesuai dengan target audiens. Keunggulan TikTok terletak pada fitur interaktif seperti komentar dan duet yang memungkinkan komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens. Namun, terdapat tantangan seperti potensi misinterpretasi pesan dan keterbatasan durasi video. Kesimpulannya, TikTok adalah media yang potensial untuk berdakwah asalkan digunakan secara bijaksana dan strategis.

Kata Kunci: TikTok, Media Dakwah, Interaksi Digital.

The use of social media as a da'wah tool is an innovative approach in conveying religious messages, especially in the digital era. TikTok, as a popular social media platform, offers a unique opportunity to reach a wide audience through short video content. This research aims to analyze the use of TikTok as a propaganda medium with a focus on discussion methods, message effectiveness and audience interaction. The research method uses a descriptive qualitative approach by collecting data from literature, content analysis, and interviews with TikTok users who are active in preaching. The research results show that TikTok can be an effective medium if preaching is delivered creatively, relevantly and in accordance with the target audience. TikTok's advantage lies in its interactive features such as comments and duets which enable two-way communication between the preacher and the audience. However, there are challenges such as potential misinterpretation of messages and limited video length. In

conclusion, TikTok is a potential medium for preaching as long as it is used wisely and strategically.

Keywords: TikTok, Da'wah Media, Digital Interaction.

A. Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara menyampaikan pesan dakwah. Teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan peluang baru untuk memperluas jangkauan dakwah melalui platform media sosial. Salah satu platform yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok, sebuah aplikasi berbasis video singkat yang sangat populer di kalangan generasi muda. TikTok menawarkan fitur-fitur kreatif seperti efek visual, filter, dan audio yang memungkinkan penggunanya untuk menghasilkan konten menarik dalam durasi singkat. Hal ini menjadikan TikTok sebagai media yang potensial untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara kreatif dan efektif.

Media dakwah tradisional, seperti mimbar, buku, dan ceramah langsung, memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan media digital. TikTok, dengan sifatnya yang interaktif dan viral, dapat menjadi sarana strategis untuk menghadirkan dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sekaligus menjawab tantangan modernisasi dan digitalisasi. Konten dakwah yang disampaikan melalui TikTok dapat berupa nasihat keagamaan, ayat-ayat Al-Qur'an, hadits, cerita inspiratif, atau penjelasan singkat tentang hukum Islam yang disajikan dalam bentuk yang menarik.

Namun, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah juga menimbulkan tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan bahwa pesan dakwah tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam meskipun disampaikan dalam format yang ringan dan menghibur. Selain itu, ada kekhawatiran mengenai potensi penyalahgunaan media ini untuk menyebarkan informasi yang keliru atau bahkan bertentangan dengan ajaran Islam.

Oleh karena itu, perlu adanya strategi khusus untuk memaksimalkan potensi TikTok sebagai media dakwah sekaligus meminimalkan risiko yang mungkin timbul.

Beberapa studi telah mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah memiliki dampak positif terhadap peningkatan kesadaran keagamaan di kalangan generasi muda. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas TikTok sebagai media dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi, strategi, dan tantangan dalam pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah. Dengan memfokuskan pada aspek interaksi digital, kreativitas, dan relevansi pesan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan dakwah di era digital.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui studi literatur, analisis konten, dan wawancara mendalam dengan pengguna TikTok yang aktif dalam berdakwah. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai cara TikTok digunakan sebagai media dakwah serta dampaknya terhadap audiens.

Penelitian ini tidak hanya penting bagi para pendakwah, tetapi juga bagi komunitas Muslim secara umum. Dengan memahami bagaimana media sosial seperti TikTok dapat digunakan secara efektif untuk dakwah, diharapkan akan muncul inovasi-inovasi baru yang mampu menyampaikan ajaran Islam secara lebih luas dan mendalam. Lebih jauh lagi, penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong terciptanya etika dalam penggunaan media sosial untuk tujuan keagamaan. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi juga alat yang strategis untuk membangun kesadaran keagamaan di tengah masyarakat yang semakin digital.

B. Kajian Teoritis

1. Media Sosial Tik Tok

Kotler dan Keller menyatakan bahwa media sosial mengacu pada sejenis media yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan teks, gambar, musik, video, dan

informasi antar individu. Menurut Taprial dan Kanwar (tahun), konsep media sosial mencakup berbagai bentuk platform media online yang digunakan individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, bertukar materi, menyebarkan berita, berbagi foto, dan terlibat dalam aktivitas serupa dengan orang lain (Keller, 2016).

Media sosial dapat didefinisikan sebagai proses dinamis di mana orang-orang terlibat dalam pertukaran interaktif, termasuk penciptaan, berbagi, pertukaran, dan modifikasi ide atau pemikiran melalui saluran komunikasi virtual atau jaringan (Thaib, 2021). Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial dapat didefinisikan sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang berakar pada prinsip web 2.0. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform untuk pengembangan media sosial, memungkinkan pengguna untuk menghasilkan dan berbagi konten. Seiring berjalannya waktu, beberapa platform media sosial telah mengalami pertumbuhan substansial dan berevolusi dengan fitur dan individualitas yang berbeda. Tujuan penggunaan media sosial adalah untuk memudahkan komunikasi dan memberikan akses terhadap informasi. Media sosial telah mendarah daging di hampir semua lapisan kehidupan kontemporer (Kaplan, A. M., & Haenlein, 2010).

Berdasarkan statistik dunia terkini pada bulan Januari 2018, terlihat bahwa jumlah total orang yang menggunakan internet mencapai 4,021 miliar, setara dengan 53% dari seluruh populasi dunia yang berjumlah 7,593 miliar. Populasi pengguna ponsel global berjumlah sekitar 5,135 miliar orang, yang setara dengan hampir 68% dari total populasi. Selain itu, terdapat sekitar 3,196 miliar pengguna aktif platform media social (Effendy, 2013).

Media sosial menjadi sarana komunikasi di era digital tanpa pandang usia, jarak dan waktu. Di kehidupan masyarakat saat ini, sering dijumpai perilaku yang kurang sopan ketika menjalin komunikasi, hal itu dapat menyebabkan kecemasan dan kekhawatiran melemahnya etika. Dalam penyampaian aspirasi, dan penerapan etika pun kini seperti terpinggirkan. Hal ini dikarenakan oleh belum mengakarnya etika dalam kehidupan berbangsa dan bernegara baik pada komunikasi secara langsung ataupun tidak. Maka dalam menggunakan media social sebagai media dakwah kita harus membangun komunikasi yang baik dalam penyampaian konten dakwah dalam media social dan haruslah menaati etika-etika serta menjunjung tinggi nilai-nilai yang berlaku. Terutama umat muslim, karna sudah seharusnya dalam berkomunikasi dengan memperhatikan aturan yang sesuai dengan ajaran Islam. Baik itu secara verbal maupun nonverbal. Hal itu harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam supaya tidak timbul penyimpangan.

Berdasarkan sudut pandang para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform untuk terlibat dalam interaksi sosial melalui pertukaran berbagai bentuk konten, termasuk informasi, teks, foto, video, dan sejenisnya. Menurut Malita, media sosial mencakup penggunaan teknologi internet oleh individu untuk mengekspresikan pemikiran, wawasan, pengalaman, dan sudut pandangnya. Berbagai platform media sosial sering digunakan oleh pemasar untuk tujuan melakukan operasi pemasaran. Platform tersebut antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Skype, Whatsapp, WeChat, Line, Path, BBM, Bee Talk, Me2day, Tumblr, Yahoo, Ask.fm, Skout, Ebuddy, Google plus, dan Tiktok.

2. Tiktok

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 hiburan semata yang diciptakan untuk semua kalangan dan tidak ada batasan dalam penggunaannya. Pada dasarnya, hiburan berasal dari element dalam sebuah aplikasi. Dalam al-Qur'an, hal ini tidak hanya melihat tujuannya semata sebagai hiburan, akan tetapi bagaimana cara olah dan prakteknya lebih diperhatikan, karena pekerjaan atau perbuatan harus berlandaskan dengan syariat Islam dan tidak melewati batas syariat (Malihah, 2019).

Tiktok itu sendiri adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat digemari millenials, generasi Z dan anak – anak kecil jaman now. Aplikasi ini memberikan special effect unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek. Aplikasi ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian atau gaya bebas.

Penggunaan aplikasi tiktok dimanfaatkan bukan saja sebagai hiburan semata. Namun, banyak juga konten- konten video yang disajikan dengan tujuan seperti personal branding, pemasaran suatu usaha, memberikan suatu informasi dan ilmu salah satu contohnya seperti konten- konten dakwah (Nasrullah, 2017).

Dalam aplikasi tiktok berbagai konten video dapat dibuat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, pengguna juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Pengguna dapat membuat berbagai video yang kreatif sesuai dengan ide nya. Tidak hanya video- video menarik, joget, lipsync dan lain – lain, pengguna juga dapat mengikuti tantangan – tantangan yang dibuat oleh pengguna lainnya. Biasanya hal itu diikuti dengan sesuatu yang sedang viral. Aplikasi tiktok juga merupakan salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur karena aplikasi ini bisa dikatakan adalah

aplikasi penghibur. Namun, banyak juga konten – konten video yang disajikan dengan tujuan seperti personal branding, pemasaran suatu usaha, memberikan suatu informasi dan ilmu salah satu contohnya seperti konten – konten dakwah (Nurfitria, 2022).

Adapun fitur – fitur pada aplikasi tiktok antara lain:

1. Fitur Musik Fitur
2. Fitur Filter
3. Fitur Stiker Video
4. Reaction Video Fitur
5. Voice Effect Fitur (Arifin, 2010).

Beberapa dampak positif penggunaan media sosial Tiktok siswa remaja sebagai berikut:

1. Di era kontemporer yang ditandai dengan digitalisasi yang meluas, siswa memiliki kesempatan untuk memperoleh dan mengembangkan kompetensi teknis dan sosial yang penting. Individu akan memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menyesuaikan diri, terlibat dengan kelompok sosial, dan menavigasi jaringan pertemanan secara efektif.
2. Dengan memperluas koneksi sosial mereka, siswa akan lebih mudah menjalin persahabatan dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia, meskipun sebagian besar dari orang-orang ini masih asing dalam interaksi tatap muka.
3. Meningkatkan pemahaman siswa terhadap peristiwa atau narasi terkini yang menjadi bahan wacana luas.
4. Untuk terlibat dalam dakwah dan wacana intelektual, mahasiswa berpartisipasi aktif dalam komunitas yang beragam.
5. Dengan terlibat dalam dialog dan mendengarkan orang lain secara aktif, siswa dapat meningkatkan daya tanggap dan keterampilan komunikasi dalam lingkungan terdekatnya (Hidayat, 2018).

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial seperti aplikasi Tiktok memiliki dampak positif bagi penggunaannya, terutama bagi siswa remaja. Informasi dan juga bisa menambah pertemanan dengan orang lain. Beberapa dampak negatif pengguna aplikasi Tiktok bagi siswa sebagai berikut.

- a. Keterlibatan jangka panjang dengan aplikasi TikTok terbukti mengurangi jumlah waktu yang dialokasikan untuk studi akademis.

- b. Paparan layar ponsel cerdas, komputer, atau laptop yang berlebihan dan berkepanjangan dapat berdampak buruk pada kesehatan mata, sehingga menimbulkan potensi risiko terhadap kesejahteraan secara keseluruhan.
- c. Fenomena kelesuan siswa dan tidak terselesaikannya tugas mungkin disebabkan oleh keasyikan mereka yang terusmenerus memantau status sosial teman-temannya, sehingga mengakibatkan terbuangnya waktu yang berharga.
- d. Salah satu potensi permasalahannya adalah tidak adanya interaksi dan integrasi yang memadai dengan lingkungannya sekitar. Penggunaan media sosial yang berlebihan dan berkepanjangan, khususnya aplikasi TikTok, menimbulkan kekhawatiran akan pengaruhnya terhadap perkembangan sosial generasi muda.
- e. Terlibat dalam konten seksual eksplisit dan pelanggaran tidak etis. Program TikTok memiliki kemungkinan besar melihat konten yang berkaitan dengan tema seksual karena seringnya permintaan pencarian online (Raharjo, 2020).

Dalam hal alokasi keuangan, siswa memiliki pilihan untuk menggunakan dana mereka untuk membeli paket internet atau menginvestasikan waktu mereka di kafe internet untuk memperluas interaksi online. Selain dampak baiknya, program TikTok juga memberikan dampak buruk bagi remaja yang melakukan pelecehan. Akibat negatif di atas tentunya akan berdampak pada siswa yang kurang mampu mengatur penggunaan program TikTok.

3. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan maddah dakwah (isi pesan dakwah) kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah yang dimaksud adalah alat yang menghubungkan pesan dari komunikasi yang disampaikan oleh seorang pendakwah, dalam hal ini yaitu pemilik akun TikTok kepada followersnya. Oleh sebab itu, dengan lahirnya media sosial seorang da'i memiliki banyak ruang untuk memperluas penyampaian pesan dakwahnya yang dikemas menyesuaikan trend yang sedang viral, agar lebih mudah diterima oleh pendengar atau followersnya (Syukir, 2004).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam dan memahami konteks sosial yang melatarbelakangi penggunaan TikTok dalam dakwah.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga teknik utama: studi literatur, analisis konten, dan wawancara mendalam. Studi literatur dilakukan untuk mengkaji teori-teori yang relevan mengenai media dakwah, interaksi digital, dan peran media sosial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Analisis konten dilakukan terhadap video TikTok yang diunggah oleh kreator konten yang aktif berdakwah. Video-video ini dianalisis berdasarkan tema, pesan dakwah, kreativitas, dan tingkat interaksi yang ditunjukkan melalui jumlah like, komentar, dan sharing.

Wawancara mendalam dilakukan dengan kreator konten TikTok yang konsisten menyampaikan dakwah melalui platform tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk menggali strategi yang mereka gunakan, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan dalam aktivitas dakwah mereka. Hasil dari ketiga teknik pengumpulan data ini dianalisis secara tematik untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif mengenai potensi, strategi, dan tantangan pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah. Validitas data diperkuat melalui triangulasi metode, sehingga hasil penelitian dapat diandalkan dan relevan untuk pengembangan dakwah di era digital.

D. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan berbagai aspek terkait pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah, termasuk potensi, strategi, tantangan, dan dampak penggunaannya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Hasil penelitian diperoleh melalui analisis konten, wawancara mendalam dengan kreator konten dakwah di TikTok, serta studi literatur. Berikut adalah pembahasan rinci mengenai temuan penelitian.

TikTok memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya media yang efektif untuk dakwah:

1. Jangkauan Audiens yang Luas

TikTok adalah salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna aktif yang besar, terutama di kalangan generasi muda. Hal ini memberikan peluang bagi pendakwah untuk menjangkau audiens yang mungkin sulit dijangkau melalui media tradisional.

2. Fitur Kreatif yang Mendukung

TikTok menyediakan berbagai fitur seperti efek visual, audio, dan filter yang memudahkan kreator konten untuk menyampaikan pesan dakwah secara menarik. Format video singkat juga memungkinkan pesan disampaikan secara ringkas namun berdampak.

3. Interaksi yang Interaktif

Fitur komentar, duet, dan live streaming memungkinkan komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens, menciptakan ruang dialog yang produktif (Utami, W. S., & Kurniasih, 2021).

Para kreator konten dakwah menggunakan berbagai strategi untuk memaksimalkan dampak pesan mereka:

1. Kreativitas dalam Penyampaian Pesan

Konten dakwah disampaikan dalam berbagai format, seperti video inspiratif, animasi, cerita pendek, hingga parodi yang relevan dengan isu-isu kekinian. Hal ini membantu menarik perhatian audiens yang memiliki rentang perhatian pendek.

2. Penggunaan Bahasa yang Akrab

Pendakwah di TikTok sering menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami, sehingga pesan terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens. Pemilihan Tema yang Relevan: Tema-tema dakwah disesuaikan dengan isu yang sedang viral atau relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti hubungan keluarga, nilai-nilai moral, atau semangat toleransi.

3. Konsistensi dan Frekuensi Posting

Kreator konten dakwah yang sukses biasanya konsisten dalam mengunggah konten dan menjaga frekuensi posting untuk mempertahankan keterlibatan audiens (Aziz, 2021).

Meskipun TikTok memiliki potensi besar, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh pendakwah:

1. Durasi Konten yang Terbatas

Format video singkat TikTok memaksa pendakwah untuk menyampaikan pesan secara padat dan ringkas, yang kadang-kadang dapat mengurangi kedalaman pesan dakwah.

2. Kemungkinan Salah Interpretasi

Pesan dakwah yang disampaikan dalam format kreatif dapat berisiko disalahpahami oleh audiens, terutama jika konteks tidak dijelaskan secara detail.

3. Persaingan Konten

Banyaknya konten hiburan di TikTok membuat konten dakwah harus bersaing untuk menarik perhatian audiens.

4. Potensi Penyalahgunaan

TikTok juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, sehingga pendakwah perlu berhati-hati dalam menyampaikan pesan mereka (Anwar, Z., & Hamzah, 2022).

5. Dampak TikTok terhadap Audiens

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah dapat memberikan dampak positif bagi audiens:

- a. Meningkatkan Kesadaran Keagamaan: Banyak audiens yang mengaku mendapat wawasan baru mengenai ajaran Islam melalui konten-konten dakwah di TikTok.
- b. Membangun Komunitas Digital: TikTok memungkinkan terbentuknya komunitas digital di mana audiens dan pendakwah dapat saling berinteraksi, berdiskusi, dan mendukung satu sama lain dalam memahami ajaran Islam.
- c. Mendorong Praktik Keagamaan: Beberapa audiens melaporkan bahwa mereka lebih termotivasi untuk menjalankan ibadah setelah menonton konten dakwah yang inspiratif di TikTok (Pratama, R. A., & Iskandar, 2021).

Dari analisis konten video dakwah di TikTok, ditemukan beberapa pola menarik:

1. Tema yang Populer: Tema-tema seperti motivasi islami, nasihat tentang akhlak, dan pengingat akan kehidupan akhirat sering menjadi konten favorit audiens.
2. Format Video yang Efektif: Video dengan visual yang menarik, musik latar yang sesuai, dan narasi yang emosional cenderung lebih disukai audiens.
3. Interaksi yang Tinggi: Konten yang mengundang diskusi atau tanggapan dari audiens biasanya memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi (Syamsuddin, I., & Wahyuni, 2021).

TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah jika digunakan secara bijaksana dan strategis. Melalui kreativitas, konsistensi, dan relevansi pesan, pendakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menarik dan bermakna. Namun, tantangan seperti durasi konten yang terbatas, potensi salah interpretasi, dan persaingan konten perlu diatasi untuk memaksimalkan dampak dakwah. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun kesadaran keagamaan dan memperkuat komunitas Muslim di era digital.

Kesimpulan

Media sosial tiktok dianggap sebagai sarana yang paling efektif dalam kegiatan dakwah. Namun, perlu ditekankan bahwa penggunaan media sosial dalam berdakwah harus memperhatikan etika dan norma-norma yang berlaku dalam bermedia sosial. Dengan demikian, media sosial dapat memberikan manfaat yang sebenarnya dalam konteks ajang beribadah melalui dakwah di dunia maya. Iklan dan media komunikasi yang ada, konten mahar milenial diharapkan dapat memasukkan banyak elemen virtual. Aplikasi Tiktok dig

unakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi Tiktok maupun yang bukan pengguna aplikasi Tiktok, yang membedakannya dengan media sosial lain adalah aplikasi Tiktok memiliki berbagai macam fitur yang bisa dinikmati penggunaannya seperti adanya fitur special effects yang terdiri dari effects shaking dan shivering yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik selain itu dilengkapi dengan fitur music background dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia. Dengan penyampaian dakwah yang mudah dipahami dan dengan visualisas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Z., & Hamzah, M. (2022). Peran TikTok dalam Penyebaran Pesan Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Digital*, 1.
- Arifin, M. (2010). *Psikologi Dakwah*. Bumi Aksara.
- Aziz, A. H. (2021). *Dakwah Era Digital: Strategi dan Pendekatan di Media Sosial*. Kalimedia.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Bandug (ed.)). Rosdakarya.
- Hidayat, M. A. (2018). *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*. Deepublish.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 1.
- Keller, P. K. dan K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. IGI Global.
- Malihah, N. (2019). Tiktok Dalam perspektif Al-Qur'an, Jurnal At – Tahfidz : *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 1.

- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfitriah, S. (2022). *Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Modern. 1*.
- Pratama, R. A., & Iskandar, A. (2021). Dakwah di Era Digital: Peran Konten TikTok dalam Penyebaran Nilai Islam. *Jurnal Studi Dakwah, 3*.
- Raharjo, S. (2020). *Media Baru dan Dakwah Kontemporer*. Alfabeta.
- Syamsuddin, I., & Wahyuni, D. (2021). TikTok sebagai Platform Media Dakwah: Studi Fenomena Dakwah Digital. *Jurnal Komunikasi Islam, 1*, 45–55.
- Syukir, A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Al-Ikhlash.
- Thaib, E. J. (2021). *Problematika Dakwah Di Media Sosial*. Insan Cendekia Mandiri.
- Utami, W. S., & Kurniasih, L. (2021). Optimalisasi TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, 2*.