

Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang

M. Nashoihul Ibad*

Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia

mashoihulibad@uiidalwa.ac.id

*Correspondence

DOI: [10.38073/pelita.v2i2.2189](https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2189)

Received: December 2024

Revised: January 2025

Accepted: February 2025

Published: May 2025

Abstract

The development of digital technology has changed the communication landscape, including the spread of Islamic da'wah. As one of the fastest growing social media platforms in the world, TikTok has great potential to spread da'wah messages to a wider audience, especially the younger generation. However, the success of preaching on TikTok cannot be separated from the digital literacy of the preachers. Digital literacy is important to overcome several new challenges, including the spread of negative content, misinformation and disinformation that can damage the image of Islam. This research aims to identify effective digital literacy strategies for preachers who use TikTok as a medium for preaching. This study uses a qualitative approach to explore the challenges *content creators* face on TikTok, including how to manage content, build strong narratives, and interact with diverse audiences. In addition, this research examines the platform's ability to help TikTok reach a wider and more diverse audience, as well as the interactive features offered by TikTok in spreading da'wah, including interactive features used to enhance da'wah messages. We are also investigating opportunities to do this. The results show that a comprehensive digital literacy strategy, including understanding the TikTok algorithm, creativity in content creation, and audience interaction skills, will ensure the effectiveness of da'wah in improving this platform proves to be very important. With adequate content techniques, *content creators* can utilize TikTok's full potential to convey Islamic messages that are peaceful, inclusive and relevant to the challenges of the times.

Keywords: *Digital Literacy, Social Media, TikTok*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara komunikasi, termasuk penyebaran dakwah Islam. TikTok, sebagai platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat, memiliki potensi besar dalam menjangkau generasi muda untuk menyampaikan pesan dakwah. Namun, keberhasilan dakwah di TikTok sangat bergantung pada literasi digital para dai dalam menghadapi tantangan seperti penyebaran konten negatif, misinformasi, dan disinformasi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi strategi literasi digital efektif bagi para dai di TikTok melalui pendekatan kualitatif. Studi ini mengeksplorasi tantangan konten kreator dalam mengelola konten, membangun narasi yang kuat, dan berinteraksi dengan audiens yang beragam. Penelitian juga mengkaji peran fitur interaktif TikTok dalam mendukung penyebaran dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman algoritma TikTok, kreativitas dalam pembuatan konten, dan keterampilan interaksi audiens menjadi kunci keberhasilan dakwah. Dengan strategi literasi digital yang komprehensif, para dai dapat memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan Islam yang damai, inklusif, dan relevan. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan panduan literasi digital bagi dai serta memperkaya diskusi tentang dakwah berbasis teknologi dalam konteks media sosial modern.

PENDAHULUAN

Media sosial telah merevolusi cara komunikasi dan penyebaran informasi di era digital.¹ Platform seperti TikTok telah menjadi salah satu alat utama untuk menjangkau audiens, terutama generasi muda, dengan cara yang inovatif dan interaktif. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana dakwah Islam dapat memanfaatkan perubahan ini secara efektif, serta untuk menyesuaikan strategi dakwah dengan karakteristik dan preferensi pengguna media sosial.² Meskipun media sosial menawarkan peluang besar, tantangan seperti penyebaran misinformasi, konten yang tidak sesuai, dan overexposure informasi juga meningkat.³ Penelitian ini diperlukan untuk mengidentifikasi bagaimana dai dapat menghadapi tantangan ini dengan strategi literasi digital yang efektif, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan benar dan diterima dengan baik oleh audiens.⁴

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi platform utama untuk menyebarkan berbagai jenis informasi, termasuk dakwah Islam.⁵ Di antara berbagai platform yang tersedia, TikTok telah menarik perhatian khusus karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas melalui konten video pendek yang kreatif dan interaktif.⁶ Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa para *content creator* di TikTok sangat antusias dalam berkontribusi pada penyebaran ilmu keagamaan yang sesuai dengan kaidah Islam. Fitur-fitur TikTok, seperti respon pengikut, likes, views, dan tagar, sangat efektif dalam memperluas jangkauan konten dakwah.⁷

Meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah, terdapat gap yang perlu diatasi, terutama dalam hal literasi digital di kalangan para dai dan *content creator*.⁸ Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek teknis dan respons positif dari audiens tanpa secara mendalam mengkaji keterampilan literasi digital yang diperlukan untuk mengoptimalkan strategi dakwah di

¹ Riyan Muhammad, Milana Abdillah Subarkah, and Universitas Muhammadiyah Tangerang, "Strategi Dakwah Muhammadiyah Di Era Digitalisasi : Inovasi Dan Tantangan," no. 4 (2024).

² Andi Faisal Bakti and Venny Eka Meidasari, "Trendsetter Komunikasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Pendidikan Komunikasi Dan Penyiaran Islam," *Prosiding Seminar Nasional Dharma Acarya* 1, no. 1 (2018): 188–99.

³ M. Nashoihul Ibad, "Model Pembelajaran Komunikasi Pada Penggunaan Sosial Media Untuk Menanggulangi Penyebaran Berita Hoax Bagi Generasi Muslim Milenial," *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2019): 53–73.

⁴ Sony Tian Dhora et al., "Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru 'e-Jihad' Atau Latah Bersosial Media," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (2023): 306, <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>.

⁵ M. Nashoihul Ibad, "Pesan Dakwah Islam Analisis Semiotika (Studi Kasus Instagram @Mahakaryaanakbangsa)," *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 03, no. 02 (2020): 163–81.

⁶ Wahyu Murjiati, "Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo," *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2022, <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i1.3411>.

⁷ Robby Aditya Putra, Exsan Adde, and Maulid Fitri, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z," *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 07, no. 01 (2023): 58–71, https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/ath_thariq/article/view/6410.

⁸ Eqviesta Runtun Pamungkas et al., "Optimasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial," *Al Manam: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 2022.

TikTok.⁹ Nilai kebaruan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang lebih komprehensif terhadap literasi digital, yang mencakup pemahaman terhadap algoritma TikTok, kemampuan narasi, serta keterampilan interaksi yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah di platform Tik – Tok.¹⁰

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi literasi digital yang efektif bagi dai dalam memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah.¹¹ Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi adanya konsep atau fenomena dahulu yang ada dengan menyediakan panduan praktis bagi *content creator* dalam merancang konten dakwah yang tidak hanya kreatif, tetapi juga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa literasi digital yang memadai akan meningkatkan efektivitas dakwah di TikTok, baik dalam hal penyampaian pesan maupun dalam memperluas jangkauan konten.

Penelitian – penelitian terdahulu dari penelitian ini didasarkan pada studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa TikTok merupakan platform yang sangat potensial untuk dakwah digital.¹² Penelitian terdahulu menemukan bahwa TikTok memenuhi kebutuhan pengguna untuk mendapatkan konten video dakwah yang sesuai dengan preferensi mereka, dan bahwa kemudahan aksesibilitas serta fitur-fitur TikTok mendukung penyebaran konten yang lebih luas.¹³ Namun, penelitian ini masih kurang dalam mengkaji peran literasi digital dalam proses dakwah tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dengan menawarkan pendekatan baru yang menekankan pentingnya literasi digital dalam mendukung strategi dakwah yang efektif di era media sosial, khususnya TikTok.¹⁴

Penelitian terdahulu beberapa menunjukkan bahwa TikTok sebagai media dakwah digital memiliki dampak positif dalam meningkatkan literasi Islam generasi muda.¹⁵ Contohnya, pada penelitian yang mengkaji konten dakwah yang relevan, persuasif, dan mudah dipahami, seperti yang disampaikan oleh Husain Basyaiban, mampu meningkatkan pemahaman keagamaan, mendorong penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, serta memberikan solusi atas isu-isu keagamaan.¹⁶ Fitur-fitur interaktif TikTok juga mendukung penyebaran dakwah dengan jangkauan luas, menjadikannya platform efektif bagi dai muda untuk menyampaikan pesan Islam secara

⁹ Sholihatul Atik Hikmawati and Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang,” *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11, <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.

¹⁰ Dewi Laila Nadiyah, “Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Akidah Akhlak Di MTS NU Banat Kudus,” *Al-Riwayah: Jurnal Kependidikan*, 2021, <https://doi.org/10.47945/al-riwayah.v13i2.393>.

¹¹ Nahdatul Aulia, “Strategi Dakwah Kadam Sidik Melalui Media Tiktok,” *Jurusan Manajemen*, 2023.

¹² Shafa Tasya Kamilah et al., “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja,” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2023.

¹³ Sholihatul Atik Hikmawati and Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.”

¹⁴ Muhajir Sulthonul Aziz, “WASILATUNA : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam,” *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 03, no. 2 (2020): 36–50.

¹⁵ Sholihatul Atik Hikmawati and Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.”

¹⁶ Arini Tika Sabila and Mutrofin Mutrofin, “Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Da’i Muda Husain Basyaiban),” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 45, <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>.

kreatif dan inovatif.¹⁷

Ditemukan bahwa TikTok memang menunjukkan, TikTok menjadi salah satu media terpopuler di masa pandemi COVID-19 karena kemudahan para pembuat konten dalam membuat konten dalam format video tanpa perlu proses editing yang lama. Dengan semakin banyaknya video keagamaan yang diunggah, terlebih lagi selama PSBB mereka mempunyai waktu luang dan dianjurkan menonton dari TikTok, pengguna semakin banyak mendengarkan khotbah, tausiyah, materi motivasi, dan ayat-ayat Alquran.¹⁸

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan mendeskripsikan data melalui kata-kata atau frasa yang diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu untuk mencapai kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.¹⁹ Pendekatan yang digunakan adalah analisis isi, yang dipilih untuk memahami bagaimana para *content creator* memanfaatkan fitur-fitur TikTok dalam pengelolaan konten dakwah, serta mengevaluasi strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jangkauan dan engagement dengan audiens. Tahapan penelitian dimulai dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan akun-akun *content creator* yang relevan dengan dakwah digital sebagai unit penelitian. Pemilihan akun dilakukan berdasarkan keterlibatan mereka dalam menyebarkan konten dakwah dan pengaruh yang mereka miliki di platform TikTok.²⁰ Konten-konten dari akun tersebut kemudian diunduh dan dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci, seperti gaya penyampaian, penggunaan fitur TikTok, dan pola interaksi dengan audiens. Data engagement, termasuk jumlah followers, total view, dan total likes, juga dikumpulkan untuk mengevaluasi dampak konten terhadap audiens dan hubungan antara engagement yang tinggi dengan kualitas konten dakwah. Analisis konten lebih lanjut dilakukan dengan mengklasifikasikan video berdasarkan komponen utama, seperti *call to action*, penggunaan tulisan persuasi, pengelolaan konten, dan pemanfaatan hashtag. Metode analisis isi ini memberikan wawasan mengenai efektivitas dakwah digital di TikTok serta bagaimana platform tersebut dapat digunakan untuk menggiring dan meyakinkan audiens secara efektif.²¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil *Content Creator* dan Engagement

Adapun para da'i milenial TikTok yang dapat diikuti dan diambil ilmunya melalui konten dakwah, beberapa diambil dari akun personal dan juga akun media yang

¹⁷ Melani Sundari, Universitas Markaz, and Nurus Sunnah, "Media Sosial (Tiktok) Untuk Memperdalam Ilmu Fiqih Melalui Konten Dakwah," *Jis : Journal Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 178–82.

¹⁸ Dessy Kushardiyanti, Zaenal Mutaqin, and Iman Nurchotimah Aulia Sholichah, "Tren Konten Dakwah Digital Oleh *Content creator* Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da ' Wah By Millenial *Content creator* Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era," *Orasi : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114.

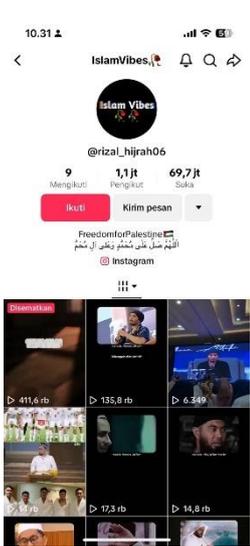
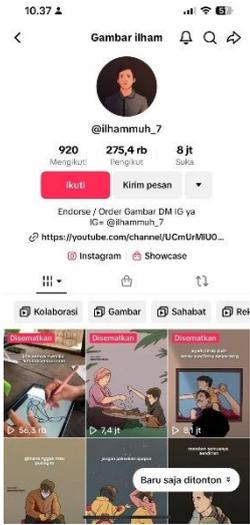
¹⁹ R Oktavia and R Rismawati, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan," *Jurnal Ilmu Dan Riset* ..., 2022, 456, <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4463/4467>.

²⁰ Kamilah et al., "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja."

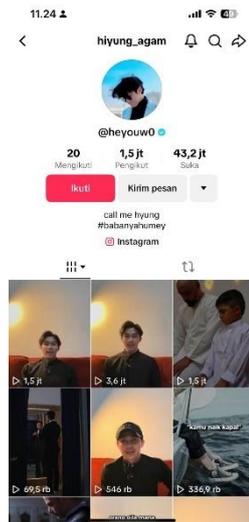
²¹ Kushardiyanti, Mutaqin, and Sholichah, "Tren Konten Dakwah Digital Oleh *Content creator* Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da ' Wah By Millenial *Content creator* Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era."

kontennya berkaitan dengan dakwah. Adapun detail profil dari content creator tersebut terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Content Creator Da’i Milenial TikTok

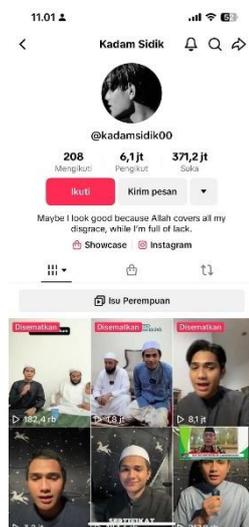
No	Nama Akun	Tangkapan Layar Akun	Keterangan
1.	@rizal_hijrah06	 <p>Gambar 1. Akun @rizal_hijrah06</p>	<p>Akun TikTok @rizal_hijrah06 dengan nama Islam Vibes adalah akun yang berfokus pada penyebaran konten-konten islami. Dengan jumlah pengikut mencapai 1,1 juta dan total suka sebanyak 69,7 juta, akun ini menampilkan berbagai video yang berkaitan dengan dakwah dan ajaran Islam. Konten-konten yang dibagikan di akun ini mencakup ceramah dari tokoh-tokoh agama seperti Ustadz Hanan Attaki dan Habib Husein Ja'far, serta video-video lain yang memuat pesan-pesan islami dan motivasi keagamaan. Akun ini juga mendukung gerakan <i>Freedom for Palestine</i> berdasarkan deskripsi di profilnya. Konten yang diposting tidak hanya berfokus pada ceramah, tetapi juga mencakup video-video yang merespon isu-isu terkini dengan perspektif islami. Hashtag dan <i>Call to action</i> yang efektif digunakan untuk meningkatkan engagement dengan pengikutnya.</p>
2.	@ilhammuh_7	 <p>Gambar 2. Akun @Ilhammuh7</p>	<p>Akun TikTok @ilhammuh_7 dengan nama Gambar Ilham adalah akun yang berfokus pada pembuatan dan penyebaran konten berupa ilustrasi dan gambar yang menggambarkan berbagai pesan moral, motivasi, dan cerita-cerita kehidupan sehari-hari. Akun ini memiliki 275,4 ribu pengikut dan 8 juta suka, menunjukkan popularitas kontennya di kalangan pengguna TikTok. Konten yang dibagikan di akun ini meliputi proses pembuatan gambar digital serta cerita pendek yang diilustrasikan dengan gaya unik.</p>

3. @heyouw0



Gambar 3. Akun @heyouw0

4. @kadamsidik00



Gambar 4. Akun @kadamsidik00

Akun TikTok @heyouw0 dengan nama **hiyung_agam** adalah akun yang memiliki 1,5 juta pengikut dan 43,2 juta suka, yang menunjukkan popularitas besar di platform tersebut. Akun ini fokus pada konten yang berisi monolog, motivasi, dan cerita pendek yang disampaikan oleh kreator dalam gaya yang menarik dan menghibur.

Kreator di balik akun ini sering menampilkan video yang memadukan pesan moral, humor, dan refleksi kehidupan sehari-hari. Pesan yang disampaikan biasanya berisi nasihat atau pandangan tentang berbagai situasi sosial dan personal yang relevan dengan audiensnya. Akun ini juga menggunakan tagar seperti #babanyahumey, yang kemungkinan menjadi bagian dari branding atau tema yang sering diangkat dalam kontennya.

Husain Basyaiban adalah seorang milenial yang aktif di TikTok untuk berbagi ilmu, dengan keahlian dalam bahasa Arab, fiqh, hadis, dan ilmu syariah. Akun dakwahnya, dengan username @basyasman00, telah menarik perhatian 3,4 juta pengikut. Dalam menyampaikan dakwah, Husain dikenal sebagai pemuda Muslim yang moderat dan mahir dalam berpendapat. Sementara itu, akun TikTok @kadamsidik00 juga merupakan akun yang menarik perhatian banyak pengguna. Kontennya mungkin berfokus pada aktivitas sehari-hari, hobi, atau tren populer, yang sukses menghibur dan mendapatkan banyak pengikut.

Dari pengelompokan akun *content creator* yang relevan, ditemukan bahwa *content creator* dengan jumlah *followers* yang lebih tinggi, total view yang besar, dan total likes yang signifikan cenderung menunjukkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam penyebaran dakwah digital. Data menunjukkan bahwa akun-akun dengan engagement yang tinggi memiliki strategi konten yang lebih terarah dan terstruktur, dengan penggunaan fitur TikTok yang optimal untuk menarik perhatian audiens.

Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa *content creator* dengan tingkat engagement yang tinggi cenderung memiliki strategi konten yang lebih terarah dan memanfaatkan fitur-fitur platform secara optimal untuk menarik perhatian audiens. Hal ini mendukung temuan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan penyebaran dakwah digital dan memperluas jangkauan pesan keagamaan secara signifikan.²²

²² Yulia Nafa Fitri Randani et al., "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk

Pengelolaan Konten dan Interaksi Audiens

Analisis terhadap konten video menunjukkan bahwa *content creator* yang berhasil dalam dakwah digital secara konsisten menggunakan *call to action* dan tulisan persuasi untuk mendorong audiens melakukan tindakan, seperti mengikuti akun atau membagikan konten. Selain itu, pengelolaan konten yang baik terlihat dari aktivitas respons terhadap komentar audiens, dengan para *content creator* yang merespon komentar secara aktif mendapatkan engagement yang lebih tinggi.²³ Materi dakwah yang disampaikan dalam video cenderung disajikan dengan gaya yang menarik dan relevan dengan isu-isu terkini, sementara durasi posting juga berperan dalam mempertahankan perhatian audiens.

Penggunaan Hashtag dan Visibilitas Konten

Penggunaan hashtag dalam konten video terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten dakwah. *Content creator* yang menggunakan tagar yang relevan dan populer dapat mencapai audiens yang lebih luas, dan tagar tersebut sering kali berfungsi sebagai alat untuk mengarahkan audiens ke konten yang relevan dengan tema dakwah.²⁴ Hashtag yang dipilih dengan hati-hati membantu dalam mengoptimalkan pencarian dan penemuan konten oleh pengguna yang memiliki minat khusus dalam topik dakwah.

Penggunaan hashtag yang relevan untuk dakwah di media sosial, khususnya di TikTok, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. Berikut adalah beberapa contoh hashtag yang dapat digunakan:

1. #DakwahIslam - Hashtag ini sangat umum digunakan untuk konten dakwah secara umum.
2. #IslamicQuotes - Cocok untuk konten yang berisi kutipan dari Al-Qur'an, Hadis, atau kata-kata inspiratif dari tokoh Islam.
3. #DakwahHarian - Digunakan untuk konten dakwah sehari-hari yang berfokus pada ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
4. #Fiqh - Tepat untuk konten yang membahas tentang hukum Islam atau fiqh.
5. #HadisNabi - Untuk video yang berisi penjelasan atau kutipan Hadis Nabi Muhammad SAW.
6. #QuranDaily - Cocok untuk konten yang berisi bacaan atau penjelasan ayat-ayat Al-Qur'an.
7. #Tausiyah - Untuk video pendek yang berisi pesan-pesan atau nasihat islami.
8. #Hijrah - Digunakan untuk konten yang mendorong hijrah atau perubahan menuju kehidupan yang lebih Islami.
9. #MuslimYouth - Untuk konten dakwah yang menyoal pemuda Muslim.
10. #Ramadhan - Relevan saat bulan Ramadhan, untuk konten yang terkait dengan puasa, ibadah, dan persiapan Ramadhan.

Kaum Milenial,” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2021, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>.

²³ Novianto Puji Raharjo and M Nashoihul Ibad, “Transformasi Pesantren Dalam Era Digital : Peluang Dan Tan- Tangan Dalam Aspek Dakwah Dan Pendidikan (Pesantren Transformation in the Digital Age Digital : Opportunities and Challenges in the Aspects of Da ’ Wah and Education) Informasi Artikel” 7 (2024): 7–15.

²⁴ M Nashoihul Ibad, “Pemasaran Online Melalui Instagram Secara Organik Ditengah Pandemic Covid-19 Magister Ilmu Komunikasi,” 2020.

Menggunakan kombinasi dari hashtag umum dan spesifik dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan dengan konten dakwah yang disajikan.²⁵

Strategi Literasi Digital dan Dampaknya

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memainkan peran penting dalam efektivitas dakwah di TikTok. *Content creator* yang memiliki pemahaman mendalam tentang algoritma TikTok, teknik pembuatan konten, dan cara berinteraksi dengan audiens cenderung lebih sukses dalam menyebarkan pesan dakwah.²⁶ Strategi yang melibatkan penggunaan fitur-fitur TikTok secara kreatif dan pemahaman tentang cara kerja platform dapat meningkatkan dampak konten dakwah secara signifikan.

Tantangan yang Dihadapi

Penelitian juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam dakwah digital di TikTok, termasuk: (1) Saturasi Konten: Keterbatasan dalam menonjolkan konten dakwah di tengah arus informasi yang sangat banyak. (2) Kualitas Konten: Kesulitan dalam menjaga kualitas konten sambil tetap mengikuti tren dan algoritma platform. (3) Respons Audiens: Tantangan dalam mengelola feedback dan komentar negatif dari audiens.

Peluang yang Ditemukan

Peluang untuk mengembangkan dakwah digital di TikTok mencakup: (1) Kreativitas Konten: Memanfaatkan kreativitas dalam pembuatan video untuk menarik minat audiens dan menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menyenangkan. (2) Segmentasi Audiens: Menggunakan fitur TikTok untuk menargetkan audiens yang memiliki minat khusus dalam tema dakwah. (3) Kolaborasi: Meningkatkan jangkauan dan efektivitas melalui kolaborasi dengan *content creator* lain yang memiliki audiens yang relevan.

Strategi Literasi Dakwah Digital di Tik Tok

Strategi literasi dakwah digital di TikTok melibatkan beberapa pendekatan kunci untuk memastikan efektivitas pesan yang disampaikan. Pertama-tama, penting untuk melakukan analisis pemahaman audiens yang mencakup analisis demografis, seperti usia, minat, dan lokasi, guna menyesuaikan konten dakwah agar lebih relevan dan menarik bagi mereka. Memahami preferensi konten juga krusial, dengan mengamati jenis konten yang paling banyak dibagikan dan disukai, termasuk format video, gaya penyampaian, dan topik yang sedang tren. Konten dakwah di TikTok harus dirancang agar singkat, padat, dan mudah dipahami untuk menarik perhatian pengguna, dengan menggunakan kreativitas dalam penyampaian seperti musik, efek visual, dan tantangan yang relevan dengan tema tertentu.

Selanjutnya, interaksi dan keterlibatan audiens memainkan peranan penting. Aktivitas seperti menjawab komentar dan pertanyaan dari audiens dapat membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan keterlibatan. Fitur live streaming juga

²⁵ Muhammad, Subarkah, and Tangerang, "Strategi Dakwah Muhammadiyah Di Era Digitalisasi : Inovasi Dan Tantangan."

²⁶ Muhammad Helmy and Risa Dwi Ayuni, "Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3Safa)," *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 2, no. 1 (2019): 23–29.

dapat dimanfaatkan untuk berdialog langsung dengan audiens, memungkinkan diskusi interaktif dan jawaban atas pertanyaan secara real-time. Konsistensi dan kualitas konten adalah aspek lain yang tidak kalah penting. Menetapkan jadwal rutin untuk mengunggah konten dakwah memastikan audiens tahu kapan harus menantikan video baru, sementara kualitas visual dan audio yang baik harus selalu dijaga dengan pencahayaan yang memadai dan pemeriksaan kualitas suara sebelum mengunggah video²⁷.

Strategi hashtag dan tagging juga berkontribusi pada jangkauan konten. Menggunakan hashtag populer yang relevan dengan konten dakwah dapat meningkatkan visibilitas video, sedangkan tagging influencer atau melakukan kolaborasi dengan pembuat konten lain yang relevan dapat memperluas jangkauan. Analisis dan evaluasi kinerja video melalui fitur analitik TikTok memungkinkan pemantauan jumlah tayangan, suka, dan komentar untuk memahami apa yang berfungsi dan apa yang perlu diperbaiki. Uji A/B dapat dilakukan untuk mencoba berbagai jenis konten dan format guna menemukan yang paling resonan dengan audiens²⁸.

Selain itu, edukasi digital merupakan bagian integral dari strategi literasi dakwah. Ajak pengikut untuk mengikuti pelatihan atau workshop tentang cara menggunakan media sosial secara bijak dan efektif dalam konteks dakwah, serta sediakan link atau referensi tambahan untuk pembelajaran lebih lanjut. Terakhir, etika dan tanggung jawab harus selalu diperhatikan dengan memastikan bahwa konten dakwah mematuhi pedoman komunitas TikTok dan tidak melanggar norma sosial atau agama, serta menyampaikan pesan dengan sensitivitas yang menghormati keberagaman pandangan²⁹.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengenai *Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang* telah mengungkapkan bahwa penggunaan TikTok sebagai platform dakwah digital menawarkan berbagai peluang signifikan sekaligus tantangan yang harus diatasi. Melalui analisis pemahaman audiens, konten yang menarik dan edukatif, serta interaksi yang aktif, para penggiat dakwah dapat memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan pesan mereka secara efektif dan menarik. Namun, tantangan seperti kebutuhan untuk menjaga konsistensi dan kualitas konten, serta mematuhi pedoman komunitas dan etika media sosial, memerlukan perhatian khusus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi literasi dakwah digital harus melibatkan pemahaman mendalam tentang demografi dan preferensi audiens, kreativitas dalam penyampaian konten, serta penggunaan fitur interaktif seperti live streaming untuk meningkatkan keterlibatan. Kualitas konten yang baik, konsistensi dalam pengunggahan, dan penggunaan hashtag yang tepat adalah kunci untuk mencapai jangkauan yang lebih

²⁷ Durrotul Fairuz, Nur Kholis Eka Safitri, and Ahmad Hidayatullah, "Peran Teknologi Digital Dalam Menyebarkan Dakwah Islam Di Era Modern Dalam Konten YouTube Studio Al-Fusha TV," *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 1 (2024): 445–70, <https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1116>.

²⁸ Adi Fadli, "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia," *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773>.

²⁹ Erwan Efendi, Mely Sahtriani, and Rama Noprialdi, "Peran Media Dalam Menyebarkan Luaskan Dakwah Di Platform Media Sosial," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 3 (2024): 962–70, <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.700>.

luas. Selain itu, analisis dan evaluasi yang berkelanjutan merupakan elemen penting untuk memahami efektivitas konten dan memperbaiki strategi yang ada.

Prospek pengembangan hasil penelitian ini mencakup penyesuaian strategi literasi dakwah untuk menanggapi tren baru dan perubahan dalam pola konsumsi media sosial. Pengembangan alat analitik yang lebih canggih dan metode pelatihan digital yang inovatif untuk penggiat dakwah di TikTok dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Ke depan, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi literasi dakwah di TikTok terhadap persepsi dan pemahaman audiens mengenai nilai-nilai dakwah. Implementasi rekomendasi dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan para penggiat dakwah dalam memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah yang efektif dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Nahdatul. "Strategi Dakwah Kadam Sidik Melalui Media Tiktok." *Jurusan Manajemen*, 2023.
- Aziz, Muhajir Sulthonul. "WASILATUNA : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam." *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 03, no. 2 (2020): 36–50.
- Dhora, Sony Tian, Ofi Hidayat, M. Tahir, Andi Asy'hary J. Arsyad, and Ahmad Khairul Nuzuli. "Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru 'e-Jihad' Atau Latah Bersosial Media." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (2023): 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>.
- Efendi, Erwan, Mely Sahtriani, and Rama Noprialdi. "Peran Media Dalam Menyebarkan Luaskan Dakwah Di Platform Media Sosial." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 3 (2024): 962–70. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.700>.
- Fadli, Adi. "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia." *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773>.
- Fairuz, Durrotul, Nur Kholis Eka Safitri, and Ahmad Hidayatullah. "Peran Teknologi Digital Dalam Menyebarkan Dakwah Islam Di Era Modern Dalam Konten YouTube Studio Al-Fusha TV." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 1 (2024): 445–70. <https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1116>.
- Faisal Bakti, Andi, and Venny Eka Meidasari. "Trendsetter Komunikasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Pendidikan Komunikasi Dan Penyiaran Islam." *Prosiding Seminar Nasional Dharma Acarya* 1, no. 1 (2018): 188–99.
- Helmy, Muhammad, and Risa Dwi Ayuni. "Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3Safa)." *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 2, no. 1 (2019): 23–29.
- Ibad, M. Nashoihul. "Model Pembelajaran Komunikasi Pada Penggunaan Sosial Media Untuk Menanggulangi Penyebaran Berita Hoax Bagi Generasi Muslim Milenial." *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2019): 53–73.
- Ibad, M Nashoihul. "Pesan Dakwah Islam Analisis Semiotika (Studi Kasus Instagram

- @Mahakaryaanakbangsa).” *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 03, no. 02 (2020): 163–81.
- Ibad, M Nashoihul. “Pemasaran Online Melalui Instagram Secara Organik Ditengah Pandemic Covid-19 Magister Ilmu Komunikasi,” 2020.
- Kamilah, Shafa Tasya, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, and Meity Suryandari. “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2023.
- Kushardiyanti, Dessy, Zaenal Mutaqin, and Iman Nurchotimah Aulia Sholichah. “Tren Konten Dakwah Digital Oleh *Content creator* Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da ’ Wah By Millenial *Content creator* Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era.” *Orasi : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114.
- Muhammad, Riyan, Milana Abdillah Subarkah, and Universitas Muhammadiyah Tangerang. “Strategi Dakwah Muhammadiyah Di Era Digitalisasi : Inovasi Dan Tantangan,” no. 4 (2024).
- Murjiati, Wahyu. “Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo.” *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2022. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i1.3411>.
- Nadiyah, Dewi Laila. “Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Akidah Akhlak Di MTS NU Banat Kudus.” *Al-Riwayah : Jurnal Kependidikan*, 2021. <https://doi.org/10.47945/al-riwayah.v13i2.393>.
- Oktavia, R, and R Rismawati. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan.” *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 2022, 456. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4463/4467>.
- Pamungkas, Eqviesta Runtun, Yazida Ichsan, Vita Yuliana, and Tiara Indriarti. “Optimasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial.” *Al Manam: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 2022.
- Putra, Robby Aditya, Exsan Adde, and Maulid Fitri. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z.” *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 07, no. 01 (2023): 58–71. https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/ath_thariq/article/view/6410.
- Raharjo, Novianto Puji, and M Nashoihul Ibad. “Transformasi Pesantren Dalam Era Digital : Peluang Dan Tan- Tangan Dalam Aspek Dakwah Dan Pendidikan (Pesantren Transformation in the Digital Age Digital : Opportunities and Challenges in the Aspects of Da ’ Wah and Education) Informasi Artikel” 7 (2024): 7–15.
- Randani, Yulia Nafa Fitri, Safrinal Safrinal, Jalimah Zulfah Latuconsina, and Muhammad Roy Purwanto. “Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial.” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2021. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>.
- Sabila, Arini Tika, and Mutrofin Mutrofin. “Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Da’i Muda Husain Basyaiban.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 45.

<https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>.

Sholihatul Atik Hikmawati, and Luluk Farida. “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.” *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.

Sundari, Melani, Universitas Markaz, and Nurus Sunnah. “Media Sosial (Tiktok) Untuk Memperdalam Ilmu Fiqih Melalui Konten Dakwah.” *Jis : Journal Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 178–82.