

Proceeding's Book of



BORNEO UNDERGRADUATE ACADEMIC FORUM (BUAF)



People and Science In The Covid-19 Pandemic Outbreak

BOOK 8

Digital Da'wa in Covid-19 Pandemic

By:

**Shinta Ath Thoriq Apriari
Salamiyah**

**Rizki Munawarah and Mahdi Hidayatullah
Fathatul Fallah and Fathina L. Qonita**

BOOK 8

List

| | | | |
|---|---|--|--|
| Digital Da'wa in Covid-19 Pandemic | Shinta Ath Thoriq Apriari | UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda | PERAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MUSLIM MILENIAL DI MASA PANDEMI COVID-19 |
| | Salamiyah | UIN Antasari Banjarmasin | Aplikasi Manasik Haji Berbasis Virtual Reality pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Islam |
| | Rizki Munawarah - Mahdi Hidayatullah | UIN Antasari Banjarmasin | Millenial Da'wah Methods On The Youtube Platform (A Case Study of Pemuda Tersesat's Channel) |
| | Fathina L. Qonita | IAIN Pekalongan | Inklusifitas Dakwah Gus Baha' di Youtube dalam Pencegahan Covid- 19 |

Editors : Prof. Dr. Zenuddin Hudi Prasajo, MA.
: Prof. Dr. Ibrahim, MA.
: Elmansyah, M.S.I.
Reviewers : Dr. Faizal Amin, MA.
: Dr. Yusriadi, MA.
: Dr. Erwin Mahrus, MA
: Dr. Muhammad Edi Kurnanto, MA.
: Rasiam, MA.
: Didi Darmadi, M.Lett.

Penerbit : IAIN Pontianak Press
ISBN : xxx-xxxxxxxx-xx

KATA PENGANTAR

EXPERIENCE IS THE BEST TEACHER: BELAJAR DARI PANDEMI

By. *Ibrahim@ab_irhamiy*

Experience is the best teacher, sebuah term yang mengajarkan sedikitnya dua hal dalam kehidupan ini. *Pertama*, bahwa hidup ini adalah proses mengalami dan membangun pengalaman atas segala peristiwa yang dilalui. Setiap orang, tak terkecuali kita semua akan senantiasa mengukir sejarah dan pengalaman diri dalam hidup. Menjalani dan melewati sebuah keadaan, seperti apa pun itu. Inilah yang disebut dengan pengalaman (*experience*); *kedua*, setiap peristiwa hidup yang dihadapi dan dilalui sesungguhnya memberikan pengajaran penting bagi setiap kita. Mendidik kita untuk kuat dan tegar menghadapi tantangan dan hambatan. Mendidik kita untuk kreatif dan inovatif menemukan solusi atas segala permasalahan. Atau bahkan menciptakan terobosan baru atau temuan-temuan baru sebagai respon terhadap situasi dan kondisi sulit yang dihadapi.

Dengan perkataan lain, belajar dengan mengalami sendiri jauh lebih berkesan dibandingkan dengan hanya mendengarkan cerita. Belajar melalui pengalaman nyata justru akan melahirkan kesadaran diri yang kuat akan nilai-nilai tertentu. Sebab pengalaman menjadi modal untuk seseorang mengantisipasi segala tantangan dan hambatan. Pengalaman menjadi pijakan bagi setiap orang menciptakan kreasi dan inovasi yang lebih baik, lebih baru dan senantiasa *up to date*.

Experience is the best teacher menjadi sebuah terminology yang sesuai dengan kondisi kita saat ini, kondisi bangsa dan negara yang telah hamper dua tahun ini berhadapan dengan situasi pandemic covid-19. Situasi kondisi kebencanaan nasional (darurat nasional-pandemik) yang telah menggoyahkan sendi-sendi kehidupan sosial, bermasyarakat dan berbangsa. Situasi yang cukup mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan social kita, termasuk politik, ekonomi, kebudayaan, berbangsa dan bernegara dalam kurun waktu hampir 2 tahun ini.

Situasi pandemic covid-19 sesungguhnya realitas hidup yang tidak bias kita pungkiri, bahkan tidak dapat kita hindari kehadirannya selama hamper dua tahun ini. Menjadi ancaman kesehatan, social, ekonomi, politik dan kebudayaan juga iya. Tapi di balik semua itu, mengalami masa-masa pandemic

covid-19 menjadi pembelajaran hidup yang luar biasa penting. Covid-19 mengajarkan kepada kita pentingnya nilai-nilai kebersamaan dalam hidup, saling memelihara dan menjaga kesehatan diri dan orang lain. Saling peduli dan menguatkan satu sama lain. Saling melindungi dan mengayomi. Bahkan saling berbagi dan bersinergi untuk kebaikan dan keselamatan diri dan negeri.

Situasi pandemic covid-19 membuka mata hati setiap kita bahwa apapun kesombongan diri dan merasa hebat atas capaian prestasi dan prestise, tidak berarti apa-apa di hadapan kekuasaan sang Khlaik. Kita manusia sama sekali tidak ada kekuatan apa pun selain kuasa sang Pencipta yang merupakan sumber segala kekuatan., tempat segala makhluk berasal dan kembali, termasuk virus penyakit semacam coronavirus.

Pandemic covid-19 yang telah menggoncang “kesombongan” masyarakat dunia atas segala capaian prestasi dan prestise, kecanggihan teknologi dan ilmu pengetahuan insani, pada akhirnya tidak akan berlutuk melawan kuasa *Ilahi Rabbi*. Kuasa Nya yang menciptakan dan mengirimkan makhluk supra natural untuk mengingatkan dan mendidik seluruh penghuni bumi, bahwa tak satu pun kita layak menyombongkan diri, menindas dan menjajah bangsa lain dengan dalih kemajuan dan kecanggihan teknologi.

Realitas pandemic covid-19, dan respon kita dalam menghadapi dan menyesuaikan diri, sesungguhnya menjadi guru yang penting dalam kehidupan kita hari ini. Pandemic telah menjadi guru yang mengajarkan kita untuk meleak teknologi komunikasi digital, mengajarkan setiap kita untuk mampu beradaptasi dengan situasi apa pun, termasuk literasi media dan komunikasi digital. Bahkan realitas pandemic juga mengajarkan kita akan arti penting bersinergi dan berkolaborasi, menjaga diri dan saling melindungi, terus berkreasi dan berinovasi dalam segala hal dan situasi yang dihadapi. Inilah sesungguhnya makna terdalam dari istilah pengalaman menjadi guru yang terbaik (*experience is the teacher*).

Pengalaman adalah guru yang terbaik, menjadi semakin nyata ketika membaca tulisan para mahasiswa di forum BUAF (*Borneo Undergraduate Academic Forum*) ini. Sebab, semua tulisan yang diterbitkan dalam prosiding BUAF5 ini menentangahkan kajian dan diskusi yang menarik terkait dengan situasi pandemic covid-19. Kemampuan menyikapinya dan melakukan berbagai adaptasi di tengah situasi pandemic sebagaimana tema besarnya. Karena itu semua artikel yang dipresentasikan melalui kegiatan ilmiah BUAF5, dan

diterbitkan dalam prosiding yang ada di tangan pembaca ini, tidak lain adalah respon nyata terhadap situasi pandemic yang sedang terjadi. Kreasi dan inovasi yang dihasilkan oleh masyarakat kita dalam menyikapi situasi pandemic, dalam bidang apa pun, mulai dari pendidikan, sosial, ekonomi, politik, kebudayaan, pendidikan, kesehatan, bahkan komunikasi dan informasi digital dan digitalisasi teknologi komunikasi.

Membaca dan meriview artikel mahasiswa dalam prosiding ini meneguhkan makna penting dari terminology pengalaman adalah guru terbaik (*experience is the best teacher*).

Sebagai panitia penyelenggara dan tuan rumah, kami sangat bangga atas partisipasi dan apresiasi yang diberikan oleh semua pihak. Dengan setulus hati kami ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut serta menyukseskan pagelaran BUAF5 di IAIN Pontianak, teristimewa delegasi PTKIN se-Borneo yang merupakan anggota inti BUAF, delegasi dari Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta yang ada di seluruh wilayah Indonesia (Nasional) dan delegasi dari Perguruan Tinggi Luar Negeri. Kontribusi anda semua kami dokumentasikan dalam 21 (Duapuluh Satu) chapter books Prosiding ini.

Akhirnya, selamat kami ucapkan kepada semua mahasiswa yang telah berpartisipasi dalam presentasi ilmiah BUAF5, yang telah berhasil merampungkan kajian dan artikelnya hingga siap publis di prosiding ini. Teruslah mengkaji, belajar, meneliti, menulis dan berkarya tanpa henti, hingga batas pengalaman hidup yang harus mengakhiri.

Panitia, 02 Desember 2021



Peran Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Muslim Milenial di Masa Pandemi Covid-19

Shinta Ath Thoriq Apriari

UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

(0704036@gmail.com)

ABSTRAK

Pada akhir tahun 2019, seluruh negara di dunia digemparkan dengan adanya virus COVID-19. Keberadaan virus ini tentu membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat dunia. Di Indonesia kasus COVID-19 memberi pengaruh bagi masyarakat. Semua kegiatan yang semula bersifat luring kini dialihkan menjadi daring. Oleh karena itu, intensitas generasi milenial berselancar di dunia maya selama pandemi COVID-19 meningkat. Kesempatan emas ini dipergunakan oleh da'i untuk melaksanakan dakwah kepada generasi muslim milenial melalui berbagai platform media sosial, yakni TikTok. Tujuan dari tulisan ini adalah menganalisis peran TikTok sebagai media dakwah bagi generasi milenial di masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengkaji konten keislaman pada TikTok yang disukai oleh kebanyakan generasi milenial. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif bagi generasi milenial. Dakwah melalui aplikasi TikTok lebih mudah diakses, kapan saja dan dimana saja. Berdasarkan temuan data, pelaksanaan dakwah di TikTok dapat dimodifikasi seperti TikTok life, stitch konten dan daftar putar kreator. Harapannya penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada para da'i lainnya tentang dakwah melalui aplikasi TikTok yang banyak diminati oleh generasi milenial. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa dakwah melalui aplikasi TikTok yang ringan dan menarik sangat mudah diterima oleh generasi milenial

Kata kunci: *Pandemi COVID-19; Dakwah; Da'i; Tiktok; Generasi Milenial*

PENDAHULUAN

Pada awal bulan Maret 2020, Indonesia digemparkan dengan kemunculan COVID-19 (*Corona Virus Disease*) yang dapat menyebabkan kematiandengan menyerang saluran pernapasan manusia. Adapun

penularannya melalui *droplet* (percikan batuk/bersin) orang yang terpapar virus tersebut (Atmojo, 2020). Oleh karena itu, Pemerintah mengimbau masyarakat agar patuh terhadap protokol kesehatan, yakni 5M Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan dan Mengurangi mobilitas (Alfarizi, 2021). Kebijakan pembatasan sosial tersebut tentu memberikan dampak yang merata.

Pembatasan sosial yang berlaku di sejumlah daerah memberikan dampak di berbagai sektor di tanah air seperti sektor perekonomian, pendidikan, bisnis, industri, kesehatan, pariwisata, perdagangan dan lain sebagainya (Virby, 2021). Hal ini jelas mengubah sistem masyarakat yang sebelumnya berlaku di Indonesia, termasuk penerapan WFH (Work from Home). Terlepas akan hal itu, dampak pandemi yang ditimbulkan juga berimbas pada pembatasan kegiatan keagamaan yang berpotensi melibatkan banyak orang, seperti peringatan hari besar Islam beralih menjadi daring (Tobroni, 2020).

Akibat lain dari pembatasan sosial yakni perubahan strategi dakwah yang digunakan para Dai. Dakwah yang semula disajikan secara tatap muka di berbagai acara keagamaan dengan mengumpulkan banyak massa, kini harus beralih ke media daring. Media daring yang di maksud dalam artikel ini adalah yang di maksud dalam artikel ini adalah media sosial.

Sebuah perusahaan media sosial asal Inggris melakukan riset bersama *Hootsuite* yang bergerak di bidang layanan manajemen konten media daring. Hasil riset menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya setidaknya 3 jam 14 menit dalam sehari. Berikut kalkulasi nya di bulan Januari 2021:



Gambar 1. Data penggunaan media sosial harian di Indonesia

(Sumber: <https://tekno.kompas.com>)

Selaras dengan hal tersebut, setiap da'i memiliki ruang konten dakwah yang berbeda tergantung jenis media yang mereka gunakan. Menurut Rakhmawati, (2016) yang termasuk jenis media dakwah adalah media tatap muka sebagai media komunikasi (*face to face*), media *audio visual*, media *visual*, media individual, dan media dakwah melalui lisan.

Salah satu prinsip seorang da'i dalam mensyiarkan dakwah Islam ialah *Irsyad Al-Mujtama'* yaitu, *amar makruf nahi munkar* dengan menggiring opini masyarakat yang logis dalam menapaki fikrah Islamiyah (Masykur, 2010). Hal ini tentu menantang para da'i untuk mencari beberapa strategi terobosan di bidang dakwah bagi generasi milenial di tengah pembatasan sosial saat ini. Oleh karena itu, banyak da'i yang kemudian membuat konten dakwah melalui aplikasi *TikTok*.

Konten dakwah melalui aplikasi *TikTok* mendapat perhatian lebih generasi milenial karena generasi ini memiliki simpul erat dengan media sosial. Keterkaitan atau simpul yang dimaksud antara lain: keterkaitan atau simpul yang dimaksud antara lain: kebebasan; kostumisasi; penyelidikan; integritas; kolaborasi; hiburan; kecepatan dan inovasi (Tapscott, 2009). Saat ini, konten *TikTok* merupakan jenis *audio visual*, yang memberi dua kemanfaatan bagi para penikmat nya selainbisa dinikmati melalui indera penglihatan dapat juga dinikmati indera pendengaran(Purnomo, 2014).

Melihat fenomena saat ini di mana media sosial telah banyak digunakan sebagai media dakwah sehingga seorang da'i dapat melakukan dakwah secara fleksibel dan tidak harus di atas mimbar masjid, maka kajian ini menjadi sangat penting. Di sisi lain mayoritas generasi milenial yang banyak berinteraksi di media sosial terutama di tengah pandemi COVID-19 saat ini, maka *paper* ini ingin menganalisis bagaimana peran *TikTok* sebagai media dakwah bagi generasi milenial.

Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Generasi Milenial

Media sosial merupakan sarana komunikasi dan berinteraksi satu dengan yang lainnya secara daring tanpa adanya batasan dimensi jarak dan

waktu (Nimda, 2012). Penggunaan media sosial di masa pandemi COVID-19 kini dapat menggeser beberapa kegiatan interaksi secara langsung,

Dengan begitu masyarakat dapat terbantu dengan adanya layanan media sosial di dekat mereka. Kemudahan tersebut disajikan berupa wujud gawai yang terhubung dengan koneksi internet dengan bermacam aplikasi canggih yang ditawarkan.

Munculnya berbagai macam aplikasi *e-mobile* yang dapat dibawa kemana saja sesuai kebutuhan merupakan wujud ‘kecil yang memudahkan’ masyarakat dalam berinteraksi, mengekspresikan diri, berbagi, memasarkan produk, transaksi jual beli, layanan konsultasi online dengan mudah dan lain sebagainya (Cahyono, 2016). Di era digitalisasi, kegiatan sudah cukup dipermudah dan dipersingkat oleh penyedia layanan aplikasi, akan tetapi keefektifan aplikasi tersebut makin terasa saat pandemi COVID-19.

Kehadiran internet di masa pandemi COVID-19 membuat setiap orang dapat terhubung dengan orang lain secara mudah. Kegiatan berinteraksi tidak harus berjumpa, melainkan cukup menggunakan media sosial. Melalui media sosial banyak kegiatan yang sangat mudah dilakukan seperti kegiatan berkomunikasi, memasarkan produk, bertukar kabar, dan menggali informasi dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial dianggap sangat efisien oleh mayoritas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari karena koneksi nya sangat luas. Akses internet mendukung konektivitas layanan media sosial tersebar luas yang saat ini manfaatnya dirasakan masyarakat umum.

Pada umumnya, masyarakat menggunakan media sosial untuk membantu proses kegiatannya, jika ia seorang pebisnis maka ia akan memasarkan dagangannya di platform media sosial begitupun sebaliknya jika konsumen ingin mencari sesuatu ia dapat mencarinya di platform media sosial pula. Media sosial dapat menjadi wadah bagi masyarakat umum yang ingin mengembangkan skill, menggali informasi dan mengekspresikan diri. Pengguna media sosial didominasi oleh generasi milenial yang didorong rasa keingintahuan dan kebebasan (Pudjihardjo & Wijaya, 2015).

Media sosial kini menjadi *media center* oleh generasi milenial sebab mereka dapat mengekspresikan, mengeksplorasi dan mengembangkan diri di sana. Hal ini dipicu oleh adanya bias efektif dan efisien dari media sosial itu sendiri, bahkan media sosial pun dapat menjadi solusi bagi generasi milenial

yang membutuhkan media yang sifatnya *instant*, gampang, koneksi luas dan murah (Ansyori & Shaleh, 2020). Lebih-lebih media sosial kini didukung oleh fitur-fitur canggih yang membuat unggahan mereka lebih menarik.

Akses media sosial saat ini sudah sangat memudahkan generasi milenial dalam keseharian mereka, beragam pilihan layanan yang ditawarkan perusahaan penyedia layanan *e-mobile*. Layanan aplikasi populer yang digemari generasi milenial Indonesia seperti *TikTok*, *Instagram*, *YouTube* dan *Twitter*. Aplikasi *TikTok*, *Instagram* dan *YouTube* merupakan layanan berbagi media (*media sharing*) yang dapat mengunggah, menonton, dan membagikan baik foto maupun video di media sosial. Sedangkan *Twitter* termasuk layanan aplikasi *microblogging* yang berfungsi dalam memudahkan pengguna berinteraksi secara lebih spesifik (Hidayatullah, 2020).

Diantara media sosial yang paling digemari generasi milenial adalah aplikasi *TikTok*. Berdasarkan hasil riset di gambar 1 menunjukkan bahwa generasi milenial “melek” media sosial di masa pandemi. Adapun analisis pengguna aktif *TikTok* adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Data pengakses aplikasi *TikTok* di Indonesia
(Sumber: <https://ventjeengel.com>)

Menilik dari gambar 2 tersebut, data statistik aplikasi *TikTok* sangat diminati generasi milenial. Hal tersebut dilandasi oleh adanya wadah untuk berinteraksi sosial, mengekspresikan diri, (Maghfirah et al., 2021)berkreativitas, mengembangkan bakat dan minat, hiburan, mengiklankan produk dan masih banyak fitur-fitur yang membantu generasi milenial.

Konten dakwah yang disajikan di *TikTok* biasanya mengangkat tema mutakhir yang masih hangat diperbincangkan publik. Hal ini dilakukan oleh para Dai agar dapat memberi edukasi generasi milenial seputar isu terkait.

Selain itu, generasi milenial yang berada di masa *Quarter Life Crisis (QLF)* sering kali menghadapi berbagai serangan emosional (Sari, 2021). Kemunculan aplikasi *TikTok* sebagai media dakwah penyampaian dakwah yang mudah dimengerti diharapkan dapat menjadi komposisi yang tepat dalam kegiatan dakwah di masa pandemi COVID-19 (Hidayati & Fahlevi, 2020).

Manfaat *TikTok* Sebagai Media Dakwah

Kemanfaatan *TikTok* memiliki sisi positif di bidang terobosan dakwah saat ini, sebab dengan adanya *TikTok* aktivitas informasi terasa sangat dekat dan dapat menangkap informasi ter-*update* (Rohmah, 2020). Adanya *TikTok* jelas tidak terlepas kontribusi akses internet yang menjangkau arus komunikasi di berbagai belahan dunia. Oleh karena nya, akses internet memberikan keluasaan da'i untuk mensyiarkan dakwah Islam ke seluruh lapisan masyarakat (Rohman, 2019). Ditambah lagi *TikTok* didukung fitur-fitur canggih di berbagai aplikasi, yang dapat membantu proses berdakwah yang lebih efisien, variatif, dan luas.

Umumnya seorang da'i mensyiarkan Islam di acara kegiatan keagamaan yang lazim berkumpul di suatu majelis, yang ditandai adanya acara di berbagai wilayah yang mengundang massa. Kegiatan tersebut berpotensi menyebabkan bertambahnya kasus penyebaran COVID-19, namun hal tersebut tentu bukan menjadi penghambat keberlangsungan dakwah. Seiring berkembangnya teknologi sejumlah perusahaan informasi yang menyediakan layanan aplikasi *e-mobile* yang mudah dibawa dan praktis digunakan, seperti aplikasi *TikTok* ini.

Di dalam aplikasi *TikTok* sendiri, terdapat fitur-fitur canggih yang dapat digunakan da'i dalam berdakwah seperti: *TikToklive*, *stitch* konten dan daftar putar kreator. *TikTok live* merupakan komunikasi yang melibatkan dua arah, antara pembicara dan penonton konten tersebut. Dengan begitu, biasanya penonton akan bertanya kepada pembicara di kolom komentar. Sedangkan fitur *stitch* konten merupakan fitur yang memberikan akses orang lain untuk mengutip video pengguna lain yang berdurasi kurang lebih selama lima detik (Ridho, 2021). Adapun fitur daftar putar kreator merupakan fitur yang disediakan aplikasi *TikTok* untuk mengelompokkan episode video kreator.

Da'i yang peka terhadap isu hangat yang terjadi, lalu menjawab keresahan generasi millennial tersebut dengan data yang komprehensif, dan penyampaian yang menarik di aplikasi *TikTok* dapat menjadi strategi dan wadah dakwah milenial yang ringan dan menarik. Didukung fitur-fitur canggih, dakwah melalui aplikasi *TikTok* diharap dapat memberikan kontribusi lebih bagi generasi milenial terkhusus di masa pandemi COVID-19 ini.

Peran *TikTok* Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial

Kemudahan yang dirasakan generasi milenial saat ini tentu tidak terlepas dari manfaat internet. Dengan internet, berbagai informasi dapat ditemukan termasuk ilmu pengetahuan agama. Dewasa ini, salah satu dampak positif dari pandemi COVID-19 ilmu agama bisa didapat melalui kajian-kajian online di berbagai platform media sosial. Namun akibat keberagaman selera, setiap generasi memiliki tempat menimba ilmunya masing-masing. Untuk generasi milenial sendiri, mereka lebih menyukai konten media berjenis *audio visual* dalam hal ini aplikasi *TikTok*.

Aplikasi *TikTok* menghadirkan dengan sentuhan kekinian yang kreatif dan inovatif, inilah alasan mengapa *TikTok* 'akrab' dengan generasi milenial. Penggunaan aplikasi ini pun beragam tujuan mulai dari promosi, edukasi, hiburan, dakwah dan lain-lain. Dakwah di masa pandemi COVID-19 ini mendapat perhatian lebih dari generasi milenial, ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah *follower*, *like* dan banyak video dakwah yang dibagikan di akun *TikTok* @basyasman00, @huseinjafar, @heyouw0, @syam_elmarusydan masih banyak konten kreator dakwah lainnya. Generasi milenial menyukai konten dakwah tersebut karena penyampaian dakwah yang ringan dan dapat dipahami seusia pemuda generasi milenial saat ini.

Selain daripada itu, *TikTok* menjadi wadah baru yang mengikuti arus perkembangan zaman dan dekat dengan keseharian generasi milenial. Kedua alasan tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian generasi milenial terhadap strategi dakwah yang ditawarkan. Keunikan algoritma pada aplikasi *TikTok* juga dapat menunjang proses dakwah, karena secara tidak langsung generasi milenial akan menonton tayangan yang bersumber pada

video yang ia sukai, jelajahi dan sering mengunjungi konten tersebut (Irwansyah, 2021).

KESIMPULAN

Jauh sebelum kemunculan *TikTok* di Indonesia, dakwah biasanya diadakan melalui acara perkumpulan massa dari berbagai kalangan. Pada awal bulan Maret 2020, Indonesia digemparkan oleh pandemi COVID-19 diiringi aturan kebijakan Pemerintah. Akibat pemberlakuan tersebut aktivitas dialihkan menjadi daring sehingga memicu intensitas penggunaan media sosial ketika pandemi COVID-19 cukup meningkat. Dengan kenaikan intensitas khususnya pada generasi milenial, para Da'i dapat memanfaatkan kesempatan tersebut untuk menyebarkan syiar Islam melalui media sosial. Penggunaan *TikTok* yang efektif dan efisien sebagai media dakwah juga didukung dengan fitur-fitur canggih seperti *TikToklive*, *stitch* konten dan daftar putar kreator. Dakwah melalui aplikasi *TikTok* bagi generasi milenial adalah menarik, menarik dari segi pembawaan di platform media sosial yang banyak digunakan generasi milenial dan penyampaian da'i yang ringan dan dapat dipahami, seperti akun *TikTok* @basyasman00, @huseinjafar, @heyouw0, @syam_elmarusydan masih banyak konten kreator dakwah lainnya. Aplikasi *TikTok* berperan dalam menjembatani roda dakwah bagi generasi milenial di masa pandemi COVID-19

REFERENSI

- Alfarizi, T. (2021). *5 M Di masa Pandemi COVID-19 Di Indonesia*. <http://www.padk.kemkes.go.id/article/read/2021/02/01/46/5-m-dimasa-pandemi-covid-19-di-indonesia.html>
- Ansyori, A., & Shaleh, S. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Islam Informal Pada Remaja: Solusi di Masa Pandemi Covid-19. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 18(3), 302. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v18i3.887>
- Atmojo, J. T. (2020). Resusitasi Jantung Paru Di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Keperawatan*, VOL 12, 356.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial

- masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157. <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>
- Hidayati, D. L., & Fahlevi, R. (2020). Dakwah Di Tengah Pandemi (Studi Terhadap Respons Dai Di Media Sosial). *Lentera*, 4(2), 170–186. <https://doi.org/10.21093/lentera.v4i2.3124>
- Hidayatullah, S. (2020, May). Memahami Jenis-Jenis Media Sosial. *Marketing Craft*. <https://marketingcraft.getcraft.com>
- Irwansyah. (2021). Tiktok, Instrumen Media Sosial Baru dalam Politik. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/opini/387394/tiktok-instrumen-media-sosial-baru-dalam-politik>
- Maghfirah, F., Andriani, F., Mirzal, H., & Airlangga, U. (2021). *Social Media as a Medium of Da ' wah : Religious Transformation among Online Da ' wah Audience on TikTok Platform*. V(1), 81–104.
- Masykur, A. S. (2010). *Fiqih Dakwah*. PT. ERA ADICITRA INTERMEDIA.
- Nimda. (2012). Apa itu Sosial Media. *UNPAS*. <http://www.unpas.ac.id>
- Pudjihardjo, M. C., & Wijaya, H. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 361–379. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3535>
- Purnomo, J. (2014). Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(2), 127–144.
- Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, 54–56.
- Ridho, M. (2021). Arti Stitch & Cara Stitch di TikTok, Arti FYP & Cara FYP, Simak Kamus Gaul & Istilah di TikTok. *Tribun*

Pekanbaru.Com. <https://pekanbaru.tribunnews.com/>

- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung, Volume XII*, 125–126.
- Sari, M. A. P. (2021). *Quarter Life Crisis Pada Kaum Millennial* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. http://eprints.ums.ac.id/93077/2/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Tapscott, D. (2009). *Grown up Digital: yang Muda yang Mengubah Dunia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tobroni, F. (2020). Pembatasan Kegiatan Keagamaan Dalam Penanganan COVID-19. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH) Universitas Pendidikan Ganesha*, 6, 371.
- Virby, S. (2021). Tak Pandang Bulu, Dampak COVID-19 Berimbas Di Berbagai Sektor. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. <http://lppm.unpam.ac.id/2021/01/07/tak-pandang-bulu-dampak-covid-19-berimbas-di-berbagai-sektor/>