

PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DALAM MENYAMPAIKAN KANDUNGAN KEAGAMAAN: KAJIAN TERHADAP 3 AKAUN TIKTOK

Siti Aisyah Binti Jaafar¹
Noor Shahira Binti Mejah²
Nor 'Afifah Binti Mohammad³
Syed Najihuddin Bin Syed Hassan⁴

¹Faculty Quranic and Sunnah Studies, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Malaysia, (E-mail: Aisyah0724@raudah.usim.edu.my)

²Faculty Quranic and Sunnah Studies, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Malaysia, (Email: shahiramejah@raudah.usim.edu.my)

³Faculty Quranic and Sunnah Studies, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Malaysia, (E-mail: norafifah.mohammad@raudah.usim.edu.my)

⁴Faculty Quranic and Sunnah Studies, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Malaysia, (E-mail: syed najihuddin@usim.edu.my)

Abstrak: Tiktok merupakan salah satu platform media teknologi digital yang semakin hari semakin terkenal yang mana didalamnya sarat dengan pelbagai kandungan. Justeru itu, ramai pengguna dari pelbagai peringkat usia yang menggunakan platform tiktok ini yang mana ia bukan sahaja untuk hiburan dunia bahkan sebagai sumber ilmu agama. Platform baru ini lebih mudah diakses dan menarik kerana sifatnya yang menggabungkan elemen audio dan visual serta padat dan ringkas. Hal ini dilihat ia lebih kreatif dan inovatif dalam proses pembelajaran agama. Tiktok juga dikenali sebagai tempat perkongsian video untuk memuat naik dan berkongsi klip video. Namun, sejauh manakah kefahaman pengguna aplikasi tiktok tentang konten keagamaan. Adakah pengguna hanya fokus kepada individu yang menyampaikan konten tersebut atau fokus kepada isi kandungan yang ingin disampaikan. Bahkan, kefahaman pengguna bukan diukur melalui banyaknya like, view dan komen tetapi ia bergantung kepada tahap kefahaman individu itu sendiri. Selain itu, kefahaman seseorang itu juga bergantung kepada cara penyampaian yang disampaikan oleh pemilik akaun tiktok tersebut sama ada ia mudah atau sukar difahami kerana setiap content creator adalah berbeza mengikut cara penyampaiannya. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana pengguna aplikasi Tiktok memahami sesuatu content keagamaan melalui 3 akaun tiktok iaitu @ustazwadiannuarofficial, @ustazahasmaharun dan @zarul.hafiz. Jenis kaedah yang digunakan dalam kajian ini adalah melalui kaedah kualitatif dan kuantitatif. Hasil kajian ini kita dapat mengetahui berapa ramai yang mampu memahami isi kandungan video dengan tepat. Kesimpulannya, kewujudan platform Tiktok pada hari ini memudahkan kita untuk menyebarkan dakwah kepada masyarakat dan menjadikannya sebagai salah satu medium pembelajaran agama dengan mengikut panduan yang betul dan sesuai. Justeru diharapkan kajian ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat serta kandungan yang dikongsi oleh setiap pemilik akaun tiktok tersebut dapat difahami dengan baik oleh penonton.

Keywords: Dakwah Digital, Media Sosial, Keagamaan, Tiktok

Pengenalan

Dalam era globalisasi ini, dunia teknologi telah berkembang dengan pesat dari semasa ke semasa. Salah satu media sosial yang lebih banyak digunakan oleh golongan muda iaitu Generasi Z saat ini adalah media sosial tiktok. Hal ini kerana diketahui pula bahawa jumlah pengguna aktif tiktok bulanan pada bulan oktober 2020 mencapai 732 juta pengguna dan menjadi aplikasi yang banyak dimuat turun pada tahun 2020 dengan jumlah sebanyak 850 juta. Media sosial tiktok adalah aplikasi media sosial terbaru yang memungkinkan untuk membuat pelbagai video menarik serta dapat berinteraksi dengan pengguna akaun lain. Tiktok bukan sahaja dijadikan sebagai media hiburan malahan tiktok dapat diolah menjadi media pembelajaran yang menarik dan interaktif serta dapat pula dijadikan sebagai media dakwah.

Dewasa ini, terdapat banyak informasi yang berkembang pesat di tengah-tengah kehidupan masyarakat, malah dalam beberapa saat sahaja informasi yang diinginkan akan mudah diperolehi dengan segera. Tetapi informasi yang diperoleh daripada aplikasi tiktok bergantung kepada tahap kefahaman seseorang individu terhadap konten keagamaan yang disebar. Hal ini kerana sesetengah individu tidak fokus terhadap isi kandungan video tersebut kerana mereka hanya tertarik dengan views ataupun personaliti penceramah tersebut. Kesalahfahaman terhadap isi kandungan keagamaan boleh menyebabkan seseorang itu terpesong dengan maksud sebenar yang ingin disampaikan serta menyebabkan penyebaran maklumat tidak sah.

Adapun aktivis dakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai media berdakwah iaitu akaun @ustazwadiannuarofficial, @ustazahasmaharun dan @zarul.hafiz. Akaun tiktok ini merupakan akaun yang dikhususkan untuk berdakwah dengan cara memuat naik video tentang ajaran islam, larangan dan fakta-fakta yang ada kemudian dikaitkan dengan syariat-syariat islam. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana pengguna aplikasi Tiktok memahami sesuatu content keagamaan melalui 3 akaun tiktok tersebut. Selain itu, mengetahui cara penyampaian yang disampaikan melalui sesuatu konten dan menganalisis keberkesanan aplikasi tiktok dalam menyampaikan konten keagamaan.

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana pengguna aplikasi Tiktok memahami sesuatu content keagamaan melalui 3 akaun tiktok iaitu zarul.hafiz, ustazahasmaharun dan ustazwadiannuarofficial. Seterusnya, untuk mengetahui akaun tiktok yang manakah paling digemari dan menjadi pilihan pengguna tiktok untuk mendapatkan nasihat keagamaan serta mengkaji cara penyampaian yang digunakan oleh pendakwah.

Latar Belakang Kajian

Di era seperti saat ini, masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan media sosial. Media sosial telah menjadi keperluan utama bagi masyarakat. Tidak dapat dinafikan lagi bahawa penggunaan media sosial saat ini menjadikan masyarakat lebih mudah mendapatkan maklumat, mudahnya mengakses internet membuat masyarakat juga dengan mudahnya mengakses media sosial. Kemudahan serta kecanggihan yang ada pada era modenisasi ini juga membawa perubahan kepada dakwah. Saat ini dakwah tidak hanya dapat dilakukan di atas mimbar saja, akan tetapi dapat dilakukan di media sosial yang jangkauannya lebih luas dan lebih cepat.

Salah satu media sosial yang terkenal pada era ini adalah Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi yang dilancarkan pada tahun 2016, dan hingga saat ini pengguna aplikasi Tik Tok semakin bertambah ramai. Tiktok bukan hanya sekadar aplikasi untuk membuat video sahaja, namun

lebih dari itu. Aplikasi ini mampu membuat para penggunanya berimajinasi dan kreatif dalam menghasilkan sesebuah karya. Dengan banyaknya karya yang dihasilkan melalui aplikasi TikTok, maka pengkaji menilai bahawa media sosial seperti TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang cukup efektif bagi para da'i. Menurut Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya Hidayatul Muryidin menjelaskan bahawa dakwah sebagai pendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), sentiasa menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan baik di dunia mahupun akhirat.

Di dalam dakwah terdapat rukun dakwah, yang menjadikan dakwah lebih teratur dan jelas dalam proses pelaksanaannya. Salah satu aspek yang terdapat dalam rukun dakwah adalah media dakwah. Media dakwah merupakan alat atau perantara da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, sehingga pemilihan media dakwah sangatlah penting agar membantu keberlangsungan dan efektivitas dakwah. Antara konten kreator TikTok iaitu @ustazwadiannuarofficial, @ustazahasmaharun dan @zarul.hafiz memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya.

Di zaman modern seperti saat ini konten-konten video yang terdapat di aplikasi TikTok mampu menjadi salah satu media dakwah yang dapat membantu para da'i dalam menyampaikan nasihat keislaman yang dikemaskan dengan menarik dalam video konten TikTok dan menjadikan penonton sebagai mad'u atau penerima nasihat dakwah. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana pengguna aplikasi Tiktok memahami sesuatu content keagamaan melalui 3 akaun tiktok iaitu @ustazwadiannuarofficial, @ustazahasmaharun dan @zarul.hafiz.

Permasalahan Kajian

Penggunaan media sosial adalah sangat penting dalam kehidupan seharian masyarakat kini. Namun begitu, terdapat pelbagai masalah yang berlaku dan terjadi dalam kalangan masyarakat akibat salah guna media sosial kearah yang tidak betul. Di samping itu, pengguna tidak memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai medium dakwah untuk menambahkan ilmu pengetahuan tentang islam. Seterusnya, setiap individu daripada masyarakat kita perlu mengambil perhatian yang lebih tentang teknologi-teknologi yang ada pada zaman sekarang dan aplikasi-aplikasi yang boleh membantu kita dalam mendapatkan ilmu agama serta menggunakan media sosial kearah yang lebih baik.

Tambahan pula, Tiktok merupakan medium untuk pendakwah menyampaikan konten keagamaan pada masa kini dengan lebih luas dan terbuka. Namun menjadi tuntutan kepada pendakwah untuk menyampaikan keterangan yang mudah difahami dan jelas tentang kefahaman konten keagamaan bagi mengelakkan daripada berlaku kekeliruan kepada umat manusia. Seterusnya, masyarakat perlu menggunakan platform Tiktok dengan cermat kerana terdapat isi kandungan konten keagamaan yang mempunyai maklumat yang kurang tepat, menggunakan hadis palsu, menafsirkan ayat Al-Quran dengan pendapat sendiri seterusnya merosakkan makna sesuatu ayat sehingga menyebabkan anggota masyarakat mendapat maklumat yang salah.

Justeru itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana pengguna aplikasi Tiktok memahami sesuatu konten keagamaan yang dikongsi. Seterusnya, untuk mengkaji 3 akaun Tiktok khususnya @ustazwadiannuarofficial, @ustazahasmaharun

dan @zarul.hafiz serta untuk mengenalpasti kaedah yang digunakan oleh mereka dalam menyampaikan konten keagamaan.

Kajian Lepas

Kajian Md. Tarequl Islam (2019) bertujuan untuk menonjolkan peranan media sosial dalam Masyarakat Islam. Juga bagaimana ia digunakan berdasarkan Islam dan kebajikan masyarakat. Penggunaan media sosial telah mempengaruhi masyarakat Islam. Kajian ini mempunyai matlamat untuk mempromosikan peranan media sosial dalam masyarakat Islam. Juga bagaimana ia digunakan berdasarkan Islam dan kebajikan masyarakat. Kajian mendapati bahawa dalam kes Dakwah, semua nabi tidak menggunakan alat dan teknik yang sama. Penyelidikan ini telah menggunakan metodologi kualitatif. Ia digunakan sebagai instrumen untuk mengumpul data.

Kajian Abraham Zakky Zulhazmi(2018) bertujuan untuk menggambarkan fenomena dakwah di media sosial dalam kalangan umat Islam milenial. Kajian ini merupakan kajian kualitatif deskriptif dengan kajian literatur sebagai kaedah pengumpulan data. Kesimpulan kajian ini ialah terdapat tiga perkara utama dalam melihat dakwah, umat Islam milenial dan media sosial. Pertama, watak generasi milenial yang cenderung out of the box dan sentiasa berhubung dengan internet lebih kurang mengubah landskap dakwah di Indonesia. Mereka perlahan-lahan meninggalkan dakwah konvensional, baik dari segi tema mahupun pilihan kaedah. Populariti dakwah Hanan Attaki menjadi salah satu penanda. Kedua, media sosial walaupun mempunyai sumbangan positif kepada dakwah tetapi juga meninggalkan beberapa catatan yang menuntut perhatian, seperti prejudis, mudah menyebarkan ujaran kebencian, keengganan mengakses sumber utama dan masalah penapisan kualiti. Ketiga, melihat kepada generasi milenial yang mempunyai ciri-ciri toleransi, pluralisme dan mampu menghargai kepelbagaian membawa peluang kepada pembangunan dakwah Islamiah yang sederhana di Indonesia.

Kajian Muhammad Maga Sule (2021) bertujuan mengkaji bagaimana umat Islam menggunakan media sosial untuk meningkatkan Dakwah dan pengetahuan Islam di kalangan orang Islam dan bukan Islam, dan pelbagai ulama dan kumpulan Muslim di platform media sosial yang menggunakan teknologi baru untuk menyebarkan mesej agama Islam. Kajian ini menggunakan metodologi kajian kualitatif dan analitikal dalam menganalisis isu dalam artikel kajian, kertas kerja juga menjalankan temu bual mendalam dengan dua orang responden pada selang masa yang berbeza. Oleh itu, kajian ini meneroka cara terbaru untuk memanfaatkan khazanah media sosial ke arah menambah aktiviti dakwah dan menyebarkan ilmu Islam. Kajian ini mengenal pasti pelbagai ulama dan kumpulan Muslim individu yang mencipta halaman saluran di Facebook, YouTube, WhatsApp, Telegram, Twitter, dan platform media sosial lain untuk meningkatkan dakwah dan ilmu Islam.

Dakwah digital dipilih menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan pemahaman moderasi beragama. Hal ini telah memberikan perspektif baru dalam dunia dakwah. Kemudahan mendayagunakan dan mengakses dakwah menjadi alasan eksistensi dakwah melalui digital. Namun, dibalik kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ternyata terdapat kesulitan-kesulitan dan tantangan yang harus dihadapi. Menurut Faradillah Iqmar Omar, Hazlin Falina Rosli, NurZakira Afnee Zakaria, dan Nuraina Nabila Dundai Abdullah, 2015 dalam penulisannya iaitu Hubungan penggunaan media sosial dan penerimaan mesej dakwah menekankan bahawa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial yang berperanan mempengaruhi tahap penerimaan mesej dakwah melalui media sosial. Media merupakan faktor penting dalam proses

komunikasi termasuk komunikasi Islam sebagai saluran bagi menyampaikan idea, maklumat, mesej dan sebagainya. Dengan menggunakan analisa SPSS (Statistical Package for Social Sciences), hasil kajian mendapati 83% responden telah menggunakan media sosial melebihi tempoh 3 tahun dan majoriti 61% responden melayari media sosial Facebook sebagai pilihan utama. Hasil ujian regresi pelbagai pula mendapati penerimaan mesej dakwah di media sosial dalam kalangan mahasiswa banyak dipengaruhi oleh faktor ciri interaktif yang didapati di media sosial sebagai penyumbang utama.

Selain itu, menurut Anis Nur Athirah Anuar, Raudhatul Jannah Azhar, Nurdamia Khalida Kasim, 2022 dalam kajiannya iaitu media sosial sebagai platform penyampaian dakwah (implikasinya terhadap remaja) mengatakan bahawa media sosial adalah salah satu platform yang membantu golongan remaja dalam menambahkan ilmu pengetahuan tentang agama dengan baik. Secara puratanya majoriti mengatakan bahawa banyak ilmu atau info-info yang mereka dapati di media sosial secara tidak langsung daripada para-para ilmuwan di laman sosial seperti Tiktok, Instagram, Twitter dan sebagainya. Apabila mereka menggunakan media sosial dengan cara yang betul dan bijak, maka ia akan memberi impak yang positif pada diri dan rohani mereka sendiri dan begitulah sebaliknya. Dapatan kajian ini untuk mengetahui sejauh mana penyampaian dakwah melalui media sosial dapat memberi impak kepada remaja dalam kehidupan harian mereka. Seterusnya untuk mengetahui keberkesanan media sosial dalam proses penyampaian dakwah kepada remaja. Hasil kajian ini menyimpulkan bahawa pendekatan dakwah melalui media sosial dapat memberi impak positif dan negatif terhadap diri remaja.

Manakala, Mukhlisin Sa'ad, Hasan Baharun, Fera Ailinia Istifa, 2020 dalam penulisannya Simulakra Bahasa Agama Da'i Milenial di Media "TikTok" menegaskan bahawa penggunaan bahasa agama para da'i milenial dalam aplikasi media sosial "TikTok" saat berdakwah adalah penting. Hal itu disebabkan oleh proses penyampaiannya diciptakan melalui ekspresi dan bahasa yang cenderung memprovokasi, tentu sahaja dakwah yang disampaikan sedikit banyak menimbulkan pro kontra, apa maksud dan tujuannya. Oleh kerananya, etika dakwah menjadi sangat penting dibicarakan mengingat masyarakat yang cenderung konsumtif tanpa fikir panjang dalam menerima pesan di media sosial. Hasil kajian ini menyimpulkan bahawa bahasa agama yang dipraktikkan di media sosial semestinya tetap mengacu pada etika dakwah dan nilai-nilai ajaran Islam.

Definisi Dakwah

Pengertian dakwah secara bahasa, dakwah berasal dari kata dasar (masdar) kata kerja da'-yad'u-da'watan. Da'a-yad'u berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Da'watan atau da'wah artinya panggilan, seruan, atau ajakan. Secara istilah, dakwah berarti kegiatan yang bersifat mengajak dan memanggil orang untuk taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis akidah, syariah dan ahlak Islamiyah. Dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah, Wahidin Saputra mengartikan dakwah sebagai "segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara bijaksana agar memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan". Berbagai cara bijaksana itu mestilah dilaksanakan dengan seperangkat ilmu yang dikenal sebagai ilmu dakwah.

Digital

Digital secara bahasa, digital artinya "berhubungan dengan angka-angka untuk menunjukkan informasi atau sistem perhitungan tertentu" dan "berkaitan dengan atau menggunakan komputer atau internet". Dengan demikian, digital berkaitan dengan media elektronik seperti komputer dan internet. Saat ini, istilah digital identik dengan internet. Media digital pun sering

difahami sebagai media yang tersaji di internet, iaitu di website dan aplikasi, termasuk media sosial.

Dakwah Digital

Definisi Dakwah Digital, dakwah islam harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, terutama teknologi komunikasi dan informasi dan teknologi internet.

Saat masyarakat melakukan aktiviti yang serba digital atau online, maka di sinilah dakwah boleh memasuki dunia digital. Para da'i dituntut memperbaharui kemampuannya di bidang teknologi informasi dan komunikasi, sehingga menguasai dakwah di dunia maya. Dengan demikian, pengertian dakwah digital adalah mengajak orang ke jalan Allah, mengimani dan melaksanakan syariat Islam dengan memanfaatkan media digital, khususnya website dan aplikasi. Konten dakwah yang disebarkan juga boleh dalam bentuk teks atau tulisan, gambar, audio, video, animasi, dan infografis sesuai dengan jenis-jenis konten internet. Ringkasnya, dakwah digital boleh dilakukan melalui blogging, podcasting, dan vlogging atau berupa website, podcast, dan video.⁶⁷

Media Sosial

Menurut Kamus Dewan Bahasa Edisi keempat, media bermaksud alat atau pengantara dalam komunikasi ataupun perhubungan. Manakala sosial bermaksud segala hal yang berkaitan dengan kemasyarakatan (Teuku Iskandar, 2007). Oleh itu, media sosial secara mudahnya membawa erti instrumen sosial dalam berkomunikasi Belajar Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010), mereka mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berasaskan Internet yang membina asas ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang membolehkan penciptaan dan pertukaran kandungan yang dijana pengguna. Media biasa seperti surat khabar atau televisyen memberi limitasi kepada para pengguna kerana para pengguna sukar untuk memberi pendapat atau pandangan bebas terhadap sesuatu perkara yang disiarkan. Dengan adanya media sosial, para pengguna dengan mudah dapat melemparkan pendapat masing-masing dan dapat berkomunikasi ke seluruh dunia tanpa halangan.⁶⁸

Tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan kesan yang unik dan menarik yang boleh digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang hebat dan boleh menarik perhatian ramai orang untuk melihatnya. Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik tiangkong yang dilancarkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan disokong oleh musik, yang sangat digemari oleh orang ramai termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang boleh melihat video-video pendek dengan pelbagai ekspresi pemilik akaun tiktok. Pengguna aplikasi ini juga boleh meniru dari video pengguna yang lain.⁶⁹

Keagamaan

Pengertian Keagamaan-Secara Etimologi, istilah keagamaan itu berasal dari kata "Agama" yang mendapat awalan "ke" dan akhiran "an" sehingga menjadi keagamaan. Kaitannya dengan

⁶⁷ RisalahIslam, 2022, Pengertian dakwah digital

⁶⁸ Diena, 2018, Definisi media sosial

⁶⁹ Agis Dwi Prakoso, 2020, Definisi tiktok

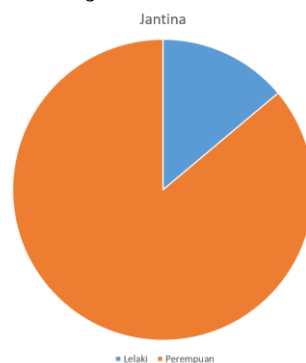
hal ini, W.J.S. Poerwadarminta (1986), memberikan arti keagamaan sebagai berikut: Keagamaan adalah sifat-sifat yang terdapat dalam agama atau segala sesuatu mengenai agama, misalnya perasaan keagamaan, atau soal-soal keagamaan. Bagi istilah H.M. Arifin (1985) memberikan pengertian “agama” dapat dilihat dari dua aspek, yaitu aspek subjektif (personaliti manusia), aspek objektif. Aspek subjektif agama menyiratkan tingkah laku manusia yang dijiwai nilai-nilai agama berupa getaran batin yang dapat mengatur dan mengarahkan tingkah laku ini ke arah pola hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan pola hubungan dengan masyarakat dan alam sekitar. Aspek objektif agama dalam pengertian ini mengandungi nilai-nilai ajaran Tuhan iaitu membimbing manusia ke arah matlamat yang sesuai dengan kehendak ajaran.⁷⁰

Metodologi Kajian

Jenis kaedah yang digunakan dalam kajian ini adalah melalui kaedah kualitatif dan kuantitatif. Kajian ini menggunakan soal selidik secara atas talian iaitu google form untuk mendapatkan maklumat mengenai objektif kajian yang dibentuk. Data-data yang diperolehi dianalisis. Soal selidik merupakan sumber primer kajian ini selain melalui kaedah kualitatif. Link soal selidik diedarkan adalah bagi mendapatkan maklumbalas, data ataupun maklumat yang diperlukandari responden. Ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran sebenar daripada responden dan juga memudahkan proses analisis dalam mendapatkan keputusan penyelidikan.

Dapatan Kajian

Rajah 1: Jantina

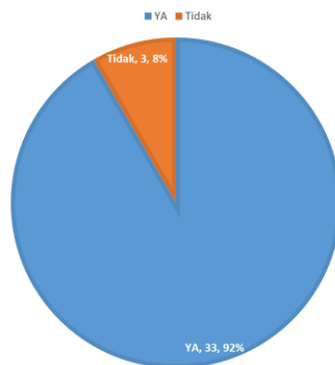


Rajah 1 menunjukkan seramai 36 orang telah mengisi borang soal selidik yang disediakan yang mana terdiri dari 5 orang lelaki dan 31 orang perempuan.

Rajah 2: Apakah Aplikasi Tiktok Sesuai Dijadikan Sebagai Medium Untuk Menyebarkan Konten Keagamaan?

⁷⁰ Farid wajdi, Definisi agama dan keagamaan

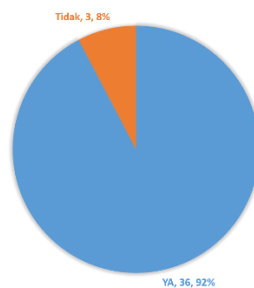
ADAKAH KONTEN KEAGAMAAN DALAM TIKTOK MAMPU MEMBERIKAN KESAN POSITIF KEPADA PENGGUNA?



Rajah 2 menunjukkan seramai 33 orang bersetuju menjadikan aplikasi tiktok sebagai medium penyebaran dakwah manakala seramai 3 orang menolak pernyataan diatas.

Rajah 3: Adakah Masyarakat Kini Mudah Didekati Menggunakan Aplikasi Tiktok?

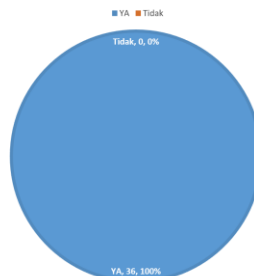
ADAKAH MASYARAKAT KINI MUDAH DIDEKATI MENGGUNAKAN APLIKASI TIKTOK?



Rajah 3 menunjukkan bahawa majoriti responden seramai 36 orang adalah pengguna tiktok. Ini bermakna aplikasi tiktok merupakan satu media sosial yang tidak asing bagi masyarakat kini. Oleh itu, 100% orang setuju bahawa masyarakat kini mudah didekati menggunakan aplikasi tiktok sebagai medium penyebaran konten keagamaan.

Rajah 4: Adakah Konten Keagamaan Dalam Tiktok Mampu Memberikan Kesan Positif Kepada Pengguna?

ADAKAH KONTEN KEAGAMAAN DALAM TIKTOK MAMPU MEMBERIKAN KESAN POSITIF KEPADA PENGGUNA?



Rajah 4 menunjukkan konten dakwah mampu memberikan kesan positif kepada masyarakat dalam aplikasi tiktok. Seramai 100% bersetuju bahawa tiktok membawa kesan positif dalam menyebarkan konten keagamaan kepada pengguna.

Rajah 5: Apakah Bentuk Konten Keagamaan Yang Anda Gemari?



Rajah 5 menunjukkan pandangan berkaitan konten keagamaan yang digemari di tiktok. Majoriti responden iaitu 18 orang memilih ceramah pendek sebagai bentuk konten keagamaan yang digemari. Hal ini mungkin kerana ceramah pendek menyampaikan kandungan yang lebih baik dan senang difahami. Manakala seramai 15 orang memilih isu viral + QnA dan 3 orang memilih filem pendek sebagai bentuk konten yang diminati.

Rajah 6: Berapakah Anggaran Tempoh Masa Video Keagamaan Di Tiktok Yang Anda Gemari Untuk Menonton?



Rajah 6 menunjukkan seramai 19 orang responden memilih anggaran tempoh masa video selama 2 hingga 3 minit. Hal ini kerana mereka berpendapat bahawa tempoh ini minimum untuk ditonton. Walau bagaimanapun, seramai 16 orang responden bersetuju bahawa tempoh masa 1 minit kebawah sesuai sebagai anggaran sesuatu video yang dikongsi. Manakala seorang responden memilih tempoh masa selama 5 minit keatas.

Rajah 7: Akaun Manakah Yang Paling Anda Gemari?



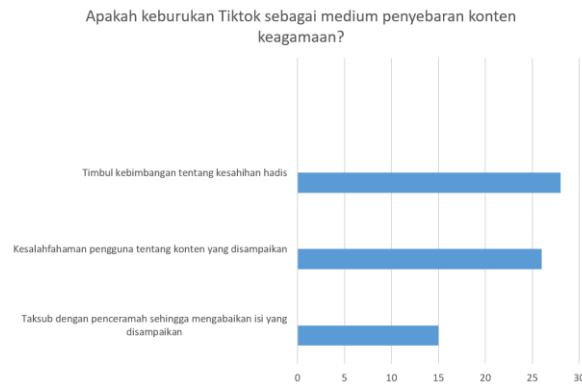
Rajah 7 menunjukkan bahawa di tiktok banyak contoh akaun pendakwah yang mahir dalam menyampaikan konten keagamaan. Walau bagaimanapun majoriti responden bersetuju memilih Ustaz Wadi Anuar sebagai akaun yang digemari untuk ditonton dalam tiktok. Ini kerana, Ustaz Wadi Anuar membuktikan bahawa aplikasi tiktok ini mampu dijadikan medium rujukan konten keagamaan yang bermanfaat untuk masyarakat. Manakala, seramai 10 orang responden memilih Ustaz Asma Harun dan hanya 3 orang memilih Zarul Hafiz sebagai contoh akaun di tiktok yang mereka gemari.

Rajah 8: Apakah Kelebihan Tiktok Sebagai Medium Penyebaran Konten Keagamaan?



Rajah 8 menunjukkan kelebihan Tiktok sebagai medium penyampaian konten keagamaan. Seramai 28 orang responden bersetuju bahawa penyebaran konten keagamaan mampu memberi pencerahan kepada isu-isu yang tidak difahami. Walau bagaimanapun seramai 24 orang respon bersetuju bahawa konten keagamaan dapat menarik minat pengguna untuk mendalami ilmu baru. Jelas, masyarakat kini lebih minat untuk belajar sesuatu ilmu dalam bentuk video. Selain itu, 17 orang memilih bahawa Tiktok dapat memberikan kesedaran kepada pengguna.

Rajah 9: Apakah Keburukan Tiktok Sebagai Medium Penyebaran Konten Keagamaan?



Rajah 9 menunjukkan keburukan utama Tiktok dalam menyebarkan konten keagamaan. Seramai 26 orang responden memilih kesalahfahaman pengguna tentang konten yang disampaikan. Hal ini kerana, terdapat ramai pihak yang tidak bertanggungjawab akan menggunakan video-video ceramah yang lengkap sebagai konten untuk menarik pengguna namun ianya dengan memotong video tanpa mengambil pandangan perkara yang dipotong adalah benar dan tidak akan menimbulkan apa-apa isu. Manakala seramai 23 orang memilih timbul kebimbangan tentang kesahihan hadis dan 15 orang memilih taksud dengan penceramah sehingga mengabaikan isi yang disampaikan merupakan keburukan Tiktok dalam menyebarkan konten keagamaan.

Rumusan

Pada masa kini, Tiktok merupakan satu aplikasi baru yang sangat berpengaruh dalam penyebaran maklumat, ilmu dan isu semasa dalam kalangan masyarakat. Dapatan kajian telah membuktikan kepentingan aplikasi Tiktok sebagai medium dakwah pada masa kini. Dengan penggunaan media sosial dalam kalangan masyarakat kini, konten keagamaan melalui media sosial ini terutamanya bagi aplikasi yang sering digunakan seperti Tiktok akan memberi lebih banyak kesan yang efektif kepada masyarakat. Justeru itu, usaha-usaha proaktif perlu dilakukan bagi merealisasikan pendekatan konten keagamaan yang lebih interaktif dan berinovasi.



Rajah 1: Akaun Ustaz Wadi Annuar

Rata-rata responden memilih akaun @ustazwadiannuarofficial sebagai pilihan utama sebagai akaun yang paling banyak menyebarkan konten keagamaan berbanding akaun @ustazahasmaharun dan @zarul.hafiz. Tambahan pula, di akaun Tiktok @ustazwadiannuarofficial mempunyai pengikut seramai 947.8 ribu. Hal ini menunjukkan bahawa ustaz wadi annuar sangat dikenali oleh masyarakat. Ini juga menunjukkan bahawa

menyebabkan kekurangan sekiranya ianya digunakan ke arah yang negatif. Berdakwah bukanlah sesuatu yang sukar dan bukan juga sesuatu yang mudah akan tetapi sebagai seorang pendakwah pemantapan diri dari segi mental dan fizikal juga merupakan suatu perkara yang perlu dititikberatkan. Hal ini kerana, untuk membawa imej sebagai pendakwah perlu kepada usaha serta ilmu yang jelas terhadap perkara tersebut. Pendakwah adalah antara yang menyampaikan ilmu agama dan mengajak manusia kepada agama Islam yang sebenar. Islam merupakan agama yang sempurna dan garis panduan yang disediakan sesuai dengan fitrah manusia.

Antara perkara lain yang perlu diambil perhatian adalah pendekatan dakwah yang merupakan perkara penting dalam berdakwah. Pendekatan dakwah yang berkesan dapat menarik perhatian dan mempengaruhi kepada sasaran agar apa yang disampaikan itu diterima dan dapat dipraktikkan dalam kehidupan. Sebagai contoh, pada masa kini ramai pendakwah di media sosial sedang cuba untuk menarik ramai orang dengan pendekatan dakwah yang santai tetapi dalam masa yang sama mesej dakwah itu sampai kepada masyarakat. Oleh itu, tidak kira sama ada penyampaian dakwah melalui media sosial atau platform yang lain tetapi pendekatan dakwah tetap perlu diteruskan dengan cara yang berkesan dan mempunyai strategi yang teratur supaya penerimaan orang ramai lebih terbuka dan mudah untuk menjadikan apa yang disampaikan itu bukan hanya kata-kata biasa akan tetapi sesuatu yang akan dipraktikkan dalam kehidupan.

Rujukan

- Dessy, Kushardiyanti and Zaenal, Et al, 2021, Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial melalui Media Sosial Tiktok di Era Pandemi Covid-19, Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi
- Ridwan Rustandi, 2019, Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah islam, Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam
- Faradillah Iqmar Omar, Hazlin Falina Rosli, Et al, 2015, Hubungan penggunaan media sosial dan penerimaan mesej dakwah, Jurnal Islam
- Fathurrahman 'Arif Rumata, Muh. Iqbal, Et al, 2021, Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda, Jurnal Ilmu Dakwah
- Fadzli Adam, Ab Hamid Ali, Et al, 2015, Cabaran Media Baru Sebagai Medium Pembelajaran Agama dan Penyelesaiannya Dari Perspektif Islam, Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari
- Athik Hidayatul Ummah, 2020, Dakwah Digital Dan Generasi Milenia, Journal Uinmataram
- Adi Wibowo, 2019, Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital, Jurnal Islam Nusantara
- Mukhlisin Sa'ad, Hasan Baharun, Et al, 2020, Simulakra Bahasa Agama Da'i Milenial Di Media "TikTok", Jurnal Komunikasi Islam
- Elva Amelia Septiani, 2022, Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun@basyaman00), UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
- Anis Nur Athirah Anuar, Raudhatul Jannah Azhar, Et al, 2022, Media Sosial Sebagai Platform Penyampaian Dakwah (Implikasinya Terhadap Remaja), Jurnal Islam
- Silviana Putri Kusumawati, 2022, Penyampaian Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z, AL-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam
- Nurita Iswati, 2020, Analisis penerimaan pengguna video di media sosial sebagai media dakwah, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Muhammad Maga Sule, 2021, Enhancing Da'wah and Spread of Knowledge Via Social Media Platforms
- slam T.Md, 2019, The Impact of Social Media on Muslim Society: From Islamic Perspective. International Journal of Social and Humanities Sciences
- Abraham Zakky Zulhazmi, 2018, Da'wa, muslim Millennials and Social Media