

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu media sosial yang sedang tren dan banyak digunakan masyarakat yaitu TikTok. Aplikasi Tiktok adalah produk jejaring sosial dari Tiongkok yang berupa video musik yang diluncurkan pada bulan September 2016.¹ Pada tahun 2020, TikTok meraih kesuksesan besar sebagai aplikasi yang populer di seluruh dunia termasuk juga Indonesia, yang mana Indonesia menjadi salah satu negara terbanyak dalam hal unduhan TikTok.² Hal ini karena aplikasi TikTok memberikan kemudahan bagi penggunaanya untuk berekspressi, berkreasi, maupun mencari informasi. Media Sosial Tiktok menyediakan platform bagi penggunaanya untuk mengekspresikan diri melalui konten video. Durasi video Tiktok sangat singkat, hanya memerlukan 15 detik sampai 5 menit saja. Dengan begitu pengguna tidak akan merasa bosan saat menonton video TikTok yang berdurasi singkat. Selain itu, Tiktok juga mudah diakses dan menawarkan fitur audiovisual. Dengan begitu aplikasi Tiktok ini menjadi salah satu pengalihan terhadap kejenuhan yang dirasakan dengan suguhan konten video-video yang dapat menghibur dan mendidik. Banyaknya kemudahan yang di berikan aplikasi Tiktok bagi penggunaanya, sehingga TikTok menjadi media sosial yang paling banyak di gunakan masyarakat saat ini.

Rata rata pengguna TikTok adalah remaja, yang mana termasuk ke dalam usia Generasi Z. Gen Z merupakan generasi yang lahir sekitar tahun 1995-2010.³ Usia Gen Z saat ini sekitar 13 – 28 tahun. Generasi Z lahir dan tumbuh pada era digital. Generasi Z tumbuh dengan akses mudah ke teknologi digital, termasuk ponsel pintar, media sosial, dan internet, yang telah memengaruhi cara mereka berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan dunia. Peningkatan

¹ Wisnu Nugroho Aji, “Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2018, 432.

² Melly Septia Pardianti dan Velantin Valiant, “Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi,” *jurnal Ilmu Komunikasi* 27, no. September (2022): 189, [http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan_Konten_Tiktok_sebagai_Media_Informasi.pdf).

³ Fadhliha Izzati Rinanda Firamadhina dan Hetty Krisnani, “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok : TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme,” *Social Work Journal* 10, no. 2 (2021): 199, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

akses teknologi ini telah membentuk pandangan dunia dan gaya hidup Generasi Z. salah satu ciri ciri dari Gen Z yaitu lebih suka pemecahan masalah yang praktis dan cepat, mereka tidak suka menghabiskan waktu berlebihan untuk menganalisis masalah.⁴ Oleh karena itu Generasi Z bahkan sering memanfaatkan media sosial seperti TikTok sebagai salah satu sumber pengetahuan yang di anggap lebih praktis.

Di era digital ini Tiktok dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan, seperti pengetahuan tentang agama. oleh karena itu TikTok dianggap sebagai media yang efektif dalam menyebarkan dakwah.⁵ Terutama bagi Gen Z yang mana sudah terbiasa dengan teknologi digital sehingga mereka lebih suka memperoleh informasi melalui media sosial TikTok, karena dianggap lebih menyenangkan, praktis, dan mudah diakses. Bahkan dalam belajar agama untuk mendapatkan pengetahuan keislaman, gen Z juga lebih suka memanfaatkan media sosial TikTok. Bagi Gen Z TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dalam memperoleh pengetahuan keislaman, sehingga mereka dapat memahami ajaran ajaran islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari hari. Dengan begitu TikTok diharapkan menjadi media yang tepat dalam memberikan pengetahuan keislaman bagi Gen Z.

Maraknya penggunaan media sosial di kalangan Gen Z juga berpengaruh terhadap pengembangan aktivitas dakwah. Hal ini menjadi peluang dan tantangan baru bagi aktivis dakwah dalam menyebarkan agama Islam.⁶ Tentu saja, yang mana sebelumnya pendakwah melakukan dakwah secara konvensional dari satu tempat ke tempat lain, mimbar maupun dalam bentuk pengajian.⁷ Sedangkan pada era digital ini para da'i harus bisa memanfaatkan media sosial terutama TikTok dalam menyampaikan dakwahnya terkhusus pada anak anak muda Gen Z. Selain itu pendakwah juga harus bisa menerapkan konsep yang menarik dan *Up To Date* agar pesan dakwah

⁴ Bercah Pitoeweas et al., "Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial," *Jurnal Bhineka Tunggal Ika* 7, no. 1 (2020): 9, <https://doi.org/10.36706/jbti.v7i1.11415>.

⁵ Rismaka Palupi et al., "Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern," *Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 1 (2021): 92, <https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>.

⁶ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Jurnal Diklat Keagamaan Bandung* 13, no. 2 (2019): 123, <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.

⁷ Yulia Nafa Fitri Randani et al., "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial," *Jurnal at-Thullab* 3, no. 1 (2021): 588, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>.

yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Hal ini menjadi peluang karena dapat membuka kesempatan bagi siapapun untuk berdakwah. Hal ini juga merupakan kesempatan para pendakwah untuk menyebarkan ajaran agama sambil mempromosikan keahliannya dalam berdakwah. Dengan demikian, media sosial telah menjadi saluran baru untuk mengaktualisasikan kegiatan dakwah, memberikan beberapa manfaat, termasuk kemampuan untuk melakukannya kapan saja dan mencapai khalayak yang sangat luas, dapat menjangkau semua orang terutama para generasi sekarang, serta diakses kapan saja dan dimana saja tanpa batasan geografis.⁸ Sehingga sekarang ini banyak para da'i yang giat melakukan dakwahnya melalui TikTok.

Salah satu yang memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai media dakwah yaitu akun @kadamsidik00. Akun @kadamsidik00 merupakan akun milik pemuda bernama Husain Basyaiban, seorang mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Akun @kadamsidik00 saat ini mempunyai followers sebanyak 6 juta. Dakwah yang dilakukan @kadamsidik00 melalui TikTok dapat dikatakan efektif dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z karena Husain sendiri masih berusia muda yang mana masih bagian dari Gen Z, sehingga sangat memahami permasalahan yang dialami Gen Z, itulah yang menjadi acuan dalam materi dakwahnya. Selain itu cara penyampaiannya yang singkat dan jelas, isi pesan yang dia sampaikan juga diberi dukungan dengan dalil-dalil yang memperkuat materi yang dia sampaikan. Hal ini menjadikan materi yang dia bagikan terlihat menarik bagi para pengguna Tik Tok. Selain itu, Husain juga menarik dalam penyampaiannya, baik dari segi penggunaan bahasa yang mudah dimengerti hingga kemampuannya dalam melafalkan ayat Al-Qur'an dan hadits yang hampir sempurna. Semua ini adalah contoh nyata bagaimana kaum muda, terutama Gen Z berkontribusi secara positif dalam upaya dakwah, yang diterima dengan hangat oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik dan merasa perlu untuk meneliti lebih lanjut. Oleh karena peneliti mengambil judul "Analisis Manajemen Dakwah Terhadap Gambaran Efektivitas Akun Tiktok @kadamsidik00 Sebagai Media Dakwah Dalam Memberikan Pengetahuan keislaman Gen Z".

⁸ Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," 123.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini yaitu Analisis Manajemen Dakwah Terhadap Gambaran Efektivitas Akun Tiktok @kadamsidik00 Sebagai Media Dakwah Dalam Memberikan Pengetahuan keislaman Gen Z. Fokus penelitian karya tulis ini mencakup dakwah yang dilakukan akun @kadamsidik00 melalui media sosial TikTok, dan efektivitas dakwah yang dilakukan akun akun Tiktok @kadamsidik00 dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z. Dengan fokus penelitian ini membantu peneliti untuk berkonsentrasi pada topik penelitian sehingga menghindari terlalu banyak informasi yang tidak relevan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana dakwah yang dilakukan akun @kadamsidik00 melalui media sosial Tiktok?
2. Bagaimana efektivitas dakwah yang dilakukan akun Tiktok @kadamsidik00 dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui tujuan penulisan pada penelitian ini. Tujuan penulisan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui dakwah yang dilakukan akun @kadamsidik00 melalui media sosial Tiktok.
2. Mengetahui efektivitas dakwah yang dilakukan akun Tiktok @kadamsidik00 dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan serta pemahaman yang lebih mendalam dalam studi Ilmu manajemen dakwah dengan menggunakan media sosial, terkhusus Tiktok, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah. Selain itu juga dapat menjadi pedoman yang berharga bagi para aktivis dakwah dalam

menyebarkan pesan dakwah kepada remaja dan masyarakat modern saat ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman dalam bidang ilmu dakwah melalui upaya penyampaian pesan dakwah oleh @kadamsidik00 melalui platform media sosial Tiktok. Melalui penyajian berbagai informasi mengenai pengetahuan keislaman yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Hadis. Tujuan utamanya adalah menghasilkan pesan dakwah yang mampu mengubah perspektif, emosi, dan perilaku audiensnya. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi memberikan wawasan kepada para aktivis dakwah agar lebih kreatif dan inovatif dalam mendekati audiensnya, serta memahami kebutuhan mereka, khususnya remaja Gen Z. Hal ini diharapkan akan memperluas dan mempercepat penyebaran pesan dakwah yang diterima oleh para audiens.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dari penulisan skripsi ini yang berfungsi sebagai panduan bagi pembaca untuk memahami permasalahan yang akan dikaji dalam penulisan skripsi ini. Berikut sistematika penulisan ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab Pendahuluan ini berisi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Kerangka teori berisi tentang teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu teori tentang Analisis Manajemen Dakwah Terhadap Gambaran efektivitas TikTok sebagai media dakwah dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang pembahasan mengenai Analisis Manajemen Dakwah Terhadap Gambaran Efektivitas Akun Tiktok @kadamsidik00 Sebagai Media Dakwah Dalam Memberikan Pengetahuan keislaman Gen Z.

Pada bagian pertama membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, bagian kedua yaitu pembahasan dakwah yang di lakukan Mengetahui dakwah yang dilakukan akun @kadamsidik melalui media sosial Tiktok dan efektivitas dakwah yang dilakukan akun TikTok @kadamsidik dalam memberikan pengetahuan keislaman Gen Z

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi tentang simpulan dan saran. Pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran lampiran.

