

Dakwah Melalui Live Streaming Tiktok Pada Mobile Legends; Studi Fenomenologis Akun @Abiazkakiaa

Neng Ayu Saadah¹

¹ Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Correspondence Email : nengaysa2405@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the power of social media on the Tiktok application to convey a message of proselytizing for young people. This research uses qualitative methods. Data collection uses a virtual ethnographic method, where researchers observe activities on tiktok social media @abiazkakiaa. The results of this study found that Tiktok can actually be optimized for the purpose of conveying a proselytizing message as exemplified by ustadz Abi Azkakia. One of Tiktok's potentials is in an attractive visual display that can see the activities of mobile legend games widely and openly with the Live Streaming feature. With this feature, ustaz Abi is easier to convey the message or content of his proselytizing based on the Quran and Hadith. He focuses on conveying aqidah and morals with the language of mad'unya purpose so that it is easily accepted by generations of Tiktok users as proselytizing partners.

Keyword : *Da'wah Media; Tik-Tok; Mobile Legends; Ustadz Abi*

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kekuatan media sosial pada aplikasi Tiktok mampu menyampaikan pesan dakwah bagi kawula muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode etnografi virtual yaitu peneliti mengamati aktifitas di sosial media tiktok @abiazkakiaa. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Tiktok ternyata bisa dioptimalkan untuk tujuan menyampaikan pesan dakwah seperti yang dicontohkan oleh ustadz Abi Azkakia. Salah satu potensi Tiktok berada pada tampilan visual yang menarik yang bisa melihat aktifitas game mobile legend secara meluas dan terbuka dengan fitur *Live Streaming*. Dengan fitur tersebut, ustaz Abi lebih mudah menyampaikan pesan atau isi dakwahnya berdasarkan Al quran dan Hadist. Beliau berfokus menyampaikan terkait aqidah dan akhlak dengan bahasa tujuan mad'unya agar mudah diterima oleh generasi pengguna Tiktok sebagai mitra dakwah.

Kata Kunci : *Media Dakwah; Tiktok; Mobile Legends; Ustadz Abi*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, cara komunikasi manusia semakin banyak perubahan sehingga pola interaksi antar manusia bisa serba digital. (Pratiwi 2022) Bahkan dalam bertukar pesan dan informasi dalam keseharian, manusia kini telah menggunakan media sosial yang dimilikinya. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang bisa mengumpulkan individu, komunitas dan khalayak di suatu tempat yang dinamakan dunia maya. (Sari et al. 2018)

Salah satu kegunaan positif sosial media yaitu bisa digunakan untuk media dakwah seorang dai. Berdakwah merupakan aktifitas mengajak, menyeru dan menyampaikan kebaikan-kebaikan dan ajaran dari Allah SWT sesuai dengan Al Quran dan Hadist. (Aziz 2009) Sebab dakwah merupakan perintah Allah SWT yang musti dilakukan pemeluknya. (Prasetyo 2019) Diharapkan dai dapat mengikuti perkembangan zaman dan melakukan upaya dalam berdakwah yang mudah diterima oleh mitra dakwahnya. Saat ini cara berdakwah sudah banyak mengalami perubahan strategi. Sudah banyak era dalam berdakwah menuntut da'i untuk bisa menyesuaikan zaman. Di era new media dalam dakwah, dai diharapkan bisa mengikuti dan mengaplikasikan aplikasi media sosial dengan maksimal dengan jangkauan mad'u yang lebih luas.

Pada teori Cybermedia menurut Gibsn adalah perkumpulan data representasi yang hanya bisa diakses di komputer atau gadget yang memiliki fitur internet. (Fadhil, Miftah,

Nugroho, Lilik, Munib Abd 2021) Macam-macam media siber, diantaranya: E-mail, Crome, Wiki, Blog, Internet *Broadcasting* dan Media Sosial. Media sosial merupakan perangkat di internet yang memudahkan *user* dalam merepresentasikan diri sendiri dalam berinteraksi, dengan khalayak membentuk ikatan sosial secara virtual. (Indahningrum et al. 2020b)

Salah satu upaya yang bisa dilakukan dimulai dari memilih media yang tepat sesuai dengan karakter yang dai miliki. Pemilihan media bertujuan memudahkan audiens yang akan menjadi target dakwah. (Hikmawati and Farida 2021) Dai juga harus melihat perihal penting yang saat ini sedang memprihatinkan sebagai materi dakwahnya. (Lestari 2020) Ini membuktikan bahwa dakwah memiliki perubahan yang tidak bisa dielakkan. (Lestari 2020) Meskipun media sosial memberikan fasilitas yang memudahkan *user*nya tetapi perlu dipertimbangkan kredibilitas dari sumber informasi yang digunakan. (Juariah and Setiaman 2017) Salah satunya adalah aplikasi Tiktok.

Seperti yang ditemukan oleh peneliti, zaman sekarang aplikasi tiktok menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh kawula muda. Sebab fitur yang digunakan oleh aplikasi ini terbilang sangat mudah dan audiens nya sangat meluas. (Firamadhina and Krisnani 2021) Tidak hanya bisa mengupload sebuah video dan text-text saja tetapi bisa melakukan live streaming jika pengikut akun tersebut sudah memenuhi syarat seperti memiliki seribu pengikut. Sebagaimana dikatakan Tik tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial

yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. (Manam et al. 2022)

Aplikasi tik tok dapat membuat *user* menjadi terkenal atau disebut selebtiktok. (Firamadhina and Krisnani 2021) Biasanya dikarenakan konten yang mereka buat dan upload. Berbagai macam konten yang bisa dibuat, diantaranya: edukasi, potongan film, kilmu marketing, tutorial, kegiatan sehari-hari dan lain-lain tergantung dengan target dari penggunanya. (Indahningrum et al. 2020a) Salah satu pendakwah yang dikenal dengan sebutan “Ustadz Abi” yang dijuluki dengan sebutan “Ustadz Gaming” mulanya ia berdakwah menggunakan tiktok dengan cara yang kebanyakan dai gunakan seperti membuat konten ceramah dengan video yang singkat namun ternyata itu tidak berdampak banyak dan meluas. (Prayogi n.d.) Sehingga ia menggunakan cara lain yaitu bermain game mobile legend dan live streaming di akun pribadinya @abiaskakiaa.

Sehingga menjadi sorotan oleh anak-anak komunitas Mobile Legend dan para netizen. Beliau memilih targetnya adalah anak-anak muda yang bermain game Mobile Legends yang mulanya atas dasar keresahan beliau sebab banyak anak-anak muda yang bermain game online ini dan berdampak sebuah perilaku yang tidak baik seperti menggunakan perkataan-perkataan yang tidak baik untuk diucapkan.

Pada akun media sosial Tik-tok @abiaskakiaa, sudah memiliki jumlah

pengikut 757.5 Ribu dan melakukan live streaming setiap hari. Konten yang ada di akunnya juga banyak tentang pertanyaan-pertanyaan terkait game yang dibalut dengan dakwah. Beliau mengatakan “game sementara, akhirat selamanya”. Pada fenomena peneliti tertarik untuk diteliti lebih dalam dikarenakan cara yang dilakukannya begitu unik dan dapat diterima oleh kawula muda, dan followers yang mengikuti beliau sudah banyak. Penulis memprediksikan hal ini sebagai optimalisasi new media dalam berdakwah.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Mengupayakan menjelaskan fenomena dakwah pada aplikasi tik tok lebih mendalam. Namun dibatasi oleh peneliti dalam pendeksripsiannya hanya mengalisa dua level Analisis Media Siber dalam akun tiktok @Abiaskakiaa. Level yang akan digunakan yaitu Ruang Media dan Objek Media. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode pengumpulan data menggunakan instrumen dokumentasi dan wawancara mendalam. (Antonius Birowo 2004) dan Jenis penelitian yang dalam penelitian adalah Etnografi Virtual. (Pongtiku et al. 2016)

Tom Boellstroff, professor pada bidang antropologi University di California, US menyatakan bahwa penelitian etnografi virtual, intinya memiliki prinsip-prinsip yang sama dengan menggunakan penelitian etnografi, dimana prosesnya melakukan dan menciptakan etnografi memakai

lingkuan virtual online menjadi lokasi penelitian. Boellstorff menyatakan bahwa pengumpulan data penelitian diluar lokasi (global virtual) penelitian sama saja dengan melanggar prinsip *"in their own term"*, karena bagaimanapun segala sesuatu mempunyai makna pada konteksnya sendiri. (Rachmaniar 2017)

Sumber data ialah subyek yang berasal dari data itu diperoleh dalam sebuah penelitian. Hal ini menjadi sangat penting bagi keberhasilan sebuah penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang akan digunakan oleh peneliti terdiri dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer akan didapatkan dalam bentuk verbal, kata atau caption dalam live streaming tiktok dan postingan akun tiktok @Abiazkakiaa yang dapat memengaruhi para followers. Maka dalam memperoleh data primer peneliti dapat mengumpulkan data hasil dari live streaming Mobile Legend pada akun tiktok @Abiazkakiaa.

Teknik pengumpulan data yang diambil meliputi penelitian di lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data informasi yang akurat dalam penelitian ini, penulis melakukan teknik analisis etnografi virtual yaitu dengan cara mendeskripsikan dan menginterpretasikan pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kepercayaan maupun bahasa. (Achmad and Ida 2018) Peneliti juga dapat mengumpulkan data melalui pengamat pada akun tiktok @Abiazkakiaa ketika melakukan live streaming mobile legend. Interaksi antara pengguna dengan pengguna, isi komentar dari para pemain dan penonton, banyak viewnya dan banyak followes yang

mengikuti akun tersebut. Serta respon dari pada penonton yang masuk ke dalam majenis nurul legend. Selain itu penulis juga menggunakan studi pustaka dari buku-buku tentang tiktok, etnografi virtual dan berita-berita yang telah publish di kanal berita dikarenakan viral karena gaya dakwahnya yang berbeda dari yang lain.

Dalam memudahkan penulis menemukan data dengan cara analisis media siber dalam etnografi virtual yang merupakan teori yang digunakan oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Etnografi Virtual, riset komunikasi budaya dan sosioteknologi di internet. Yang mana analisis media siber ini terdiri dari empat level yaitu ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Level pertama dan kedua yaitu ruang media dan dokumentasi media berada dalam unit mikro atau teks, sedangkan objek media dan pengalaman berada dalam unit makro dan konteks. Namun penulis hanya berfokus kepada dua level yaitu level ruang media dan objek media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Mengupayakan menjelaskan fenomena dakwah pada aplikasi tik tok lebih mendalam. Namun dibatasi oleh peneliti dalam pendeksripsiannya hanya mengalisa dua level Analisis Media Siber dalam akun tiktok @Abiazkakiaa. Level yang akan digunakan yaitu Ruang Media dan Objek Media. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode pengumpulan data menggunakan instrumens dokumentasi dan wawancara

mendalam. (Antonius Birowo 2004) dan Jenis penelitian yang dalam penelitian adalah Etnografi Virtual. (Pongtiku et al. 2016)

Tom Boellstroff, professor pada bidang antropologi University di California, US menyatakan bahwa penelitian etnografi virtual, intinya memiliki prinsip-prinsip yang sama dengan menggunakan penelitian etnografi, dimana prosesnya melakukan dan menciptakan etnografi memakai lingkuan virtual online menjadi lokasi penelitian. Boellstorf menyatakan bahwa pengumpulan data penelitian diluar lokasi (global virtual) penelitian sama saja dengan melanggar prinsip "*in their own term*", karena bagaimanapun segala sesuatu mempunyai makna pada konteksnya sendiri. (Rachmaniar 2017)

Sumber data ialah subyek yang berasal dari data itu diperoleh dalam sebuah penelitian. Hal ini menjadi sangat penting bagi keberhasilan sebuah penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang akan digunakan oleh peneliti terdiri dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer akan didapatkan dalam bentuk verbal, kata atau caption dalam live streaming tiktok dan postingan akun tiktok @Abiazkakiaa yang dapat memengaruhi para followers. Maka dalam memperoleh data primer peneliti dapat mengumpulkan data hasil dari live streaming Mobile Legend pada akun tiktok @Abiazkakiaa.

Teknik pengumpulan data yang diambil meliputi penelitian di lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data informasi yang akurat dalam penelitian ini, penulis melakukan teknik analisis etnografi virtual yaitu dengan cara mendeskripsikan dan

menginterpretasikan pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kepercayaan maupun bahasa. (Achmad and Ida 2018) Peneliti juga dapat mengumpulkan data melalui pengamat pada akun tiktok @Abiazkakiaa ketika melakukan live streaming mobile legend. Interaksi antara pengguna dengan pengguna, isi komentar dari para pemain dan penonton, banyak viewnya dan banyak followes yang mengikuti akun tersebut. Serta respon dari pada penonton yang masuk ke dalam majenis nurul legend. Selain itu penulis juga menggunakan studi pustaka dari buku-buku tentang tiktok, etnografi virtual dan berita-berita yang telah publish di kanal berita dikarenakan viral karena gaya dakwahnya yang berbeda dari yang lain.

Dalam memudahkan penulis menemukan data dengan cara analisis media siber dalam etnografi virtual yang merupakan teori yang digunakan oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Etnografi Virtual, riset komunikasi budaya dan sosioteknologi di internet. Yang mana analisis media siber ini terdiri dari empat level yaitu ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Level pertama dan kedua yaitu ruang media dan dokumentasi media berada dalam unit mikro atau teks, sedangkan objek media dan pengalaman berada dalam unit makro dan konteks. Namun penulis hanya berfokus kepada dua level yaitu level ruang media dan objek media.

Ruang Media

Pada level ruang media ini mampu menyampaikan bagaimana struktur

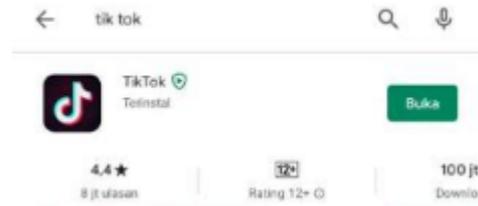
yang ada dari medium di internet. Medium ini seperti lokasi atau daerah budaya terjadi serta komunitas berinteraksi. Di penelitian ini menggunakan media live streaming tiktok pada mobile legends.. berarti akan mengdeskripsikan terkait prosedur membuat akun, mempublikasikan konten, syarat dan ketentuan bisa melakukan live streaming dan lain-lain perlu dijelaskan dalam laporan penelitian ini secara mendalam.(Rulli Nasrullah 2014)

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang terbilang naik daun. (Ruth and Candraningrum 2020) Dibuktikan dengan aplikasi ini memiliki ribuan hingga milyaran pengguna dari berbagai negara. (Bulele and Wibowo 2020) Software ini timbul di awalnya bukan sebagai tiktok. Pada September 2016, perusahaan berasal China, ByteDance meluncurkan perangkat lunak video pendek bernama Douyin. Pada ketika satu tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibatnya meroket serta menjadi popularitas, Douyin melakukan perluasan ke luar China menggunakan nama baru yang lebih eyecatching, yakni Tiktok. (Ruth and Candraningrum 2020)

Akun Tiktok Pribadi

Berikut adalah langkah-langkah dalam membentuk akun tiktok yang di pada kutip dari pusat bantuan support.tiktok.com.

1. Mengunduh perangkat lunak Tiktok pada Google Play Store atau App Store pada Gadget yang akan digunakan

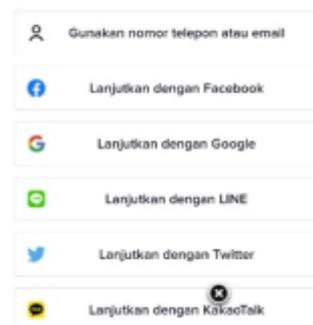


Gambar 1.1
Langkah Pertama membuat akun Tiktok
Sumber

<https://support.tiktok.com/Create>
Diakses pada 20 Oktober 2022

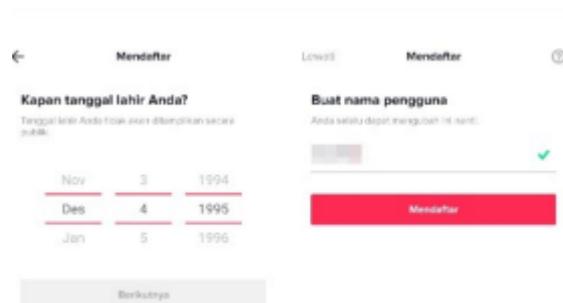
2. Memulai mendaftar dengan memilih opsi yang ada diantaranya: Gunakan nomer Handphone, Email, Akun Facebook, dan lain-lain

Mendaftar Tiktok



Gambar 1.2
Langkah Kedua membuat akun Tiktok

3. Memasukkan Data dengan membuat nama pengguna dan tanggal lahir



Gambar 1.3

Langkah Ketiga Mendaftar Akun Tiktok

4. Selesai. Video Tiktok sudah bisa digunakan oleh para Creator atau Pengguna. Mengisi konten sesuai yang diinginkan.



Gambar 1.4

Sumber akun Tiktok @Abiazkakiaa

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh salah satu dai yang saat ini sedang viral yaitu akun bernama @Abiazkakiaa. Yang telah mengikuti prosedur yang ada pada aplikasi Tiktok. Dan menjadi perbincangan di kalangan anak-anak komunitas mobile legend karena akun itu menggunakan cara dakwah yang berbeda. Ustadz abi menggunakan nama panggilan sehari-harinya dalam membuat akun yakni @Abiazkakiaa. Yang kini nama tersebut telah terkenal sebagai ustadz gaming karena berdakwah kepada anak-anak yang hobbi bermain mobile legend yang mana tujuannya agar kebiasaan berkomunikasi atau melontarkan kalimat kotor menjadi perkataan yang baik seperti ucapkan Dzikrullah, yaitu MasyaAllah..

Membuat Video atau Konten Pertama

Video bisa dibuat dengan manual langsung dari aplikasi Tiktok atau

menggunakan aplikasi lain kemudian di publish ke akun tiktok pribadi. Adapun beberapa cara membuat video baru dari aplikasi tiktok, diantaranya: Pertama, Ketuk + pada bagian bawah layer. Unggah konten berasal Pustaka perangkat atau pakai kamera Tiktok/ Kemudian, tambah bunyi, filter, atau alat kamera lainnya. Mulai video menggunakan menekan tombol rekam. Lalu, Rekam konten. Berikutnya, ketuk indikasi centang. Buat editan pada tambahan halaman postingan dan posting video telah siap.

Live Streaming Tiktok

Tiktok Live mengizinkan pengguna serta creator buat berinteraksi dalam waktu konkret. Pengguna yang berusia 16 Tahun ke atas dapat meluncurkan Live dan pengguna berusia 18 tahun ke atas dapat mengirimkan serta menerima kado ketika melakukan Live. Ingatlah buat mengikuti pedoman komunitas dan ketentuan layanan Tiktok buat mempromosikan lingkungan yang menyenangkan, positif serta *safety* di Tiktok. Program Live Streaming Tiktok ada: pemutaran ulang live, kampanye Tiktok Live, Pemberian hadiah Live di Tiktok. sebagaimana pada pengguna akun @AbiAzkakiaa yang telah memenuhi syarat tersebut sehingga bisa melakukan live streaming di Tiktok.

Syarat utama akun tiktok bisa melakukan live streaming adalah akun tersebut minimal memiliki 1000 followers. Followers merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis di Tiktok. Sehingga creator harus tahu cara menaikkan followers agar akun siap untuk Live

streaming. Ada beberapa cara meningkatkan follower di Toktok diantaranya:

1. Konten Menarik

Hal pertama yang harus dilakukan untuk menaikkan followers dengan membuat konten yang menarik. Konten tersebut mampu menarik orang untuk mulai mengikuti akun pengguna. Tentu saja creator harus memiliki ide-ide yang kreatif serta mengikuti perkembangan format konten yang sedang populer. Selain kreatif kreator memiliki konten yang berbeda dari yang lainnya.

2. Kolaborasi

Creator melakukan kolaborasi konten creator yang sudah memiliki follower tiktok lebih banyak. Ini dapat menguntungkan satu sama lainnya.

3. Trend

Creator harus mengikuti dan mengetahui yang sedang viral. Misalnya melakukan challenge di tiktok, jawab pertanyaan, atau berpendapat.

4. Konten yang Unik

Unik bisa dikatakan seperti konten yang belum pernah dibuat oleh pengguna lainnya. Dibungkus sesuai dengan apa yang basic kreator miliki. Misalnya seorang dai, ia harus membuat konten yang berbeda dari da'i-da'i lainnya.

Tiktok pada akun @Abiazkakiaa telah bisa melakukan live streaming di Tiktok. Dia menggunakan live streaming Tiktok sebagai media dakwah agar lebih meluas mad'unya. Target dakwahnya adalah anak-anak muda yang kecanduan bermain game online yang bernama "Mobile Legend". Atas keresahan beliau melihat anak-anak muda yang bermain game tanpa batas waktu dan mendengar ucapan-ucapan kotor yang tidak

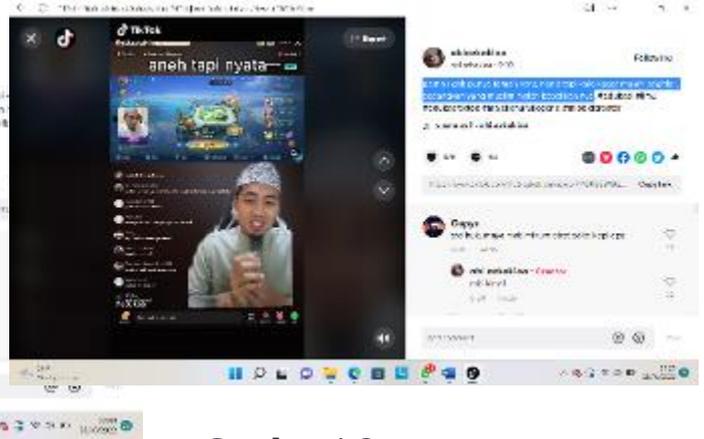
seharusnya di ucapan. Sehingga dai ustadz abi masuk ke dalam dunia game tersebut dan ikut bermain dengan anak-anak yang bermain mobile legend. Ustadz beri nama mereka yaitu Majelis Nurul Legend. Yang mana syaratnya sangat mudah cukup ketik "MasyaAllah" dan bermain tanpa berkata kasar. Ustadz memberikan dakwahnya tentang utamanya berdzikir supaya doa cepat dikabul oleh Allah SWT. Ustadz Abi biasa live streaming di tiktok setiap hari dan pada waktu malam hari. Inipun menjadi daya tarik para pengguna untuk menonton live streamingnya terlebih yang minati adalah anak-anak yang senang bermain game mobile legend.

Objek Media

Di level objek media ialah unit yang spesifik karena peneliti melihat bagaimana aktivitas dan hubungan pengguna atau antar pengguna, baik dalam unit mikro atau unit makro. Pada level ini data penelitian berasal dari teks tersebut. Dari beberapa interaksi di kolom komentar video atau kolom komentar saat live streaming di tiktok pada mobile legend dapat dilihat dan ditemukan banyak yang merespon dengan baik dan sesuai arahan dari ustadz abi dengan mengetik dan mengucapkan masyaAllah. Bahkan ada juga yang memberikan pertanyaan kepada ustadz abi @abiazkakiaa di kolom komentar akun tiktok pribadinya.



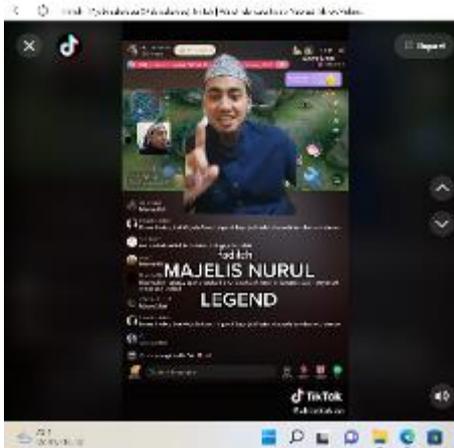
Gambar 1.5
Screenshoot akun @Abiazkaciaa



Gambar 1.8
Screenshoot pada video konten Tiktok
akun @Abiazkaciaa



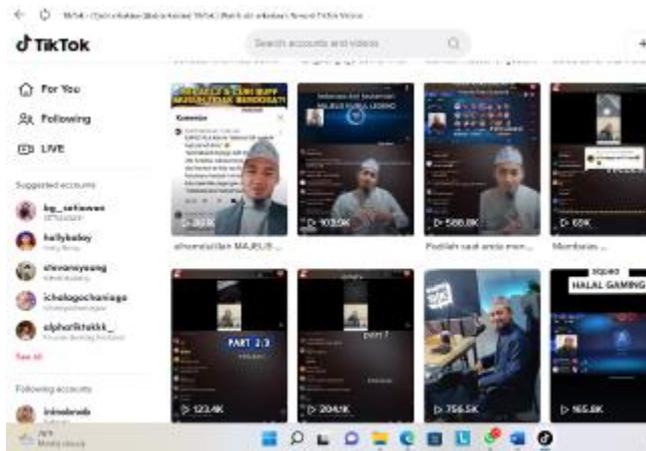
Gambar 1.6
Screenshoot pada kolom komentar
akun @Abiazkaciaa



Gambar 1.7
Screenshoot pada kolom komentar
akun @Abiazkaciaa

Ini membuktikan bahwa dakwah tidak hanya dilakukan secara offline. Tetapi dengan cara apapun bisa dilakukan sesuai dengan target yang menjadi sebuah tujuan dari dakwah itu sendiri. Ustadz Abi yang memiliki akun @Abiazkaciaa telah membuat cara dakwah yang unik dan dapat diterima dengan baik oleh kalangan anak muda. Sebab dakwahnya yang lemah lembut tetap bermain tetapi mengarahkan kepada kebaikan. Seperti memberitahu tentang kekuatan dzikir, baiknya berkata yang baik, dan senantiasa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari netizen tentang hal-hal yang belum mereka ketahui. Peneliti menemui metode dakwah ini yang jarang digunakan oleh para dai. Dai harus mengikuti perkembangan zaman yang ada. Agar dakwahnya tetap meluas sampai penjur manapun.

Ustadz Abi atau pemilik akun @Abiazkaciaa tidak hanya melalui game mobile legend saja. Tetapi aplikasi Tiktoknya digunakan untuk konten-konten dakwah yang singkat. Ada video-video dakwah yang dibungkus secara sederhana dan dibagikan kepada khalayak. Ini juga menjadi sebuah konten dakwah yang dilakukan di aplikasi Tiktok. Sama halnya yang dilakukan oleh ustadz-ustadz millennial seperti Ustadz Syam dan lain-lainnya. Inilah yang menjadi sisi positif dari sebuah aplikasi Tiktok yang memiliki keistimewaan dan ciri khasnya hanya dengan fitur video singkat yang dapat diminati oleh kalangan manapun.



Gambar 1.9
Screenshoot konten-konten pada akun Tiktok @Abiazkaciaa



Gambar 1.10
Screenshoot konten dakwah @Abiazkaciaa di Tiktok

KESIMPULAN

Pemilik akun @Abiazkaciaa atau biasa disebut ustadz Gaming mencoba dan membuktikan bahwa dakwah saat ini harus bisa mengikuti zaman. Dakwah bisa dilakukan dimanajuga tidak hanya dari mimbar ke mimbar tetapi dari satu media ke media yang lain. Tetap memiliki tujuan dan visi misi yang mana yaitu membawa pada perubahan yang tidak baik menjadi baik. Akun @Abiazkaciaa telah memiliki ratusan followers pada Tiktoknya. Dakwahnya pada anak-anak yang bermain mobile legend dan dilebarluaskan melalui aplikasi Tiktok dengan fitur Live Streaming. Ini menjadi kan dirinya populer dan sorotan mata sebab metode dakwahnya yang berbeda dari yang lainnya. Pada Level Ruang Media akun @Abiazkaciaa telah mengikuti sesuai dengan prosedur dari aplikasi Tiktok dan pada level Objek Media bisa kita temukan interaksi-interaksi yang positif antara ustadz dan netizen di sosial media. Ustadz abi mendapatkan pujian dan semangat dari pada pengikutnya untuk terus berdakwah dengan mengikuti perkembangan zaman.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Achmad, Zainal Abidin, and Rachmah Ida. 2018. "Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian." *The Journal of Society & Media* 2(2):130. doi: 10.26740/jsm.v2n2.p130-145.
- Antonius Birowo. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali.
- Aziz. 2009. *Ilmu Dakwah*.
- Bulele, Yohana Noni, and Tony Wibowo. 2020. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok." *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology* 1:565-72.
- Fadhil, Miftah, Nugroho, Lilik, Munib Abd, Charismanto. 2021. *Ragam Konten Media*. Yogyakarta: TrustMedia Publishing.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: Tik Tok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme." *Share: Social Work Journal* 10(2):199. doi: 10.24198/share.v10i2.31443.
- Hikmawati, Sholihatul atik, and Luluk Farida. 2021. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2(1):1-11.
- Indahningrum, Rizka putri, Jose Naranjo, Hernández, Jose Naranjo, L. Ombra D. E. L. Peccato, and Hernández. 2020a. "PENGGUNAAN APLIKASI TIK TOK DAN EFEKNYA TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA ISLAM DI KELURAHAN WAYDADI BARU KECAMATAN SUKARAME." *Applied Microbiology and Biotechnology* 2507(1):1-9.
- Indahningrum, Rizka putri, Jose Naranjo, Hernández, Jose Naranjo, L. Ombra D. E. L. Peccato, and Hernández. 2020b. "STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL AKTIVITAS #memedakwah DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." *Applied Microbiology and Biotechnology* 2507(1):1-9.
- Juariah, Siti, and Agus Setiawan. 2017. "Studi Etnografi Virtual Pesan Nonverbal Tentang Prinsip Menikah Muda Dalam Instagram @ Nikahasik." *Komunikator* 9(1):57-68.8
- Lestari, Puput Puji. 2020. "Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial." *Jurnal Dakwah* 21(1):41-58. doi: 10.14421/jd.2112020.1.
- Manam, Al, Jurnal Pendidikan, Dan Studi Keislaman, Eqviesta Runtun Pamungkas, Yazida Ichsan, Vita Yuliana, and Tiara Indriarti. 2022. "Optimasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial." *Al Manam: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman* 2(1):97-108.
- Pongtiku, Arry, Robby Kayame, Voni Heni Rerey, Tedjo Soe Prapto, and Yanuarius Resubun. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Saja*. edited by A. Pongtiku. Jayapura: Nulisbuku.com.
- Prasetyo, Anton. 2019. "Dakwah Persuasif K.H. Asyhari Marzuqi Dan Implikasinya Dalam Kehidupan Modern."

- Pratiwi, Clara Sinta. 2022. "Platform TikTok Sebagai Representasi Media Dakwah Di Era Digital Oleh." *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2(1):50-65.
- Prayogi, Arditya. n.d. "Analisa Penggunaan Video Game Sebagai Media Dakwah."
- Rachmaniar, Renata Anisa. 2017. "Komentar Kasar Netizen Untuk Video Debat Final Pilkada Dki 2017 Di Channel Youtube." *Jurnal LONTAR* 5(2):43-50.
- Rulli Nasrullah. 2014. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Ruth, Debra, and Diah Ayu Candraningrum. 2020. "Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok Terhadap Personal Branding Generasi Milenial Di Instagram." *Koneksi* 4(2):207. doi: 10.24912/kn.v4i2.8093.
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. 2018. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 3(2):69.