

ANALISA DAKWAH INTERAKTIF BERASASKAN TIKTOK DALAM KALANGAN BELIA

ANALYSIS OF INTERACTIVE DA'WAH BASED ON TIKTOK AMONG YOUTH

Nor Diyanah binti Zafri ^{1*}
Hajar bin Opir ²
Amiratul Munirah binti Yahaya ³

¹ Calon Ph.D (Main/Corresponding Author), Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, 40450 Selangor

(Email: nordiyanaahzafri@gmail.com)

² Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, 40450 Selangor

(E-mail: hajar_opir@uitm.edu.my)

³ Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, 40450 Selangor

(E-mail: amiratul@uitm.edu.my)

Article history

Received date : 9-7-2025
Revised date : 10-7-2025
Accepted date : 4-9-2025
Published date : 10-9-2025

To cite this document:

Zafri, N. D., Opir, H., & Yahaya, A. M. (2025).
Analisa dakwah interaktif berasaskan TikTok dalam
kalangan belia. *Journal of Islamic, Social, Economics
and Development (JISED)*, 10 (76), 410 – 419,

Abstrak: Media sosial kini menjadi pilihan ramai warga belia dalam melaksanakan aktiviti dakwah secara dua hala (interaktif) khususnya TikTok yang semakin mendapat perhatian ramai kerana mempunyai elemen-elemen menarik yang boleh dilihat menerusi aplikasi tersebut. Namun, beberapa aspek penting yang tidak diberi penekanan oleh pendakwah seperti aspek interaktif yang kurang berkesan, aspek pendekatan dakwah yang kurang sesuai, aspek suara dan muzik yang tidak patuh syariah, aspek infografik yang kurang kreatif dan sebagainya. Tambahan lagi, semakin banyak isu berkenaan pendakwah yang tidak menyampaikan dakwah mengikut etika yang diajarkan dalam Islam. Ramai dalam kalangan mereka sekadar ingin meraih perhatian atau mengikut trend dan gagal mencapai matlamat utama dakwah iaitu amar ma'ruf nahi munkar (mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran). Objektif kajian yang ingin dijalankan adalah mengenal pasti kriteria atau aspek utama yang perlu dipraktikkan dalam aktiviti dakwah interaktif melalui media sosial terutamanya dalam kalangan belia. Kajian ini dijalankan secara kualitatif iaitu menggunakan kaedah kajian perpustakaan dan analisa kandungan. Hasil kajian menunjukkan bahawa beberapa kriteria seperti aspek interaktif, aspek pendekatan hikmah, nasihat dan berdialog cara baik, aspek seni suara dan muzik, serta aspek infografik adalah signifikan dan sesuai diimplementasikan dalam dakwah secara interaktif melalui TikTok. Ia mampu memberikan implikasi positif terhadap golongan belia seperti tahap kecenderungan dan minat untuk mendalami ilmu agama menjadi lebih baik serta membentuk jati diri Insan Adabi (insan yang beradab dan bertamadun) yang sentiasa diredai Allah SWT.

Kata Kunci: Belia; dakwah interaktif; media sosial; infografik; TikTok.

Abstract: *Social media has been a popular choice among youths to complete two-part (interactive) da'wah activities. Nowadays, TikTok is gaining popularity since it has visually striking elements that make the application more engaging. However, some important aspects that are not well addressed by the discourse are as follows: aspects of the dialogue that are not very coherent; aspects of the discourse that are not very appropriate; aspects of art and music that are not compliant with Islamic law; and so on. Furthermore, an increasing number of issues are related to preachers that do not support the teachings of Islam. In the community, they fervently hope to gain attention or follow the trend and ultimately reach the primary goal of da'wah, which is to uphold morality and prevent immorality. The objective of the study that is intended to be conducted is to identify the primary criteria or aspect that needs to be applied in interactive dialogue activities through social media, particularly among the youth community. Accordingly, this study was conducted qualitatively using the literature review method and content analysis. Overall, the research findings indicate that certain criteria, such as the interactive aspect, the hikmah, the importance of good communication skills, the significance of art and music, and the infographic aspect, are implemented in an interactive way through TikTok. It can provide positive implications for users, such as willing to understand religion deeply and to be a civilized and better servant of Allah SWT.*

Keywords: *Youth; interactive da'wah; social media; infographic; TikTok.*

Pengenalan

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang digemari oleh golongan belia dan menjadi antara aplikasi yang paling popular dan kerap diaplikasikan dalam kehidupan seharian mereka. Menurut Demelash Lemmi Ettisa (2023), ia telah menjadi pilihan para pelajar bagi mengikuti pembelajaran, trend, isu semasa dan sebagainya. Pada mulanya, ia dikenali sebagai aplikasi bernama Douyin yang dipelopori oleh Zhang Yiming pada September 2016. Kini, jumlah pengguna TikTok telah mencecah angka bilion dan majoritinya dalam kalangan belia kerana mengandungi elemen menarik seperti video yang ringkas tetapi menarik, latar belakang muzik, mudah diakses secara global.

Menurut Angel Fiallos et. al (2021) mengenai “TikTok dan Pendidikan: Menimba Ilmu Melalui Video Pembelajaran,” sebanyak 5.16% merupakan pengguna dalam kalangan umur di bawah 17 tahun. Sementara itu, peratus tertinggi iaitu sebanyak 77.49% adalah anak muda berumur antara 18 dan 34 tahun. Seterusnya, 16.42% ialah golongan dewasa antara 35 hingga 55 tahun. Hanya 0.01% merupakan pengguna antara umur 56 tahun dan 90 tahun. Kajian turut mendapati bahawa anak-anak muda amat meminati aplikasi TikTok untuk mempelajari ilmu kerana ia dapat diakses dalam bentuk format video pendek dan menarik. Justeru, kita boleh menggunakan TikTok sebagai medium dakwah interaktif yang berkesan jika disertai video ringkas, padat, menarik dan beberapa aspek yang perlu diberikan penekanan termasuk mempunyai pendekatan dakwah yang strategik. Ia sangat penting agar mereka memperoleh ilmu agama yang komprehensif serta membantu mengubah cara hidup yang lebih seimbang (*wasatiyyah*).

Dakwah interaktif ini merupakan dakwah secara dua hala antara *da'i* (pendakwah) dan *mad'u* (sasaran dakwah atau yang didakwah). Dakwah secara interaktif ini boleh diikuti oleh semua lapisan masyarakat khususnya melalui media sosial. Antara salah satu aplikasi yang relevan dalam pengisian dakwah kontemporari adalah aplikasi TikTok. Hukum menurut pandangan Islam berkenaan penggunaan aplikasi TikTok adalah dibolehkan selagi mana ia tidak bercanggah dengan sumber naqli ke atas pengharamannya. Namun begitu, hukumnya boleh

menjadi makruh sekiranya hiburan yang disampaikan itu memberikan implikasi terhadap insan (Yaqin Bakharudin, 2020). Dakwah melalui TikTok pada era moden ini perlulah lebih kreatif dan dapat menarik para pengguna untuk mengikuti pembelajaran agama atau dakwah Islam. Sekiranya perkara ini dilaksanakan, ia boleh menggalakkan masyarakat untuk mengambil kesempatan berdakwah kepada Muslim dan juga bukan Muslim.

Pernyataan Masalah

Walaupun media sosial menjadi pilihan ramai anak belia masa kini untuk memperoleh maklumat termasuklah dakwah dan ilmu agama, namun terdapat beberapa cabaran dalam dunia dakwah yang perlu dibendung secara efektif agar keberkesanan dakwah dan kehidupan anak-anak muda menjadi semakin berkualiti dan diberkati Allah. Menurut kajian Nur Syahiirah Azihan dan Khazri Osman (2022) melalui kajian yang bertajuk “Cabaran Berdakwah Menerusi Media Sosial dalam Kalangan Pelajar Pengajian Islam di Universiti Kebangsaan”, lebih 50% responden menyatakan bahawa penyampaian dakwah masih kurang berkesan di media sosial. Hal ini disebabkan oleh pendakwah yang kurang mahir dalam menyampaikan dakwah dengan berkesan serta kurang menarik. Menurut Tengku Siti Aisha Tengku Mohd Azzman Shariffadeen dan Aini Maznina A. Manaf (2024), ramai pempengaruh atau selebriti yang beragama Islam di media sosial turut menggunakan akaun media sosial mereka untuk menyampaikan beberapa mesej dakwah sama ada melalui video pendek atau secara langsung (Live). Namun, segelintir daripadanya tidak menyampaikan dakwah dengan baik dan tidak menepati kriteria seorang pendakwah Islam yang betul.

Justeru, terdapat beberapa perkara yang perlu diambil perhatian oleh para pendakwah melalui TikTok. Masih wujud pendakwah yang memasukkan elemen-elemen yang tidak menepati kriteria patuh syariah dalam pengisian dakwah. Misalnya, pengguna menghasilkan video pendek yang diiringi pelbagai genre muzik yang tidak mengikut syariah Islam. Walaupun mereka berdakwah, namun ada di antara mereka yang tidak menutup aurat dengan baik, tidak menjaga ikhtilat iaitu pergaulan antara lelaki dan Perempuan, ada juga yang menari mengikut rentak muzik yang dimainkan dalam kandungan video TikTok mereka. Oleh itu, perkara ini perlu diperbaiki agar tidak menimbulkan orang ramai tidak salah faham berkenaan cara hidup Islam.

Kajian Literatur

TikTok memberikan banyak manfaat dan cabaran terhadap para pengguna TikTok. Kajian yang dijalankan oleh Arwansyah Kirin dan Arifki Budia Warman (2023) mendapati bahawa aplikasi TikTok memberi kesan terhadap gaya hidup pelajar Universiti Tun Hussein Onn Malaysia Kampus Pagoh. Antara kesan positif adalah pelajar mudah mengakses hal-hal pembelajaran manakala kesan negatif seperti banyak menghabiskan masa melayari TikTok serta menghadapi cabaran kerana terdedah kepada gambar dan video yang boleh memberi pengaruh buruk terhadap pembentukan jati diri mereka. Walaubagaimanapun, kajian mendapati TikTok banyak memberikan impak positif terhadap gaya hidup yang lebih berakhlak. Justeru, pihak pendakwah perlu lebih banyak menghasilkan video-video berunsur dakwah agar anak-anak muda lebih banyak terdedah dengan gaya hidup dan pengaruh yang baik.

TikTok juga merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh golongan belia masa kini untuk mengikuti dakwah. Kajian yang dilaksanakan oleh Dinda Rizky Hayati (2021) iaitu pemilik akaun TikTok bernama Ikhwan Muklis @ikhwanmukhlis dan kajiannya adalah berkenaan ‘Pemanfaatan Media TikTok sebagai media dakwah oleh Ikhwan Muklis’ menjadikan aplikasi TikTok sebagai medium dakwah dengan menggunakan video pendek atau sekadar petikan

Islamik. Kebanyakannya isi dakwah yang dihasilkan beliau mengikut trend yang sedang viral. Beliau turut mempunyai personaliti sebagai pendakwah yang baik dengan tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Hal ini menyebabkan dakwahnya mudah diterima khalayak ramai.

Aplikasi TikTok turut memberikan implikasi yang baik terhadap beliau bagi meneruskan aktiviti dakwah interaktif. Antara faktor utama kelangsungan dakwah dapat diteruskan dengan jayanya sehingga kini ialah penekanan aspek infografik dalam menghasilkan video pendek. Hasil kajian yang dijalankan oleh Anwar Ahmad Fauzi et.al (2022) menunjukkan purata 91.3% responden memberi respons setuju bahawa infografik amat penting untuk digunakan sebagai pendekatan dakwah yang bersesuaian bagi semua peringkat umur. Infografik menggabungkan maklumat dan elemen persuasif (berupaya mempengaruhi orang lain). Hal ini disebabkan oleh maklumat infografik yang memiliki persembahan video yang menarik dan kreatif serta boleh memindahkan maklumat dengan cepat, jelas dan tepat. Perkara ini dapat membantu para pendakwah untuk mempengaruhi anak-anak muda untuk mempelajari serta mengikut cara hidup Islam menerusi persembahan video infografik TikTok yang kreatif.

Seterusnya, respons yang baik berkenaan dakwah interaktif melalui TikTok dapat dilihat menerusi kajian yang dilaksanakan oleh Fatin Farzana Dass Meral dan Safinah Ismail (2023). Kajian ini mendapati bahawa mahasiswa memiliki keterlibatan dengan aktiviti dakwah melalui TikTok dengan nilai min yang sangat tinggi (4.07) iaitu mahasiswa terinspirasi untuk mendalami ilmu agar dan menjadi *da'i* pada masa hadapan. Malah, dapatan menunjukkan TikTok telah membantu mereka dalam memberi kefahaman yang lebih jelas serta keinsafan daripada melakukan hal-hal yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Metodologi Kajian

Secara umumnya, reka bentuk kajian yang dijalankan adalah berbentuk kualitatif. Kajian ini menggunakan kajian kepustakaan bagi menganalisis aspek dakwah interaktif yang lebih komprehensif dan perlu diberi penekanan dalam dakwah melalui TikTok terhadap golongan belia. Data telah diperolehi daripada penulisan yang melibatkan buku atau buku elektronik, jurnal atau jurnal elektronik, tesis, keratan akhbar dan lain-lain. Seterusnya data-data yang diperolehi telah dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisa dokumen bagi merungkai secara kritis mengenai aspek atau kriteria dakwah interaktif melalui TikTok dalam kalangan belia untuk dijadikan panduan asas sesuai mengikut peredaran zaman dan penerimaan pengguna media sosial abad ke-21.

Dapatan Kajian

Terdapat beberapa kriteria dakwah interaktif yang perlu diberi perhatian dan dipraktikkan dalam dakwah melalui aplikasi TikTok. Antaranya aspek interaktif, aspek pendekatan hikmah, nasihat dan berdialog dengan cara baik, aspek seni suara dan muzik serta aspek infografik.

Kriteria Utama Yang Perlu Dipraktikkan Pendakwah Dalam Aktiviti Dakwah Interaktif Melalui Media Sosial Dalam Kalangan Belia

i) Aspek Interaktif

Muhammad Aiman et.al (2019) keberkesanan pengisian dakwah melalui media sosial bergantung kepada personaliti pendakwah yang bijak dalam menekankan aspek interaktif iaitu menggunakan tutur kata yang baik, bersopan santun, memberi penerangan dan respons dengan baik. Faiz Abdul Rahim (2017) menambah bahawa terdapat tiga elemen yang perlu dimiliki

oleh seorang pendakwah sama ada berdakwah secara bersemuka mahupun atas talian iaitu kemahiran memberi nasihat, kemahiran komunikasi dan kemahiran hidup. Pertamanya, kemahiran bahasa dan komunikasi bermaksud pendakwah menguasai beberapa bahasa yang berkaitan dengan *mad'u*. Aplikasi TikTok mempunyai tetapan (*setting*) untuk terjemahan pelbagai bahasa. *Mad'u* lebih memahami pengisian video dakwah sekiranya ditambahkan lagi dengan sari kata atau terjemahan dalam video TikTok tersebut. Keduaanya, pendakwah perlu menguasai kemahiran ICT. Aplikasi TikTok ini merupakan platform yang memberi ruang besar untuk pendakwah meluaskan lagi ajaran Islam. Justeru mereka digalakkan untuk mahir dalam teknologi dan komunikasi.

Perkara ini ditegaskan lagi oleh Abdul Ghafar Don (2021) bahawa senario dakwah kini memperlihatkan segelintir pendakwah memiliki ilmu yang tinggi namun gagal berasimilasi atau berinteraksi dengan baik dalam kalangan masyarakat. Oleh itu, perkara ini mestilah dielakkan agar masyarakat berasa lebih akrab dan dihargai sekiranya pendakwah mengaplikasikan Kemahiran ICT dengan baik terhadap Masyarakat. Dalam konteks TikTok, pendakwah perlu rajin memberikan respons melalui ruangan komentar pada setiap video terutamanya pada komen yang bertanyakan soalan. Pendakwah boleh membalas langsung dari komen tersebut atau memberi respons dengan cara menghasilkan sebuah video TikTok yang lain.

Sebagai pendakwah, mereka perlu menekankan aspek interaktif dengan menyuarakan suatu kemungkaran yang zahir tanpa mengaibkan mahupun mencari kesalahan mana-mana para pengguna TikTok yang lain. Abdull Rahman Mahmood et. al (2010) menegaskan bahawa mengintip sehingga mencero bohi batas peribadi orang lain (*tajassus*) adalah dilarang dalam Islam. Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بََعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْنَاهُ ۚ وَأَقْبُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah kebanyakan dari sangkaan (supaya kamu tidak menyangka sangkaan yang dilarang) kerana sesungguhnya sebahagian dari sangkaan itu adalah dosa; dan janganlah kamu mengintip atau mencari-cari kesalahan dan ke'aiban orang...”

Surah al-Hujuraat (49:12)

Berdasarkan ayat tersebut, pendakwah perlu memastikan kritikan yang diberikan itu membawa kebaikan, perubahan yang baik dan tiada penghinaan yang boleh mencetuskan salah faham atau perbalahan sesama pengguna TikTok. Ini berdasarkan hadith Rasulullah S.A.W:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَّانِ وَلَا اللَّعَّانِ وَلَا الْفَاحِشِ وَلَا الْبَذِيءِ

Terjemahan: Seorang Mukmin yang sempurna imannya bukanlah seorang pengutuk, pelaknat, pelaku perkara-perkara keji dan bukan juga seorang yang bercakap kotor.

(Hadis. al-Tirmidhiyy. Bab Ma Ja'a fi al-La'ni wa al-Tha'ni. 1977).

Oleh itu, aspek interaktif ini amat penting untuk dititikberatkan kerana ia bukan sahaja dapat mengelakkan perbalahan atau salah faham dalam dakwah malah ia dapat membina kekuatan

diri para pengguna TikTok. Pendakwah yang sering mengajukan soalan, membuat perbincangan serta mendengar pandangan *mad'u* dapat membantu perkembangan kognitif, afektif dan tingkah laku belia. Maka, *da'i* dan *mad'u* perlu memainkan peranan yang baik dalam mengikuti dakwah melalui TikTok.

ii) Aspek Pendekatan Hikmah, Nasihat dan Berdialog dengan Cara Baik

Pada dasarnya, pendakwah di media sosial termasuk TikTok perlu menitikberatkan beberapa pendekatan dakwah yang telah diajarkan oleh Islam melalui sumber naqli seperti al-Quran dan al-Sunnah. Antara tiga pendekatan yang penting untuk diimplementasikan dalam setiap dakwah termasuk dakwah digital melalui TikTok adalah berdakwah dengan hikmah, nasihat yang baik dan berdialog dengan cara yang baik. Seperti yang dijelaskan oleh Allah SWT:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan maw’izah yang baik serta bermujadalah dengan mereka, dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah sahaja yang lebih mengetahui tentang sesiapa yang sesat jalannya. Dialah yang lebih mengetahui orang yang mendapat hidayah.”

(Surah al-Nahl 16:125)

Pendekatan berdakwah dengan hikmah (*bi al-hikmah*) perlu dilaksanakan dengan sewajarnya oleh pendakwah TikTok seperti bertutur kata dengan baik sewaktu berdakwah tanpa meninggikan suarat atau berkata kasar, sabar dalam menyampaikan dakwah serta ramah terhadap *mad'u* dengan memberikan respons yang baik sepanjang menyampaikan dakwah.

Begitu juga dengan pendekatan seterusnya iaitu memberikan nasihat yang baik (*bi al-mauzah al-hasanah*). Misalnya, pendakwah TikTok perlu menghasilkan kandungan video TikTok berbentuk nasihat, mempunyai elemen pengajaran, iktibar serta teladan yang positif. Sementara itu, pendekatan ketiga iaitu pendekatan berdialog dengan cara yang baik (*mujadalah billati hiya ahsan*). Contohnya, pendakwah yang baik perlu melaksanakan pendekatan ketiga ini iaitu suka bertukar pandangan sesama masyarakat tanpa menghina atau melukai perasaan mereka (Seri Ramizah Matussin & Anis Malik Thoha, 2021). Ketiga-tiga pendekatan yang terkandung dalam Surah al-Nahl tersebut wajar dipraktikkan oleh semua pendakwah dan ia amat sesuai untuk diaplikasikan sepanjang zaman tanpa mengira masa dan tempat.

Perbincangan ini turut dikukuhkan lagi oleh kajian yang dijalankan oleh Andriani (2019) dan Pebriawati (2023) bahawa pendakwah media sosial mendapat sokongan positif daripada para pengguna media sosial kerana pendakwah menjaga etika komunikasi dan mengamalkan enam prinsip komunikasi Islam seperti *qawlan sadidan*, *qawlan baligha*, *qawlan karima*, *qawlan ma'rufan*, *qawlan layyina*, dan *qawlan maisura*. Keenam-enam prinsip ini perlu diberi penekanan dalam mempraktikkan pendekatan hikmah, nasihat dan berdialog dengan cara baik. Hal ini amat penting sebagai landasan perkembangan tingkahlaku dan peneguhan jati diri Muslim.

Abdul Ghafar Don (2021), menegaskan bahawa ciri-ciri personaliti yang dikehendaki Islam perlu ditekankan oleh pendakwah TikTok agar dapat menyumbang kepada imej baik dakwah termasuk dakwah melalui media sosial serta membina kepimpinan dakwah. Justeru, pendakwah digital TikTok perlu menunjukkan imej yang baik dan berusaha mencontohi nilai-nilai akhlak

Baginda SAW agar mereka bukan sahaja dapat mempengaruhi golongan belia malah sentiasa mendapat keredaan Allah SWT yang merupakan tujuan utama manusia diciptakan oleh-Nya. Pendakwah yang baik bukan sahaja perlu menguasai ilmu dan mempunyai kemahiran dalam dakwah digital TikTok, bahkan mereka perlu menjaga dan mempamerkan nilai etika dan akhlak dalam menyampaikan dakwah. Hal ini turut dinyatakan oleh Wan Muhammad (2021), seorang pendakwah bukan sahaja ingin menang hujah, tetapi yang lebih utama adalah perlu memenangi hati *mad'u*. Kita dapat fahami bahawa pentingnya akhlak dalam pelaksanaan dakwah. Sekiranya pendakwah mempamerkan akhlak yang mulia dan contoh teladan yang baik, maka perkara ini boleh menjadi senjata ampuh untuk menambat hati *mad'u* untuk menerima dakwah.

iii) Aspek Seni Suara dan Muzik

Ahmad Sahlan dan Mohd Nizam (2020) menyatakan bahawa suara dan muzik memainkan peranan besar sebagai alat penyampai atau media. TikTok merupakan aplikasi yang amat sebatian dengan seni suara dan muzik. Aplikasi ini memaparkan video pendek yang disertakan latar belakang suara dan muzik. Kita boleh lihat terdapat beberapa dakwah di TikTok yang menggunakan seni syair, puisi, nasyid, lakonan, bait-bait lagu atau nasyid sesuai dengan golongan sasaran. Aspek suara dan muzik juga mampu menarik minat *mad'u* untuk mempelajari pengisian dakwah, menggerakkan akal serta mendorong hati mereka ke arah kebaikan dan kebajikan.

Banyak hujah ulama yang membolehkan (*mubah*) nyanyian dan muzik ini berbanding melarang. Sebagai pendakwah TikTok, pemilihan muzik dalam kandungan video TikTok perlulah bersesuaian dan dibolehkan dalam Islam. Yusof al-Qardawiyy (2006) menjelaskan bahawa ada empat syarat dalam memastikan suara dan muzik dapat diimplementasikan secara patuh syariah. Syarat tersebut perlu dilihat dari aspek tema dan isi kandungan yang baik, penampilan yang dibenarkan agama, tidak melalaikan serta jauh daripada perkara haram dan elemen maksiat.

Antara contoh lain yang boleh dilihat berkenaan dakwah yang menggunakan seni suara dan muzik adalah Omar & Hana Official iaitu sebuah animasi Islamik yang aktif sejak tahun 2011. Kini, pengikutnya telah mencecah ratusan ribu pengguna dan kian meningkat. Animasi sebegini wajar dijadikan contoh buat para pendakwah yang ingin meneruskan dakwah secara patuh syariah. Menariknya, banyak video pendek yang ditayangkan oleh Omar & Hana Official serta mendendangkan lagu bermesej dakwah serta pemilihan muzik yang baik.

Selain itu, aplikasi TikTok mempunyai beberapa muzik yang menjadi trending mengikut tempoh masa tertentu. Fungsi muzik dan lagu tersebut boleh dijadikan sebagai latar belakang muzik bagi setiap video yang ingin ditayangkan oleh pencipta kandungan (content creator). Sekiranya para pendakwah ingin menghasilkan dan menyampaikan konten dakwah digital, mereka perlulah memastikan muzik yang dipilih tidak bertentangan dengan akidah Islam serta perkara yang melanggar hukum agama.

iv) Aspek Infografik

Pendakwah juga perlu mahir dalam penguasaan dan pemilihan infografik sepanjang dakwah dilaksanakan melalui TikTok. Berdasarkan Kamus English Oxford, infografik merupakan gabungan perkataan info dan grafik iaitu gambaran persembahan tentang informasi atau data. Kajian yang dijalankan oleh Piotti dan Murphy (2019) mendapati bahawa penggunaan infografik dilihat semakin diminati ramai pada masa kini. Hal ini berpunc daripada kriteria persembahan teksnya yang bukan sahaja menarik malah teks yang ringkas mendorong penerima

untuk membaca, memahami dan memperoleh maklumat (*informative*) dan memujuk (*persuasive*).

Hal ini turut disokong oleh Anwar Ahmad Fauzi et. al (2022). Kajian mereka menjelaskan lagi sebanyak 91.2% responden bersetuju bahawa pemilihan dan kombinasi warna memainkan peranan penting dalam menarik minat penonton serta lebih menguatkan memori mereka dengan mudah dan cepat. Kajian yang dijalankan oleh Norazmi Anas et. al (2023) turut menyokong bahawa dakwah interaktif menerusi media sosial termasuk TikTok dapat memberi implikasi yang positif terhadap para pengguna aplikasi tersebut. Kajian ini mendapati bahawa sesuatu video yang dimuat naik melalui media sosial menjadi semakin popular disebabkan oleh penekanan terhadap faktor infografik. Penghasilan infografik yang begitu menarik menyebabkan penonton konsisten dalam melayari video tersebut sehingga habis dan mengakses video seterusnya yang dihasilkan oleh *content creator* tersebut. Anak-anak muda amat menitikberatkan keindahan infografik yang kreatif bagi meneruskan pembelajaran atau Pendidikan. Buktinya, kajian yang diimplementasikan oleh M Kis, et. al (2024) baru-baru ini menunjukkan majoriti pelajar sekolah menengah bersetuju bahawa pemilihan tulisan, emoji, warna yang cantik dalam video TikTok memberikan impak positif terhadap pelajar untuk mengikuti proses pembelajaran dengan seronok dan menunjukkan minat untuk meneruskan pembelajaran tersebut.

Justeru, aspek infografik ini wajar dititikberatkan oleh semua pendakwah media sosial masa kini kerana infografik yang menarik dapat mendorong mad'u untuk mengikuti ajaran Islam di samping berusaha ke arah perubahan diri yang lebih baik. Oleh itu, pendakwah masa kini bukan sahaja perlu memiliki kepakaran dari segi ilmu agama dan dakwah malah perlu mahir sekurang-kurangnya cakna perkara asas dalam elemen infografik bagi menghasilkan impak dakwah yang efektif khususnya terhadap golongan belia yang memegang rekod paling tinggi sebagai pengguna TikTok pada hari ini.

Kesimpulan

Natijahnya, media sosial telah menjadi suatu rutin harian bagi golongan muda dan pendakwah boleh menggunakan peluang ini dengan sebaik-baiknya sebagai alternatif dakwah kontemporari yang boleh memudahkan urusan seharian, menjimatkan kos masa dan wang, menghasilkan pembentangan visual yang boleh menarik perhatian para pengguna TikTok. Selain daripada fokus kepada pemantapan akidah dan penguasaan ilmu oleh pendakwah, mereka juga perlu mempunyai kemahiran dalam memanfaatkan aplikasi TikTok. Oleh itu, beberapa aspek yang dibincangkan perlu ditekankan dalam meneruskan dakwah interaktif melalui medium TikTok. Namun, pendakwah juga perlu bijak memilih pendekatan dakwah yang diaplikasikan dalam dunia dakwah di TikTok bagi menarik perhatian golongan belia yang menjadi pelapis masa depan kegemilangan Islam.

Rujukan

- al-Qardawiyy, Yusof. 2006. *Fiqh al-Lahwu wa al-Tarwih*. Kaherah: Maktabah Wahbah.
- Abdul Ghafar Don. 2021. Pembangunan Kepimpinan Da'i dalam Dakwah Era Digital. Prosiding Imposium Dunia Dakwah Digital. Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Abdull Rahman Mahmood, Abdul Muhaimin Mahmood & Mohd Izhar Ariff Mohd Kashim. 2010. Kebebasan bersuara dalam hukum dan fatwa: satu analisis. *Jurnal Penyelidikan Islam*. 23: 43-59.
- Andriani, F. 2019. Perkembangan Etika Komunikasi Islam Dalam Bermedia Sosial. At-Tabsyir: *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1). https://doi.org/10.21043/at_tabsyir.v6i1.5586
- Angel Fiallos, Carlos Fiallos & Atalin Figueroa. 2021. TikTok and education: discovering knowledge through learning videos. Conference: 2021 Eight International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG).
- Anwar Ahmad Fauzi, Norazmi Anas, Shahrel Nizar Baharom & Zuriani Yaacob. 2022. Infographics as an alternative da'wah medium during Covid-19 crisis. *Islamiyyat*. 44 (1): 101-113.
- Arwansyah Kirin & Arifki Budia Warman. 2023. Impak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Pelajar UTHM Pagoh. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 8(2), e002137. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v8i2.2137>
- Demelash Lemmi Ettisa. 2023. The impact of TikTok on students: a literature review. *Qeios*. 4: 1-8.
- Dinda Rizky Hayati. 2021. Pemanfaatan Media TikTok sebagai media dakwah oleh Ikhwan Muklis. *Fakulti Dakwah: Universitas Islam Negeri*.
- Faiz Abdul Rahim. 2017. Domain ilmu pendakwah masyarakat Orang Asli. Disertasi Sarjana Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan UKM. Bangi Selangor.
- Fatin Farzana Dass Meral & Safinah Ismail. 2023. Keberkesanan aktiviti dakwah dalam aplikasi TikTok terhadap akhlak mahasiswa. *UKM Journal Article Repository*. 98-102.
- M Kis, Wahidah Fitriani & Merli Irawati. 2024. Analisis dampak penggunaan aplikasi TikTok pada remaja: a systematic literature review. *Counselia: Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*. 5 (1): 227-238.
- Muhammad Aiman Kamarudin, Muhamad Syakir Mustafa Kamal & Ajmain @ Jimaain Safar. 2019. Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam. Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019. Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia.
- Norazmi Anas, Anwar Ahmad Fauzi, Shahrel Nizar Baharom & S. Salahudin Suyurno. 2023. Interactive da'wah medium during crisis in Malaysia. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*. 159-164.
- Nur Syahiirah Azihan & Khazri Osman. 2022. Cabaran Berdakwah Menerusi Media Sosial dalam Kalangan Pelajar Pengajian Islam di Universiti Kebangsaan. Seminar Dakwah & Wahdah al-Ummah 2022, Interaksi Dakwah di Malaysia Merentas Zaman. Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Pebriawati, T. W. 2023. Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Al-Insan*, 3(2), 48–62.
- Piotti, S. R., & Murphy, A. C. 2019. A Cognitive, Socio-semiotic, Linguistic, and Discursive Approach to Popularisation Strategies in Infographics. *LINGUE E LINGUAGGI*, 29, 291-314.
- Seri Ramizah Matussin & Anis Malik Thoha. 2021. Pendekatan dakwah dalam surah al-Nahl ke atas remaja bermasalah sosial di kompleks rumah kebajikan (KRK) Kampung

- Belimbing Subok, Negara Brunei Darussalam. Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED). 32-40
- Tengku Siti Aisha Tengku Mohd Azzman Shariffadeen & Aini Maznina A. Manaf. 2024. Examining the Antecedents of the Persuasiveness Media Posts by Celebrity uslim Preachers in Malaysia. Journal of Media and Religion Studies (MEDIAD). Special Issues (1): 1-16.
- Wan Muhammad Wan Ibrahim. 2021. Allah Satu-satunya Tuhan Yang Disembah. Pertubuhan IKRAM Malaysia.
- Yaqin Bakharudin. 2020. Hukum Bermain TikTok. Laman Web Rasmi Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan.