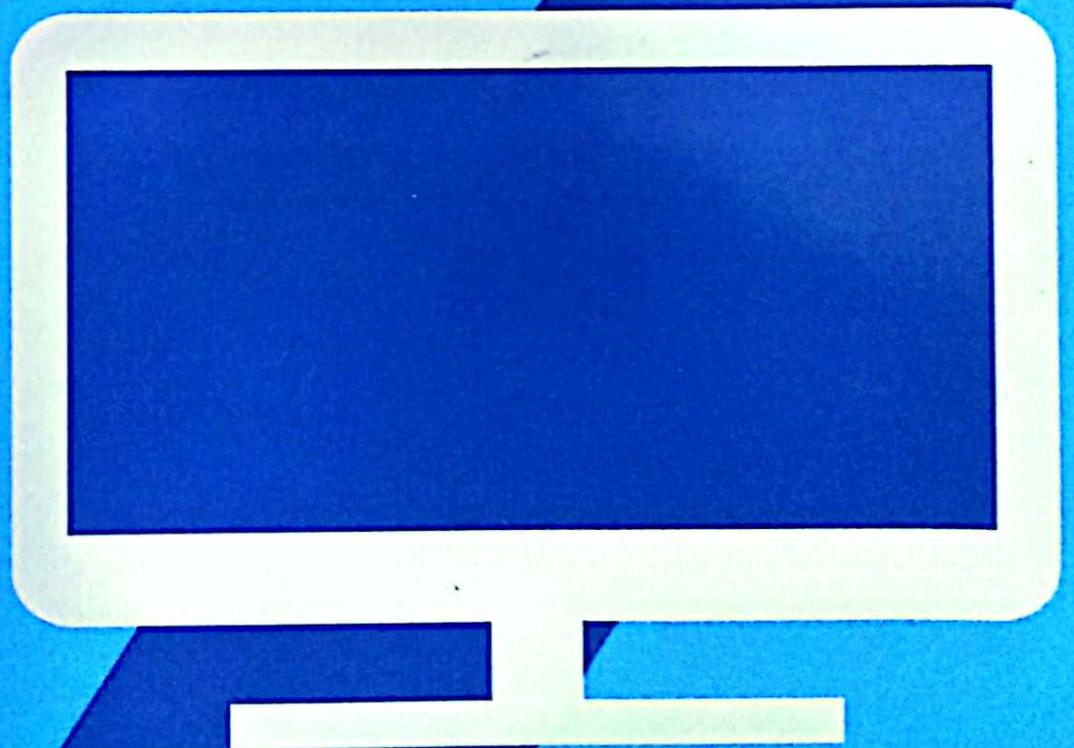


# SYIAR ISLAM DAN TIKTOK

DARAJAT WIBAWA  
PRITA PRIANTINI N.C



**Darajat Wibawa  
Prita Priantini N.C**

**SYIAR ISLAM DAN TIKTOK**

**LEKKAS**

Syar Islam dan Tiktok  
Penulis; Darajat Wibawa  
Prita Priantini NC  
Editor; Kelik NW  
Layout & Desain Cover; Team LEKKAS  
@2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang,  
Diterbitkan pertama kali oleh LEKKAS  
Bandung, November 2022

ISBN: 978-623-6207-581

Sanksi Pelanggaran Pasal 72  
Undang-undang No. 19 tahun 2002  
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000,00 (lima juta rupiah).

Cetakan 1, Januari 2023

Dilarang mengutip, memperbanyak dan menerjemahkan sebagian atau keseluruhan isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit, kecuali kutipan kecil dengan menyebutkan sumbernya yang layak.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Illahi Robby yang telah memberikan hikmah dan hidayahnya sehingga Alhamdulillah pembuatan buku laporan yang berjudul Syiar Islam dan Tik-Tok ini sudah terselesaikan.

Kami ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang sudah membantu dan turut serta baik secara langsung atau tidak langsung dengan penelitian

ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat dan beragam.

Kami menyadari laporan antara ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena ini kritik dan saran yang bersifat membangun demi terwujudnya laporan penelitian yang mendekati kesempurnaan.

Bandung, Oktober 2022

Penyusun

# DAFTAR ISI

Kata Pengantar --	iii
Daftar Isi --	iv
Latar Belakang Penulisan Buku --	1
Syiar Islam --	16
Dakwah Sebagai Kebutuhan Manusia --	22
Metode Dakwah --	31
Media Dakwah --	38
Dakwah Era Digital --	43
Dakwah pada Generasi Milenial --	47
Media Sosial dan Tiktok --	68
Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok --	77
Tokoh Da'i Favorit di Tiktok --	110
Tema Dakwah Favorit di Tiktok --	139
Penutup --	167
Daftar Pustaka --	174
Riwayat Penulis --	178

# LATAR BELEKANG

## PENULISAN BUKU

Pada era globalisasi seperti saat ini, tidak ada satu pihakpun yang terterpa oleh internet termasuk para da'i. Oleh karena itu para da'i perlu mampu menguasai teknologi dan informasi kekinian dan tidak hanya mengandalkan media oral ketika mensyiarkan islam kepada umat. Penggunaan media kekinian tersebut tiada lain agar proses Syiar Islam lebih mudah dan lebih banyak menjangkau sasaran.

Internet merupakan teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini. Media internet yang mampu memfasilitasi lahirnya beragam aplikasi semakin memperteguh untuk meninggalkan media mainstream (surat kabar, radio dan televisi). Aplikasi yang saat ini semakin digandrungi oleh masyarakat di antaraya selain youtube juga aplikasi Tik Tok.

Aplikasi Tik Tok adalah salah satu aplikasi media sosial yang mampu menyediakan layanan bagi semua orang, dari kalangan manapun untuk membuat video pendek dengan durasi 15 detik, 1 menit, bahkan kini sudah disedianya 3 menit lebih. Selain itu, terdapat pula fitur untuk meyertakan musik,filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya dengan harapan video yang disajikannya lebih menarik dan enak di tonton.

Sampai saat ini, aplikasi Tik Tok masih menjadi rajanya aplikasi lain di berbagai belahan dunia, bahkan sejak pertama peluncurannya oleh Zhanng Yimming pada tahun 2016 Tik Tok hingga kini masih diminati masyarakat luas. Konten Tik Tok yang ditampilkan oleh kebanyakan pengguna biasanya berupa gerakan tubuh dengan mengkom

## **SYIAR ISLAM**

Syiar adalah sebuah aktivitas menyiarkan atau mempublikasikan, menyampaikan, memberikan dan sejumlah kata sepadan lainnya. Dengan demikian Syiar Islam tiada lain adalah menyiarkan atau mempublikasikan, memberikan dan menyampaikan pesan-pesan yang dikemas dalam kerangka Islam. Artinya Syiar Islam adalah aktivitas Dakwah.

Menurut A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman (2011) secara doktrinal, keuniversalan Islam sebagai alasan dasar dakwah dapat ditilik dari tiga aspek, yakni teologi, yurisprudensi dan norma etis. Secara teologis doktrin Islam menyangkal konsep Tuhan komunal. Tuhan dalam doktrin Islam adalah Tuhan semesta alam yang menguasai seluruh manusia bahkan jagat raya.

Pemahaman teologis yang tecermin dari deklarasi primordial Islam "...tiada tuhan kecuali Allah..." membawa kepada sebuah pandangan kesatuan kehendak Tuhan terhadap alam semesta. Konsekuensinya, setiap muslim terikat komitmen untuk mewujudkan kehendak Tuhan di alam ini, baik secara retorik (penyampaian), maupun praktis (penerapan).

Secara yurisprudensi, doktrin Islam menegaskan bahwa perintah dan larangan dalam Islam pada tujuannya yang prinsip diciptakan untuk menegakan nilai-nilai kemanusiaan yang bersifat universal. Atas dasar karakter demikian, maka tujuan dan nilai-nilai pokok hukum Islam itu menuntut untuk dikenalkan dan dipahami kepada seluruh manusia. Secara etis, doktrin Islam menegaskan bahwa tujuan dari permasalahan Islam yaitu untuk membimbing sisi transendensi (spiritual).

## DAKWAH SEBAGAI KEBUTUHAN MANUSIA

Manusia di muka bumi ini tidak terlepas dengan hadirnya orang lain, karena manusia memang diciptakan sang pencipta untuk mengenali orang lain sehingga bisa menimbulkan interaksi dan saling membutuhkan. Manusia saling membutuhkan nasehat, peringatan dan perintah sehingga kehidupan di dunia ini lebih bermakna lagi.

Oleh karena itu, tidak ada satu pun manusia ini yang tidak memerlukan dakwah. Bahkan menurut A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman (2011), kebutuhan dakwah boleh dibilang sebagai "investasi berjangka" (*investment expect*) umat manusia. Dakwah diperlukan manusia untuk saat sekarang, demi kelangsungan hidup di masa mendatang. Apabila kebutuhan manusia itu diklasifikasikan ke dalam tiga kebutuhan besar, yakni kebutuhan primer, sekunder dan tersier, maka kebutuhan akan dakwah dapat digolongkan sebagai kebutuhan primer.

Hidup manusia tidak dapat *survive* tanpa eksekusi dakwah yang di dalamnya berisi petunjuk dan wejangan agama Islam untuk umatnya. Kebutuhan manusia pada dakwah berangkat dari tiga pijakan teologis. Pertama, ketundukan dan kepasrahan manusia pada kehendak Tuhan. Kedua, pandangan tentang superioritas manusia terhadap alam. Ketiga, kerapuhan batin atau roh manusia.

*Ketundukan dan kepasrahan* manusia pada kehendak Tuhan, mengantarkan kepada pola pikir dualisme sistem kehidupan, sistem kehidupan yang diperkenankan (*al-hayah al-mardiyyah*) dan sistem yang "dimusuhi" Tuhan (*al-hayah al-maghdûbah*). Sistem hidup yang diperkenankan Tuhan

## METODE DAKWAH

Seluruh penanda Al-Quran tentang jenis-jenis praktik wicara merupakan panduan yang bisa digunakan dalam syiar Islam atau berdakwah. Selain tata cara penyampaian secara lisan, dalam Al-Quran juga dicontohkan berbagai bentuk metode penyajian materi agar ia bisa menyentuh para audiensnya secara efektif.

Beberapa metode tersebut diantaranya : pertama, menyampaikan kisah-kisah dalam Al-Quran yang berkaitan dengan salah satu tujuan materi; kedua, nasihat dan panutan yang diiringidengan keteladanan yang bisa dicontoh; ketiga, pembiasaan memberikan penjelasan terlebih dahulu berdasarkan dasar logis ditindaklanjuti dengan petunjuk menjauhi apa yang nantinya secara tegas dilarang.

Hamid Ibn Nasher ibn Abd ar-Rahman al-‘Ammar dalam Ridwan (2022) menyatakan bahwa metode dakwah yang diperintahkan dalam Al-Quran meliputi, *Pertama*, metode hikmah.

Berdasarkan etimologi, dakwah dengan metode hikmah pada akhirnya bisa diartikan sebagai penyeruan, pengajakan, atau penyiaran ajaran dan nilai-nilai Islam dengan cara yang bijak, filosofis, argumentatif, dilakukan dengan adil, sabar, tabah, selaras dengan tuntunan Al-Quran serta sunah.

Metode hikmah adalah dasar-dasar dakwah yang berkaitan dengan metode penyampaian yang baik, memiliki ilmu dan wawasan yang diperlukan untuk dakwah, bersikap dan bertindak dengan akhlak terpuji serta kemampuan menyentuh perasaan dan meningkatkan kesadaran orang yang didakwah. Kedua, metode nasehat yang baik.

## **MEDIA DAKWAH**

Ajaran Islam tidak membatasi sarana dan media apa yang harus dilakukan atau digunakan dalam berdakwah. Jika pada masa lalu dakwah lebih banyak dilangsungkan dengan menggunakan media lisan, dalam bentuk khutbah, ujaran, pengajaran, ataupun tulisan dalam bentuk buku yang merangkum berbagai pemikiran serta tafsir atas ajaran-ajaran keagamaan, saat ini bentuk media tersebut jauh lebih berkembang dan beragam seiring perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang melahirkan bentuk-bentuk media baru.

Media dakwah (wasilah), yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u (Aziz dalam Febriana, 2021). Dengan banyaknya media, seorang da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih media adalah sebagai berikut (M Pakhri dalam Febriana, 2021); (1) Tidak ada media lain yang terbaik untuk isu umum atau tujuan dakwah. karena masing-masing media memiliki karakteristik yang berbeda (kelebihan, kekurangan, keselarasan), (2) media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah, (3) media yang dipilih sesuai dengan keterampilan sasaran da'wah. (4) Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwah, (5) Pemilihan media harus didasarkan pada evaluasi yang objektif, (6) Keinginan dan ketersediaan media perlu diperhatikan, (7) Keefektifan dan efisiensi harus diperhatikan. Dari hal tersebut dai harus memilih media dakwah yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui sebuah fasilitas yang terkini dan mem

## **DAKWAH DI ERA DIGITAL**

Teknologi baru dan informasi yang mengalir cepat digabungkan dengan urbanisasi dan meningkatnya kesejahteraan telah membawa kepada bentuk-bentuk baru ungkapan keagamaandi Indonesia dan di tempat-tempat lain. Penduduk yang berada di perkotaan sudah ahli dalam memanfaatkan teknologi telah mendapatkan ekspos paling besar dari proses globalisasi melalui kecepatan akses terhadap sumber informasi terkini seperti internet, kemudahan berhubungan dengan berbagai macam individu maupun kelompok yang terhubung secara internasional (Fealey & White, 2012).

Turner dalam Fealey & White (2012) menyatakan bahwa masyarakat mengalami goncangan identitas keagamaan ketika terjadi transformasi sosial dan budaya. Kepastian moral dan asumsi nyaman yang menopang kehidupan generasi sebelumnya, seringkali berasal dari desa, terkikis oleh budaya perkotaan modern. Akibatnya, terjadi kehilangan orientasi dalam urusan agama. Hal ini terutama terlihat di kalangan anggota baru kelas menengah yang terpapar perubahan budaya lebih parah daripada anggota kelas yang lebih mapan.

Ratusan situs dapat ditemukan di Internet, mulai dari situs Salafi puritan hingga halaman web yang liberal secara intelektual. Banyak situs web yang dijalankan oleh kelompok yang lebih konservatif atau kitab suci menawarkan layanan konseling agama secara daring.. Oleh karena itu, khalayak dapat lebih mudah dari rumah mereka memperoleh jawaban cepat untuk pertanyaan masalah keislaman (Fealey & White, 2012).

## **DAKWAH PADA GENERASI MILENIAL**

Generasi milenial tidak dapat disamakan antara satu wilayah dengan wilayah lain, terlebih dengan kondisi sosial ekonomi yang berbeda. Generasi milenial ditandai dengan keakraban mereka pada teknologi komunikasi sehingga kondisi ekonomi seseorang sangat berpengaruh terhadap kemampuan daya beli yang membentuk karakter generasi milenial (Sarhini,2021). Generasi milenial cenderung melibatkan keberadaan teknologi dalam menjalankan aktivitas keseharian.

Tidak mengherankan apabila pola pikir dan pandangan generasi milenial sangat dipengaruhi oleh pesan-pesan yang ia terima melalui perangkat digital yang mereka miliki dan cenderung bersikap reaktif dalam merespon persoalan-persoalan yang terjadi (Sarhini, 2021).

Menurut Sarhini (2021) kegandrungan generasi milenial pada gawai selalu menyertai aktivitasnya, dikemudian hari ternyata berpengaruh penting pada penurunan daya baca generasi milenial. Setiap hari generasi milenial disuguhi oleh beragam pesan, baik berupa tulisan maupun tayangan yang masuk ke akun sosial media mereka, sehingga wawasan dan cara pandang mereka pun banyak dipengaruhi oleh pesan-pesan yang dilihat pada akun sosial media mereka.

Sarhini (2021) juga menyatakan bahwa akses informasi yang terbuka menjadikan generasi milenial dihadapkan pada banyak pilihan dan kebebasan dalam menentukan pilihan. Ragam informasi yang diakses secara intensif melalui internet dapat membentuk sebuah jaringan yang saling berkaitan secara langsung sehingga satu sama lainnya saling terkait membentuk sebuah sistem yang utuh dan berkesinamungan

Dengan demikian internet tidaklah berdiri sendiri melainkan memerlukan unsur lainnya sehingga kembali membentuk sistem.

## **MEDSOS DAN TIK TOK**

Media sosial saat ini berkembang begitu pesat, karena tidak ada seorang manusia pun yang tidak memerlukan media sosial.

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Seiring semakin terjangkaunya harga komputer dan gawai, penetrasi sosial semakin menguat. Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan mengubah keseluruhan spektrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik (Junaedi, 2019).

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2017), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial dapat dilihat sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial virtual.

Berdasarkan lembaga We Are Social, data hasil riset perilaku internet memaparkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial (Nasrullah, 2017). Pengamatan liputan Kompas dalam Febriana (2021) menyatakan bahwa dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta (sekitar 61,8 %) dari total populasi pada Januari 2021 dan In

## **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI APLIKASI TIK TOK**

Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tik Tok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.

Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakinginan suatu objek. Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi (2009:101) perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif.

Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tik Tok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tik Tok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tik Tok.

Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tik Tok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tik Tok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi. Dalam aplikasi Tik Tok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya.

## TOKOH DA'I FAVORIT DI TIK TOK

Semua orang bisa menjadi tokoh. Namun tidak semua orang bisa memanfaatkan ketokohnya tersebut untuk kepentingan dan kemaslahatan semua orang. Itu artinya ketokohan tersebut bergantung pada orang bersangkutan.

Jika ketokohnya dimanfaatkan untuk kepentingan orang banyak sudah pasti ia tidak akan mementingkan diri sendiri, ia tidak akan merasa menang sendiri, dan tidak akan merasa serba tahu dibandingkan dengan orang lain.

Kebermafaatan dari ketokohan seseorang sepertinya berbanding lurus dengan aspek sikap dan perilaku seseorang, apalagi seseorang tersebut menjadi panutan banyak orang sehingga tidakan dan sikapnya tidak luput dari pandangan mata berjuta-juta orang. Lalu apa dan siapa tokoh itu?

Definisi tokoh sangatlah beragam sehingga memiliki sudut pandangan yang yang berlainan dalam mendefinikan kata tokoh tersebut. Tokoh juga bisa dikategorikan sebagai salah satu unsur intrinsik dalam sebuah karya sastra. Karya sastra merupakan hasil sastra yang berupa prosa, puisi, maupun lakon.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, tokoh adalah pemegang peran (peran utama) dalam roman atau drama. Tokoh dalam sebuah cerita kebanyakan manusia atau makhluk lain yang mempunyai sifat seperti manusia. Tokoh juga diartikan sebagai pelaku rekaan dalam sebuah cerita yang memiliki sifat manusia pada umumnya. Tokoh bisa dibedakan menjadi dua bidang yang cukup luas, yaitu berdasarkan peran dan watak.

## **TEMA DAKWAH FAVORIT DI TIKTOK**

Tema sebagai salah satu unsur intrinsik tentu saja memegang peranan terpenting dalam sebuah karya baik sastra, diksi maupun yang bersifat faktua; karena tema mengandung ide atau gagasan yang menjadi pondasi sebuah cerita.

Pada dasarnya mencari arti sebuah cerita adalah mencari tema yang terkandung dalam cerita tersebut. Tema tiada lain adalah sebuah pesan yang akan disampaikan kepada audien. Oleh karena itu kedudukan pesan yang memiliki tema menarik akan disukai oleh banyak orang.

Batasan pesan terletak pada maddah (materi dakwah) itu sendiri. Materi dakwah diklasifikasikan dengan tiga masalah pokok yang juga merupakan deretan tema-tema dakwah yaitu masalah akidah, masalah Syari'ah, dan masalah akhlak. Adapun jenis-jenis pesan dakwah secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits, tetapi ada juga tambahan atau penunjang selain dari Al-Qur'an dan Al-Hadits yaitu (a) pendapat para sahabat, (b) pendapat para ulama, (c) hasil penelitian ilmiah, (d) kisah dan pengalaman teladan, (e) berita dan peristiwa, (f) karya sastra, dan (g) karya seni. Maddah (materi dakwah) adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang megundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits. Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran.

## **PENUTUP**

Kemunculan media sosial memberikan arah baru terhadap pendefinisian ulang hubungan khalayak-media. Karakter media sosial yang interaktif, terbuka dalam mengkreasikan konten, sampai pada jaringan yang luas memberikan semacam penegasan bahwa hubungan tersebut bagaikan dua sisi mata uang. Pada satu sisi, media secara institusi menyediakan perangkat dan aplikasi-aplikasi yang bisa diatur di internet. Sedangkan di sisi lain, khalayak yang sepenuhnya menciptakan konten serta memanfaatkan perangkat media sesuai dengan kebutuhannya sendiri.

Tindakan komunikasi melalui media sosial secara intensif dapat dilakukan di antara penggunanya. Di samping tindakan komunikasi yang berlangsung secara intensif, pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Penggunaan media sosial dapat memudahkan semua hal yang tadinya dianggap tabu untuk dilakukan. Banjir informasi terjadi dengan diperantarai media sosial. Terlalu banyak informasi yang menerpa manusia setiap hari.

Kemunculan media baru menimbulkan perspektif baru bagi pengguna media. Ada ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama berdasarkan perspektif pengguna, yaitu: pertama, interaktivitas yang ditandai dengan rasio respons terhadap inisiatif dari pengguna terhadap ‘tawaran’ dari sumber. Kedua, kehadiran sosial yang dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain bisa diciptakan melalui penggunaan sebuah medium.

Ketiga, adanya kekayaan media yang berarti media baru mampu menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

## DAFTAR PUSTAKA (174-177)

- Aji, W. N. (2018). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia, 431-440.
- Amelia, R. (2021). *Pesan Dakwah Husain Basuaiban Dalam Konten Tiktok*. Jambi: Universias Islam Negeri Islam Negeri Suklhan Thaha Saefuddin.
- Aripudin, A. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dewi, M. K., & Aisa, A. (2021). *Z Generations Perspective: Analysis of Islamic Learning through Tiktok Social Media*. Scholar: Social and Literature Study in Education, 22 -25.
- Fealey, G., & White, S. (2012). *Ustadz Seleb : Bisnis Moral dan Fatwa Online* . Depok: Komunitas Bambu.
- Febriana, A. (2021). *Pemanfaatn Tiktok Sebagai Media Dakwah*. Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, 180-194.

## TENTANG PENULIS



Dr. Darajat Wibawa, M.Si adalah seorang dosen ilmu komunikasi, khususnya bidang ilmu jurnalistik dan humas. Ia pernah merasakan dunia kewartawanan dengan menjadi wartawan media cetak di Bandung, dewan redaksi di portal berita daring, penyiaran radio dan presenter di televisi. Dunia praktik kehumasan pun pernah dijalaninya dengan menjadi konsultan komunikasi yang menitikberatkan pada tugas kehumasan, baik di lembaga pemerintah maupun swasta.

Selain sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, ia juga mengejar ilmu komunikasi (Jurnalistik dan humas) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan mengajar pada program pascasarjana di Bandung serta Jakarta di Bidang Ilmu Komunikasi. Ia juga melakukan penelitian dan menulis jurnal internasional.

Lulusan Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung ini masih aktif menulis artikel di berbagai media massa dan menjadi konsultan komunikasi, khusus di bidang jurnalistik dan humas.