



Studi Kasus Konten Shalawat sebagai Media Dakwah pada Akun Tiktok @Alfinanindiyani

Selvia Hanna Sajiddah

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 07/10/2024

Revised : 20/12/2024

Published : 30/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 2

Halaman : 95-98

Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi Sinta [Peringkat 5](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 177/E/KPT/2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pesan shalawat yang disampaikan melalui konten pada akun TikTok @AlfinaNindiyani berfungsi sebagai media dakwah. Dalam era digital, platform media sosial seperti TikTok telah menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan, termasuk shalawat, yang memiliki peran penting dalam membentuk identitas Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten shalawat yang diunggah, serta wawancara dengan pengelola akun dan para pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa shalawat yang disampaikan melalui akun TikTok @AlfinaNindiyani tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ibadah, tetapi juga sebagai media dakwah yang efektif. Pesan-pesan dalam shalawat mampu menarik perhatian dan memengaruhi pengikut akun, khususnya generasi muda, dalam memahami dan menghayati nilai-nilai Islam. Faktor pendukung dakwah melalui konten ini meliputi popularitas TikTok, kualitas penyampaian yang menarik, serta keterlibatan aktif pengikut akun. Sementara itu, faktor penghambatnya mencakup keterbatasan durasi video dan tantangan dalam menyampaikan pesan agama secara mendalam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten shalawat di akun TikTok @AlfinaNindiyani dapat menjadi model dakwah yang relevan di era digital, efektif menyebarkan pesan keislaman kepada pengguna media sosial.

Kata Kunci : Shalawat; Dakwah; Media Sosial TikTok.

ABSTRACT

This study aims to analyze how the messages of shalawat conveyed through the content on the TikTok account @AlfinaNindiyani function as a medium for Islamic preaching (dakwah). In the digital era, social media platforms like TikTok have become effective tools for spreading religious values, including shalawat, which plays a significant role in shaping Islamic identity. Using a qualitative approach with a case study method, this research collected data through direct observation of the shalawat content uploaded, as well as interviews with the account manager and followers. The findings reveal that shalawat shared on the TikTok account @AlfinaNindiyani serves not only as an act of worship but also as an effective medium for dakwah. The messages within the shalawat content captivate and influence followers, especially the younger generation, in understanding and internalizing Islamic values. Supporting factors include TikTok's popularity, captivating vocal delivery, and active follower engagement. Challenges include limited video duration and difficulty in delivering in-depth religious messages. This study concludes that shalawat content on @AlfinaNindiyani offers a relevant model for digital-era dakwah, effectively disseminating Islamic messages to social media users.

Keywords : Shalawat; Da'wah; Social Media Tiktok.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi. Media sosial, sebagai salah satu produk dari perkembangan teknologi, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang sedang populer, menawarkan kemudahan bagi penggunanya untuk berbagi konten dalam bentuk video singkat yang menarik. Fenomena ini juga dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, termasuk para dai dan pegiat dakwah, untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Salah satu bentuk penyampaian dakwah yang kini marak ditemukan di TikTok adalah melalui lantunan shalawat. Shalawat, sebagai bentuk pujian kepada Nabi Muhammad SAW, memiliki kedudukan istimewa dalam tradisi Islam. Selain berfungsi sebagai ibadah, shalawat juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan dan menyebarkan nilai-nilai Islam. Dalam konteks media sosial, shalawat tidak hanya disampaikan dalam bentuk teks atau audio, tetapi juga melalui video yang dikemas secara kreatif agar lebih menarik bagi pengguna.

Akun TikTok @AlfinaNindiyani merupakan salah satu contoh bagaimana shalawat dapat digunakan sebagai media dakwah yang efektif. Pemilik akun ini, Alfina Nindiyani, berhasil memanfaatkan popularitas TikTok untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman melalui lantunan shalawat yang merdu dan penuh makna. Konten yang diunggah pada akun ini tidak hanya menampilkan shalawat secara tradisional, tetapi juga mengintegrasikan unsur-unsur modern yang sesuai dengan selera generasi milenial.

Dalam artikel ini, akan dibahas bagaimana pesan shalawat yang disampaikan melalui akun TikTok @AlfinaNindiyani dapat berfungsi sebagai media dakwah yang relevan di era digital. Penelitian ini juga akan mengupas berbagai faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas dakwah melalui konten shalawat di media sosial, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi dalam membangun identitas Islam di kalangan pengguna TikTok.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis konten dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendalami makna dan pesan yang terkandung dalam konten shalawat yang disampaikan melalui akun TikTok @AlfinaNindiyani. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah dua konten shalawat pada akun TikTok tersebut, yang dipilih berdasarkan popularitas dan relevansinya dengan tujuan dakwah.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dengan pemilik akun, Alfina Nindiyani, untuk mendapatkan perspektif mengenai tujuan, proses pembuatan, serta respons dari audiens terhadap konten shalawat yang dipublikasikan. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan beberapa pengikut akun yang aktif memberikan komentar dan umpan balik terhadap konten tersebut. Data tambahan diperoleh dari observasi langsung terhadap konten yang diunggah, termasuk analisis terhadap elemen visual, verbal, dan audio dalam video shalawat.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana peneliti mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari konten dan wawancara. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana pesan shalawat diinterpretasikan oleh audiens, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas dakwah melalui media sosial TikTok. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan analisis konten. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran konten shalawat pada akun TikTok @AlfinaNindiyani sebagai media dakwah yang efektif di era digital.

C. Hasil dan Pembahasan

Mengenai Shalawat Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Pada Akun Tiktok @alfinanindiyani). Dijelaskan bahwa, Akun TikTok @AlfinaNindiyani dikelola oleh Alfina Nindiyani, seorang Shalawat singer yang memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan konten keagamaan. Dengan pengikut yang cukup banyak, akun ini menampilkan berbagai shalawat yang dibawakan dengan penghayatan mendalam dan suara yang merdu, menarik perhatian audiens yang luas.



Gambar 1. Konten Shalawat Alfina

Shalawat "Wahdana" merupakan salah satu shalawat yang memiliki makna mendalam tentang keesaan Allah (Tauhid). Liriknyanya yang kuat dan penuh penghayatan disampaikan dengan nada yang khidmat, menekankan pentingnya pengakuan terhadap keesaan Tuhan dalam kehidupan sehari-hari. Visual dalam video ini sederhana namun fokus, dengan latar belakang yang netral, memungkinkan audiens untuk benar-benar menyimak lantunan shalawat tanpa distraksi. Penggunaan ekspresi wajah yang tenang dan penuh penghayatan dari Alfina semakin memperkuat kesan religius dari konten ini. Interaksi dengan Pengikut: Video ini mendapat respon yang positif dari audiens, yang mengekspresikan perasaan damai dan kekuatan spiritual setelah mendengarkannya. Banyak yang menyatakan bahwa shalawat ini membawa mereka lebih dekat kepada Allah dan memperdalam pemahaman mereka tentang tauhid.

Shalawat "Ya Maulana Ya Allah" merupakan shalawat yang memohon pertolongan dan rahmat dari Allah. Liriknyanya yang penuh dengan pengharapan dan doa diiringi dengan nada yang lembut namun penuh semangat, mencerminkan sikap seorang hamba yang berharap pada belas kasih Tuhan. Dalam video ini, visual yang digunakan lebih dinamis dengan beberapa perubahan sudut kamera, namun tetap menjaga fokus pada penyampaian lirik yang kuat. Warna-warna hangat digunakan untuk menciptakan suasana yang mengundang perasaan tenang dan aman. Audiens menunjukkan respon emosional yang kuat terhadap shalawat ini, dengan banyak yang merasa tergerak untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah. Komentar menunjukkan bahwa konten ini membantu mereka dalam berdoa dan merasakan kehadiran Tuhan dalam hidup mereka.

Melalui wawancara dan analisis komentar, ditemukan bahwa kedua shalawat ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan spiritualitas audiens. "Wahdana" lebih fokus pada penguatan tauhid, sedangkan "Ya Maulana Ya Allah" memberikan penghiburan dan harapan dalam menghadapi kesulitan hidup. Kedua konten ini secara efektif membangun kedekatan emosional dan spiritual antara audiens dan ajaran Islam.

Konten shalawat seperti "Wahdana" dan "Ya Maulana Ya Allah" di akun @AlfinaNindiyani menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif. Melalui penggunaan bahasa yang sederhana dan visual yang menarik, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan dengan cara yang menyentuh hati audiens. Shalawat yang dibawakan tidak hanya menjadi bentuk ibadah, tetapi juga alat untuk membangkitkan kesadaran spiritual di kalangan pengguna TikTok, khususnya generasi muda.

Keberhasilan konten ini terlihat dari tingginya tingkat keterlibatan (engagement) pengikut, yang mencerminkan bahwa shalawat dapat berfungsi sebagai sarana dakwah yang efektif dalam memperkuat keimanan dan identitas keislaman.

TikTok sebagai platform sosial yang populer di kalangan anak muda menyediakan peluang besar untuk dakwah. Kemampuan untuk menyajikan konten dalam format video pendek yang menarik, serta fitur interaktif

seperti komentar dan like, memungkinkan penyampaian pesan dakwah yang dinamis dan mudah diterima. Kreativitas Alfina dalam menyajikan shalawat dengan pendekatan yang relevan juga menjadi faktor kunci keberhasilan dakwah melalui platform ini.

Tantangan utama adalah keterbatasan durasi video yang memaksa pesan dakwah disampaikan secara singkat dan padat. Selain itu, keberagaman audiens di TikTok juga menuntut penyesuaian dalam penyampaian konten, agar tidak hanya menarik bagi umat Islam, tetapi juga menghormati keberagaman di platform tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah yang efektif, terutama dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui konten yang menarik dan relevan bagi audiens muda. Konten seperti "Wahdana" dan "Ya Maulana Ya Allah" membuktikan bahwa dakwah digital dapat memperkuat identitas keislaman dan membangun kedekatan spiritual dengan cara yang sesuai dengan budaya digital masa kini.

D. Kesimpulan

Konten shalawat "Wahdana" dan "Ya Maulana Ya Allah" yang disajikan oleh Alfina Nindiyani di akun TikTok-nya berhasil menjadi media dakwah yang efektif. Melalui pendekatan yang relevan dan penggunaan media sosial yang interaktif, shalawat dapat menjangkau dan mempengaruhi audiens yang luas, khususnya generasi muda. Respon audiens terhadap konten "Wahdana" dan "Ya Maulana Ya Allah" menunjukkan bahwa shalawat yang disajikan dalam format digital mampu membangkitkan rasa spiritualitas dan kedekatan dengan Tuhan. Banyak pengikut yang merasa terinspirasi dan lebih tenang setelah mendengarkan shalawat ini, menandakan bahwa konten dakwah di TikTok dapat memberikan dampak positif yang signifikan. TikTok sebagai platform media sosial menawarkan peluang besar untuk menyebarkan dakwah kepada audiens yang luas dan beragam. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan durasi video dan keberagaman audiens, yang mengharuskan konten dakwah disampaikan secara singkat, padat, dan inklusif. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, media sosial seperti TikTok dapat menjadi alat dakwah yang kuat dan relevan. Dakwah digital memiliki potensi besar untuk memperkuat identitas Islam di era modern, namun perlu diimbangi dengan kesadaran akan tanggung jawab dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang benar dan bermanfaat bagi umat.

Daftar Pustaka

- Alfianika, N. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Deepublish.
- Azra, A. (2006). *Islam Substantif: Agar Umat Tidak Terjebak Formalisme*. Mizan.
- Bahri, F. (2008). *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*. Amzah.
- Dimasti Dano, & H.R. Gustaman. (2023). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian*. P4I.
- E. St. Harahap, & et.al. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Ishaq, R. El. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah; Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Madani.
- Kartikasari, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Remaja. *Jurnal Dakwah*, 12(2).
- Muhammad Marsal. (2024). Peran Media WhatsApp Group Masjid Al-Ukhuwah dalam Penyebaran Dakwah Islam untuk Masyarakat Ciganitri. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 59–66. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3929>
- Murdiyatomoko, J. (2007). *Sosiologi Memahami dan Mengkaji Masyarakat*. Grafindo Media Pratama.
- Nasrullah, R. (2017). *Komunikasi Antar Budaya di Era Digital*. Prenada Media.
- Sarwono, S. W. (2003). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, A. (2020). *Shalawat dan Tradisi Islam di Indonesia*. LKiS.
- Soleman B Taneko. (1986). *Struktur dan Proses Sosial, Suatu Pengantar Sosiologi Pembangunan*. Raja Grafindo Persada.
- Suhardono, E. (2018). *Teori Peran; Konsep, Derivasi dan Implikasinya*. PT. Gramedia Pustaka Utama.