

ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN DALAM PENGEMBANGAN KONTEN DAKWAH PADA PLATFORM DIGITAL TIKTOK

Rizki Akmalia¹, Ummu Zainab Napitupulu², May Hasanah³, Sri Widya Ningsih⁴,
Amanda Syah Fitri⁵, Sabila Husna Lubis⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

rizki.akmalia@gmail.com¹, ummuz187@gmail.com², hmay8787@gmail.com³,
sriwidyaningsih4831@gmail.com⁴, amandasyahfitri370@gmail.com⁵,
husnasabila340@gmail.com⁶

ABSTRACT; *This study aims to explore and analyze effective management strategies in developing Islamic preaching content on the digital platform TikTok. Using a literature review approach, the research identifies several successful management strategies in this context. The findings highlight the importance of targeting the right audience, creating engaging and relevant content, maintaining posting consistency, collaborating with other users, utilizing TikTok's creative features, and analyzing content performance data. The implications of this research underscore the necessity of implementing appropriate management strategies to enhance the quality and reach of Islamic preaching content on the TikTok digital platform, thereby strengthening the propagation of Islamic teachings in an increasingly digital society.*

Keywords: *Preaching, Content, TikTok.*

ABSTRAK; Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan mengevaluasi strategi manajemen yang efektif dalam mengembangkan konten dakwah di TikTok, sebuah platform digital yang semakin populer. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi manajemen yang telah terbukti berhasil dalam konteks ini. Temuan penelitian menyoroti pentingnya memilih audiens yang sesuai, menciptakan konten yang menarik dan relevan, konsistensi dalam memposting, berkolaborasi dengan pengguna lain, memanfaatkan fitur-fitur kreatif TikTok, dan menganalisis kinerja konten. Implikasi dari penelitian ini adalah urgensi menerapkan strategi manajemen yang tepat guna meningkatkan kualitas dan jangkauan konten dakwah di TikTok, serta memperkuat dakwah di era digital.

Kata Kunci: Konten, Dakwah, TikTok

PENDAHULUAN

Lanskap digital telah mengubah cara informasi disebarkan dan dikonsumsi, dengan platform media sosial memainkan peran penting dalam membentuk wacana publik dan

menyebarkan pesan kepada beragam audiens. Di antara platform-platform ini, TikTok muncul sebagai medium yang powerful untuk pembuatan dan berbagi konten, menarik jutaan pengguna di seluruh dunia dengan format video pendeknya dan fitur-fitur interaktifnya. Dalam ranah komunikasi keagamaan, TikTok menawarkan peluang unik untuk penyebaran konten dakwah Islam. Dengan jangkauan yang luas dan basis pengguna yang beragam, TikTok memberikan platform bagi para ulama, pendidik, dan penggemar untuk berinteraksi dengan audiens secara inovatif, melampaui batas geografis dan budaya.

Namun, pengembangan dan penyebaran konten dakwah yang efektif di TikTok memerlukan lebih dari sekadar kreativitas dan antusiasme. Ini membutuhkan pendekatan strategis terhadap manajemen konten, mencakup berbagai elemen seperti penargetan audiens, pembuatan konten, frekuensi posting, strategi kolaborasi, pemanfaatan fitur platform, dan analisis performa. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis pendekatan manajemen strategis yang digunakan dalam pengembangan konten dakwah di TikTok. Dengan mengkaji literatur dan studi kasus yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi manajemen kunci yang telah terbukti efektif dalam memaksimalkan dampak dan jangkauan konten dakwah Islam di platform ini.

Memahami strategi-strategi ini penting tidak hanya bagi para pencipta konten Islam yang ingin meningkatkan upaya pengabdian mereka, tetapi juga bagi para ulama dan praktisi yang tertarik memanfaatkan platform digital untuk komunikasi keagamaan dan keterlibatan komunitas. Dengan menerangi praktik manajemen yang berhasil, studi ini berkontribusi pada wacana yang sedang berlangsung tentang pertemuan teknologi, agama, dan media dalam era digital kontemporer. Melalui analisis mendalam terhadap strategi manajemen yang digunakan dalam pengembangan konten dakwah di TikTok, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan berharga dan rekomendasi praktis bagi individu dan organisasi yang ingin memanfaatkan potensi platform digital untuk pengabdian dan pendidikan keagamaan. Dengan menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, studi ini bertujuan untuk memfasilitasi upaya dakwah yang lebih efektif dan berdampak dalam ranah digital, yang pada akhirnya berkontribusi pada kemajuan diskursus Islam dan pembangunan komunitas di era modern.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode kualitatif menjadi landasan yang kuat untuk menjelajahi dan menganalisis strategi manajemen dalam pengembangan konten dakwah di platform digital

TikTok. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan praktik pembuat konten dakwah secara langsung. Penelitian akan menggunakan pendekatan studi kasus, dengan memilih beberapa pembuat konten dakwah yang aktif dan berpengaruh di TikTok sebanyak 20 orang. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pembuat konten tersebut, yang akan memberikan wawasan langsung tentang strategi manajemen yang mereka aplikasikan dalam mengembangkan konten dakwah. Selain itu, pengamatan yang partisipatif akan dilakukan untuk memahami secara lebih baik proses pembuatan konten, interaksi dengan audiens, dan respons terhadap feedback. Data yang terkumpul akan dianalisis secara induktif, dengan mengidentifikasi pola-pola tematik dan konsep-konsep yang muncul dari wawancara dan observasi. Analisis kualitatif ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi manajemen yang efektif dalam pengembangan konten dakwah di TikTok, serta menghasilkan wawasan yang berharga bagi praktisi dakwah dan akademisi yang tertarik dalam bidang ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Teori

1. Strategi Manajemen

Menurut Thomas Wheelen and Co, manajemen strategi adalah serangkaian keputusan manajerial dan berbagai kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan untuk jangka panjang. Kegiatan tersebut termasuk perumusan/perencanaan. Manajemen strategi adalah proses dan rangkaian aktivitas pengambilan keputusan yang sifatnya mendasar dan menyeluruh, disertai dengan penetapan cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh pimpinan organisasi dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam organisasi tersebut untuk mencapai tujuan.

2. Konten Dakwah

Konten dakwah adalah isi atau ide kreatif yang dituangkan dalam bentuk video dakwah singkat yang bertujuan untuk berdakwah supaya remaja sekarang menuju suatu kebaikan.

3. TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video

pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. TikTok memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya.

Analisis Strategi Manajemen dalam Pengembangan Konten Dakwah pada Platform Digital Tiktok

Pengembangan konten dakwah di platform digital TikTok melibatkan berbagai strategi manajemen yang kompleks dan beragam. Dalam pembahasan ini, kami akan menganalisis secara lebih rinci temuan utama dari penelitian ini dan membahas implikasinya dalam konteks dakwah di era digital.

1. Pemilihan Target Audiens yang Tepat

Pemilihan target audiens yang tepat menjadi faktor pendukung dan kunci dalam kesuksesan pengembangan konten dakwah di TikTok. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pembuat konten yang efektif cenderung mempunyai pemahaman yang mendalam tentang profil dan preferensi audiens mereka. Mereka secara aktif mempelajari tren yang ada dan perilaku pengguna TikTok untuk menyesuaikan pesan-pesan dakwah mereka agar relevan dan menarik bagi audiens yang dituju. Implikasinya, pembuat konten dakwah melakukan analisis pasar yang mendalam dan terus memperhatikan respons audiens agar dapat memastikan konten mereka tetap relevan dan memiliki dampak yang signifikan.

Pemilihan target audiens yang tepat penting dalam kesuksesan pengembangan konten dakwah di platform TikTok. Pembuat konten harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang profil dan preferensi audiens mereka. Penting untuk mempelajari tren dan perilaku pengguna TikTok untuk menyesuaikan pesan-pesan dakwah agar relevan dan menarik bagi audiens yang dituju. Implikasi dari penelitian tersebut menekankan perlunya pembuat konten dakwah melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami siapa target audiens mereka, apa yang disukai, dan bagaimana cara terbaik untuk menyampaikan pesan dakwah yang menarik bagi audiens tersebut. Selain itu, penting bagi pembuat konten untuk terus memantau respons audiens terhadap konten yang dibagikan guna memastikan konten tetap relevan dan berdampak signifikan.

Misalnya, konten yang ditujukan untuk remaja harus menggunakan bahasa yang santai dan format yang dinamis, sementara konten untuk audiens dewasa mungkin lebih serius dan

mendalam. Selain itu, pemilihan waktu publikasi juga disesuaikan dengan kebiasaan audiens dalam menggunakan TikTok, sehingga konten dapat mencapai lebih banyak penonton pada waktu yang optimal. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti pentingnya pemilihan target audiens yang tepat, pemahaman mendalam tentang preferensi audiens, serta keterlibatan aktif dalam memantau respons audiens sebagai langkah kunci dalam pengembangan konten dakwah yang sukses di platform TikTok. Hal ini memberikan dasar yang kuat bagi pembuat konten untuk merancang konten yang efektif dan relevan bagi audiens yang dituju.

2. Penggunaan Konten yang Menarik dan Relevan

Konten yang menarik dan relevan merupakan kunci untuk memikat perhatian pengguna TikTok. Dalam penelitian ini, temuan menunjukkan bahwa konten yang kreatif, edukatif, dan menghibur memiliki potensi untuk lebih berhasil dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. Pembuat konten dakwah yang sukses mampu mengemas pesan-pesan keagamaan dalam format yang menarik dan sesuai dengan minat serta tren saat ini di TikTok.

Implikasinya, pembuat konten dakwah perlu terus mengembangkan kreativitas mereka dalam merancang konten yang menarik perhatian dan memberikan nilai tambah bagi audiens TikTok. Konten kreatif tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan pengalaman yang berharga bagi pengguna. Konten edukatif memberikan informasi yang berharga, sementara konten yang menghibur dapat membuat audiens terlibat dan berinteraksi dengan konten tersebut.

Misalnya, membahas topik-topik terkini seperti kesehatan mental, etika digital, dan isu sosial dalam perspektif Islam dapat membuat konten lebih bermanfaat dan relatable bagi audiens. Pembuat konten juga perlu mengemas pesan-pesan dakwah dengan cara yang menghibur, seperti menggunakan humor, cerita inspiratif, atau tantangan (challenges) yang sedang tren di TikTok. Dengan fokus pada konten yang kreatif, edukatif, dan menghibur, pembuat konten dakwah dapat meningkatkan interaksi dengan audiens dan mencapai kesuksesan dalam menjangkau pemirsa yang lebih luas di platform TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan konten yang menarik dan relevan merupakan langkah penting dalam membangun hubungan yang kuat antara pembuat konten dan audiensnya di lingkungan digital TikTok.

3. Konsistensi dalam Posting

Konsistensi dalam posting konten merupakan faktor penting dalam membangun basis pengikut yang loyal dan meningkatkan visibilitas konten dakwah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembuat konten yang berhasil cenderung mempertahankan jadwal posting yang konsisten, sehingga membangun ekspektasi di antara pengikut mereka dan menjaga keterlibatan yang tinggi. Implikasinya, konsistensi posting menjadi hal yang harus diutamakan bagi pembuat konten dakwah untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens mereka dan memperluas dampak konten mereka di TikTok. Konsistensi dalam posting membantu menciptakan kepercayaan, membangun loyalitas pengikut, dan meningkatkan visibilitas konten dakwah di tengah persaingan yang ketat di media sosial.

Misalnya beberapa kali dalam seminggu, untuk menjaga ekspektasi dan keterlibatan audiens. Konsistensi juga mencakup kualitas konten, di mana setiap postingan harus memberikan nilai tambah dan tidak sekadar mengulang-ulang pesan yang sama. Dengan konsistensi, algoritma TikTok cenderung lebih sering menampilkan konten tersebut kepada pengguna, meningkatkan kemungkinan penonton baru menemukan dan mengikuti akun dakwah tersebut. Dengan fokus pada konsistensi dalam posting konten, pembuat konten dakwah memiliki kesempatan untuk memperkuat kehadiran mereka di TikTok, membangun basis pengikut yang loyal, dan meningkatkan dampak konten dakwah yang mereka bagikan. Konsistensi posting merupakan strategi efektif dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens dan meraih kesuksesan dalam platform media sosial seperti TikTok.

4. Kolaborasi dengan Pengguna Lain

Kolaborasi dengan pengguna lain di TikTok, terutama dengan influencer atau komunitas yang memiliki pengikut besar, dapat secara signifikan memperluas jangkauan dan dampak konten dakwah. Kolaborasi semacam ini tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga memberikan validasi sosial yang penting bagi konten dakwah. Influencer yang dihormati dan memiliki pengikut setia dapat membantu menyebarkan pesan dakwah kepada audiens yang mungkin belum terjangkau sebelumnya. Selain meningkatkan visibilitas dan kredibilitas, kolaborasi dengan influencer dapat mencakup berbagai bentuk seperti video duet, tantangan bersama, atau diskusi live tentang topik-topik keagamaan. Video duet memungkinkan dua pengguna muncul dalam satu layar video untuk mendiskusikan topik tertentu atau menunjukkan dukungan bersama, sementara tantangan bersama dapat mengundang partisipasi

luas dari banyak pengguna TikTok, membantu menyebarkan pesan dakwah lebih jauh. Diskusi live memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan klarifikasi secara real-time.

Selain kolaborasi dengan influencer, bekerja sama dengan komunitas yang memiliki tujuan serupa, seperti organisasi pemuda Islam atau lembaga pendidikan, juga sangat efektif. Kolaborasi ini bisa berupa kegiatan bersama seperti seminar online, kampanye sosial, atau program edukasi yang disampaikan melalui konten TikTok. Manfaat dari kolaborasi ini meliputi penguatan jaringan, diversifikasi audiens, dan pertukaran pengetahuan serta pengalaman yang dapat meningkatkan kualitas konten dakwah. Namun, penting untuk memastikan bahwa mitra kolaborasi memiliki nilai dan pesan yang sejalan dengan tujuan dakwah, serta mengelola ekspektasi kedua belah pihak untuk menghindari kesalahpahaman. Meskipun kolaborasi dapat menarik kritik, pembuat konten dakwah harus siap menerima kritik konstruktif dan belajar dari umpan balik yang diberikan.

Studi kasus menunjukkan bagaimana kolaborasi yang efektif dapat meningkatkan jangkauan dan dampak konten dakwah. Misalnya, kolaborasi dengan influencer Muslim terkenal yang memiliki pengikut besar di TikTok dapat menghasilkan video yang viral dan membantu mempromosikan konten dakwah kepada pengikut mereka. Selain itu, kolaborasi dengan organisasi amal atau sosial untuk kampanye donasi atau kegiatan amal dapat menarik partisipasi luas dari pengguna TikTok, meningkatkan kesadaran akan pesan dakwah, dan mendorong tindakan positif di dunia nyata. Dengan menerapkan strategi kolaborasi yang efektif, pembuat konten dakwah di TikTok dapat memperluas jangkauan dan dampak pesan-pesan keagamaan mereka, memperkuat hubungan dengan audiens yang lebih luas, dan memberikan kontribusi nyata dalam menyebarkan pesan dakwah di era digital.

5. Pemanfaatan Fitur-Fitur Kreatif TikTok

Pemanfaatan fitur-fitur kreatif TikTok menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam pengembangan konten dakwah yang menarik dan menghibur. Pembuat konten dakwah yang sukses mampu memanfaatkan fitur-fitur seperti efek khusus, filter, dan musik dengan cara yang inovatif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik dan menghibur. Implikasinya, pembuat konten dakwah perlu terus eksplorasi dan menguasai fitur-fitur baru yang diperkenalkan oleh TikTok untuk menciptakan konten yang lebih kreatif dan menarik.

Pengembangan konten dakwah di TikTok tidak hanya penting bagi para praktisi dakwah, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas dalam konteks komunikasi agama dan budaya di era digital. Dengan memahami strategi-strategi manajemen yang efektif dalam pengembangan konten dakwah di TikTok, kita dapat lebih memahami potensi dan tantangan dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan di tengah masyarakat yang semakin terhubung secara digital. Implikasi penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan kebijakan dan strategi komunikasi agama di era digital ini.

Misalnya, mereka dapat menggunakan efek transisi untuk memperlihatkan perubahan positif setelah mengikuti ajaran Islam, atau menggunakan musik latar yang populer untuk menarik perhatian audiens muda. Penggunaan hashtag yang relevan dan partisipasi dalam tantangan viral juga dapat membantu meningkatkan visibilitas konten dakwah di platform TikTok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam mengelola konten dakwah di platform digital TikTok, penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan strategi manajemen yang efektif. Menentukan audiens yang tepat merupakan aspek kunci dalam memastikan relevansi dan daya tarik pesan keagamaan bagi pengguna TikTok. Kreativitas dan relevansi konten juga ditekankan, dengan konten yang kreatif, informatif, dan relevan memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. Selain itu, konsistensi dalam memposting konten dakwah berperan penting dalam membangun basis pengikut yang setia dan meningkatkan visibilitas konten. Kolaborasi dengan pengguna lain, seperti influencer atau komunitas, juga dapat memperluas jangkauan konten dakwah dan meningkatkan kepercayaan terhadap pesan keagamaan. Terakhir, penggunaan fitur-fitur kreatif TikTok menjadi kunci sukses dalam menyajikan pesan-pesan keagamaan secara menarik dan menghibur. Dengan menerapkan strategi manajemen ini, pembuat konten dakwah dapat meningkatkan kualitas dan dampak pesan keagamaan mereka di TikTok, serta berperan dalam menyebarkan nilai-nilai positif dan memberikan manfaat bagi masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. Amin. (2018). *Strategi Dakwah Rasulullah*. Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i.

- Hasan, Noorhaidi. (2017). *Dakwah dalam Konteks Budaya Populer*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Hasan, Samsurijal, dkk. (2021). *Manajemen Strategi*. Purwokerto: CV. Pena Persada
- Hidayatullah, Asep. (2019). *Dakwah Digital: Tantangan dan Peluang*. Bandung: PT Mizan Publika.
- Ilaihi, Wahyu, dkk. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kartanegara, M. (2020). *Strategi Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ma'arif, Ahmad Syafi'i. (2016). *Gerakan Dakwah Islam di Indonesia: Sejarah, Pemikiran, dan Gerakan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Malimbe, Armylia, dkk. (2021). *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik*. Jurnal Ilmiah Society Vol. 1, No. 1
- Nur, Ahmad. (2018). *Media Sosial dan Dakwah: Perspektif Islam*. Bandung: PT Mizan Publika.
- Suyono, M. Yasin. (2019). *Dakwah dan Pembangunan Karakter Bangsa*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Wahyudi, Dadang. (2017). *Perkembangan Dakwah di Indonesia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, Munawwir. (2015). *Teori dan Praktik Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Zain, Ahmad. (2018). *Manajemen Dakwah Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Firdaus.