

STRATEGI DAKWAH DIGITAL USTAD HIYUNG AGAM DI MEDIA SOSIAL TIK TOK

Oleh:

Yusita Setya Berlina

Istiqomah

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni 2025



Pendahuluan

Media sosial, khususnya platform interaktif seperti TikTok, telah mengubah lanskap dakwah Islam secara signifikan. Dakwah yang sebelumnya terbatas pada ruang fisik masjid kini merambah ke ranah digital yang tanpa batas.

Ustad Hiyung Agam sukses menarik jutaan audiens muda dengan mengubah stigma kajian keagamaan yang dianggap "kolot" menjadi konten yang relevan, dinamis, dan menarik bagi Generasi Z.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana strategi dakwah digital yang digunakan oleh Ustad Hiyung Agam dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada generasi muda melalui media sosial TikTok?

Metode

Pendekatan Deskriptif

- Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali fenomena sosial secara mendalam. Observasi dilakukan secara non-partisipatif.

Pengumpulan Data

- Menganalisis konten video dan interaksi audiens secara langsung pada akun TikTok @heyouw0, didukung dengan literatur sekunder dan jurnal akademik terkait.

Teori Komunikasi

- Menerapkan teori komunikasi klasik Harold D. Lasswell: "*Who says what in which channel to whom with what effect*" sebagai kerangka analisis efektivitas pesan.

Hasil

- **Platform yang Relevan** : Memanfaatkan TikTok yang didominasi oleh audiens berusia 14-24 tahun, target utama Gen Z.
- **Format Menarik** : Pengemasan materi dalam durasi singkat, diiringi audio atau musik yang sedang tren, dan visual estetik.
- **Pemanfaatan Fitur** : Menggunakan fitur *stitch* dan balasan komentar video untuk menjawab pertanyaan audiens secara interaktif.
- **Topik Keseharian** : Mengangkat isu yang sangat relevan dengan fase transisi remaja, seperti asmara, kesehatan mental, dan motivasi harian.

Pembahasan

Personal Branding Modern Konstruksi identitas memegang peran kunci. Ustad Agam tampil modis mengikuti tren busana masa kini ala Gen Z. Panggilan akrab "Hiyung" secara psikologis sukses meruntuhkan batasan hierarki, mengurangi jarak sosial, dan menciptakan relasi yang bersahabat antara da'i dan jamaah.

Empati & Validasi Perasaan Gaya komunikasi tidak bersifat menggurui. Kutipan-kutipan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi sangat komunikatif dalam memvalidasi perasaan audiens (seperti rasa cemas atau sedih). Pendekatan naratif ini memberikan dukungan emosional sekaligus solusi spiritual bagi kaum muda.

Temuan Penting Penelitian

- **Memicu Observational Learning**

Ustad Agam sukses menjadi *role model* yang berintegritas. Pengikutnya secara aktif meniru pesan dakwah positif karena merasakan kedekatan nilai dengan figur yang mereka amati.

- **Engagement Konten yang Masif**

Penggunaan gaya bahasa santai dan topik yang sesuai kehidupan remaja secara signifikan meningkatkan interaksi berupa ribuan *likes*, komentar, dan tingkat membagikan video.

- **Evaluasi Interaksi Dua Arah**

Meski penerimaan sangat tinggi, penelitian menemukan bahwa interaksi dua arah (misal: membalas komentar secara langsung) masih perlu ditingkatkan agar audiens merasa lebih dihargai secara personal.

Manfaat Penelitian

Kontribusi bagi Pengembangan Dakwah

- Penelitian ini membuktikan bahwa penyesuaian gaya komunikasi dengan perkembangan zaman adalah kunci keberhasilan transfer nilai keagamaan saat ini.
- Temuan dari strategi konten, interaksi, dan personal branding Ustad Hiyung Agam diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi para pendakwah lain. Selain itu, kajian ini memperkaya literatur ilmiah terkait komunikasi dakwah digital di Indonesia.

Referensi

1. N. A. Hartina, R Awalia, H Irianti, “Komunikasi Dan Media Sosial,” J. Messenger, no. December, 2022.
2. Z. Haoxing and C. System, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” vol. 9, no. 2, pp. 344–363.
3. H. Mauludin, “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram,” Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2019, [Online]. Available: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/48037>
4. Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, “Pemanfaat Media Sosial Sebagai Media Promosi,” J. Common, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019.
5. I. Haryunikmah, “Analisis Konten Kreatif Tema Hijrah Di Tiktok Shift Ustad Hanan Attaki,” Repos. Univ. Islam Riau, p. 74, 2022.

6. E. Muhaemin, "Dakwah Digital Akademisi Dakwah," Ilmu Dakwah Acad. J. Homilet. Stud., vol. 11, no. 2, pp. 341–356, 2017, doi: 10.15575/idaajhs.v11i2.1906.
7. A. Rizki et al., "Analysis of Digital Technology on Da ' Wah," AL-Balagh, vol. 10, no. 1, pp. 33–64, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.uinsaid.ac.id/al-balagh/article/view/9963/3458>
8. A. Kahfi, "The Role of WhatsApp Social Media in the Spreading of Community-Based Bil Tadwin Preaching: A Case Study of Ustadz Hanan Attaki's Preaching Channel," Kalijaga J. Commun., vol. 7, no. 1, pp. 89–106, 2025.
9. A. M. Faysa, M. Hanifah, M. A. Hibrizi, V. Qurrota, and A. Fadhil, "Peran Generasi Z Muslim dalam Kemajuan Islam di Era Modern : Pandangan Ustadz Hanan Attaki Penelitian dalam artikel berjudul " Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi," Perspektif, vol. 2, pp. 114–127, 2024.

10. N. S. Ramdani, A. Hadiapurwa, and H. Nugraha, "Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam kehidupan , salah satunya pada pendidikan . Sistem pendidikan yang ada yang mana mengakibatkan tidak adanya interaksi langsung antara mempertinggi proses interaksi guru dengan siswa," J. Teknol. Pendidik., vol. 10, no. 2, pp. 425–436, 2021, [Online]. Available:

11. A. S. Kurniawan, R. Fitriana, M. Vrisaliani, N. S. Adesti, and S. A. Rahmadhani, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi," J. Ilm. Raflesia Akunt., vol. 11, no. 1, pp. 200–209, 2025, doi: 10.53494/jira.v11i1.845.

12. Adebiyi, "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak: Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak," Nat. J. Kaji. Dan Penelit. Pendidik. Dan Pembelajaran, vol. 1, no. 2, pp. 118–123, 2020.

13. Y. S. J. Z. L. M. R. P. Randani, "Media Dakwah Untuk Kaum Milenial," J. Mhs. FIAI-Ull, at-Thullab, vol. 3, pp. 570–584, 2021.

14. 14 N. P. Rahmdani and N. Amalia, "Media sosial sebagai media dakwah yang dilakukan remaja di era digital," J. Islam. Educ., vol. 1, no. 4, pp. 396–404, 2023, [Online]. Available: <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/668>
15. P. S. Gagah Daruhadi1, "Jurnal Cendekia Ilmiah," Pengumpulan Data Penelit., vol. 3, no. 5, pp. 5423–5443, 2024.
16. A. Khairul Mafaza, F. Zahro Al Ghoziyah, L. Nurcahyani Oktafiya, and Y. Bilqis Muharomah, "Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi Di Tiktok: Studi Kasus Pada Akun @Taarts_Tok," As-Sulthan J. Educ., vol. 01, no. 03, pp. 1030–1038, 2025, [Online]. Available: <https://ojssulthan.com/asje>
17. L. Lismawati, K. Kusnadi, and S. Assoburu, "Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial Tiktok," J. Bisnis dan Komun. Digit., vol. 1, no. 2, p. 17, 2024, doi: 10.47134/jbkd.v1i2.2284.
18. H. D. Lasswell, "The structure and function of communication in society," no. 1948, pp. 215–228, 2007.
19. "fikrrii.pdf."

