

MINAT PENGGUNA TIKTOK TERHADAP KONTEN DAKWAH SEJARAH (ANALISIS SWOT PADA AKUN ISLAMONPOINT)

Gadang Satria Permana¹, Ardani Ade Rizqullah², Nurhalidah³, Rama Aditya Wijaya⁴

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Email : gadangsatria27@gmail.com¹, Sukses.project22@gmail.com², nurhalidah0615@gmail.com³,
ramaaditya05620@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang disajikan oleh akun IslamOnPoint menggunakan metode analisis SWOT. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode analisis deskriptif. Populasi sampel terdiri dari pengguna TikTok yang memiliki minat terhadap konten Islami dan konten sejarah, dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten dakwah sejarah, wawancara dengan pengguna TikTok yang merupakan pengikut akun IslamOnPoint, dan analisis SWOT berdasarkan data yang dikumpulkan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan akun IslamOnPoint terletak pada konten berfokus pada dakwah sejarah dan penggunaan format TikTok yang menarik. Kelemahan yang ditemukan meliputi keterbatasan durasi video dan persaingan dengan konten populer. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah tren peningkatan minat pada konten Islami dan kolaborasi dengan kreator populer. Ancaman yang dihadapi meliputi konten negatif atau tidak benar seputar Islam, perubahan algoritma TikTok, dan konten populer yang tidak sesuai dengan minat pengguna.

Kata Kunci: Analisis SWOT, IslamOnPoint, Konten Dakwah Sejarah, Minat Pengguna, TikTok.

Abstract

This study aims to analyze the interest of TikTok users in historical religious content presented by the IslamOnPoint account using the SWOT analysis method. A qualitative approach was employed with a descriptive analysis method. The sample population consisted of TikTok users who have an interest in Islamic and historical content, using purposive sampling. Data collection involved observing historical religious content, conducting interviews with TikTok users who are followers of the IslamOnPoint account, and conducting SWOT analysis based on the collected data. The findings of this study indicate that the strengths of the IslamOnPoint account lie in its focus on historical religious content and the use of engaging TikTok formats. Weaknesses identified include video duration limitations and competition with popular content. Opportunities that can be utilized include the growing trend of interest in Islamic content and collaboration with popular creators. Threats faced include negative or inaccurate content about Islam, changes in the TikTok algorithm, and popular content that does not align with user interests.

Keywords: SWOT analysis, IslamOnPoint, historical religious content, user interest, TikTok.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era globalisasi menyebabkan banyak perubahan dan perkembangan yang sangat pesat khususnya dalam berinteraksi dengan orang lain. Sosial media adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan menjalin hubungan dengan orang lain secara online. Bentuk komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam pembuatan, berbagi, dan pertukaran informasi serta ide-ide (Kaplan dkk, 2010).

Perkembangan teknologi saat ini berdampak pada kemajuan komunikasi dakwah, sehingga menuntut para penyebar dakwah agar dapat memperluas jaringan penyebaran pesan-pesan agama kepada masyarakat luas di Indonesia, salah satunya melalui media sosial media. Penggunaan media sosial sekarang seperti akan menjadi sebuah keharusan yang kita jalani, karena komunikasi dan bertukar informasi dimudahkan dengan adanya *platform* tersebut. Dengan demikian diharapkan kedepannya dakwah dioptimalkan secara maksimal dalam hal waktu, jarak, proses dan biaya (Habibi, 2018)

Memanfaatkan sosial media sebagai media sarana dakwah sudah banyak dilakukan oleh para dai khususnya di Indonesia, salah satunya adalah Habib Jafar dai dengan menjadikan TikTok sebagai media dakwahnya. Alasannya TikTok sebagai media dakwah saat ini karena mayoritas penggunanya adalah kalangan muda, tidak luput dari para remaja di Indonesia. Hal ini membuat Tiktok sebagai media yang tepat dan sarana yang baik untuk berdakwah sebagai media yang cocok untuk mendekati para remaja sebagai sasaran dakwahnya. (Marini, 2019).

Penggunaan media sosial TikTok membuat candu bagi pengguna masyarakat, terlebih khususnya untuk generasi zillennial. Tidak hanya digunakan sebagai untuk pemecah masalah dalam kehidupan sehari-hari, tetapi TikTok kini digunakan sebagai tempat untuk para *content creator* dalam mengaplikasikan ide-ide yang dibuat dan mengemasnya dalam isi konten yang menarik. TikTok sebagai salah satu jenis *new media* harus akan menjadi aplikasi yang lebih baik jika tidak hanya konten yang dikemas secara menarik untuk ditampilkan, namun *content* juga harus mengandung isi yang mengedukasi, informatif, serta memberikan manfaat bagi para *user* TikTok. Berbagai macam konten berupa video maupun audio yang disajikan, mulai dari konten motivasi, edukasi, menghibur, berita hingga politik kini dapat kita cari dan temui di dalam aplikasi TikTok. Terlebih TikTok memiliki kemudahan untuk diakses dan berbagai jenis video yang bebas dipilih dan filter untuk menyesuaikan minat untuk *user*, membuat para *content creator* menjadi jauh lebih muda dalam mengkreasikan konten dakwah sejarah yang dapat menyesuaikan terkini dengan generasi zillennial masa kini.

Tiktok adalah salah satu sebuah platform media sosial yang sangat berkembang pesat dan dinamis paling cepat di dunia saat ini. Tiktok memiliki peluang yang besar terhadap pengguna barunya agar bisa membuat video yang diikuti dengan filter, musik dan sejumlah fitur lainnya. (Musthofa, 2016).

Menjadikan media sosial TikTok salah satu sarana media dakwah yang menjadi sebuah rujukan yang paling digandrungi pendakwah muda, terlebih konteks referensi ilmu keagamaan yang bervariasi. Tidak hanya itu, konsep dakwah yang dilakukan secara digital melalui media sosial TikTok menjadi sebuah acuan perkembangan media terkini atau disebut kontemporer dengan konsep yang menarik dan teknik penyampaian audio visual untuk berdakwah yang lebih besar untuk menarik *audiens* potensial. (Parhan & Alifa, 2020). Sehingga konten dakwah akan memiliki nilai kuantitas dalam segi *engagement rate* yang tinggi dari berbagai target *user* media sosial (Wibowo, 2019).

Transformasi dakwah oleh Rasulullah adalah sebuah bentuk kegiatan sosial yang terkait dengan aktivitas umum masyarakat, dengan tujuan untuk menciptakan masyarakat yang ideal. Masyarakat tersebut besar harapannya memiliki keyakinan yang kuat, kepercayaan yang utuh kepada Tuhan, ketauhidan utuh, dan amalan yang mulia (Rustandi and Sahidin, 2019)

Dakwah kontemporer ini sangat berkaitan erat dengan dakwah melalui sosial media khususnya menggunakan fasilitas modern, sehingga media TikTok ini menjadi sebuah titik kemajuan dan harapan untuk bisa memberikan motivasi kepada masyarakat Indonesia dengan seluruh kalangan usia yang mampu memberikan perubahan yang positif dalam sistem penyebaran dakwah yang kini banyak dikembangkan oleh para ulama, dai, dan para akademisi Islam di Indonesia (Fahrurrozi, Faizah & Kadri 2019).

Tren kekinian dakwah melalui media digital menunjukkan bahwa era kemajuan khususnya di dunia teknologi dalam sistem berdakwah, seorang ulama atau penyampai dakwah dituntut untuk berkreasi, kreatif, inovatif dan dapat beradaptasi dengan kemajuan era globalisasi melalui teknologi informasi dan komunikasi.

Di tengah maraknya konten hiburan dan tren di TikTok, sangat berpeluang untuk memanfaatkan platform ini sebagai sarana dakwah untuk mendapatkan sasaran *audience* yang lebih besar serta luas. Akun @IslamOnPoint merupakan salah satu akun di TikTok yang berfokus pada konten dakwah sejarah, edukasi, serta pengetahuan terkini tentang Islam. Konten dakwah yang disajikan oleh akun @IslamOnPoint memiliki tujuan menyebarkan pengetahuan dan menarik tentang pemahaman agama dengan dikemas kekinian melalui konten yang menarik dan mudah dipahami oleh pengguna TikTok.

Dengan memahami minat pengguna terhadap konten dakwah sejarah di TikTok, akun IslamOnPoint dan juga pembuat konten lainnya dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menyajikan konten yang menarik dan relevan bagi pengguna. penelitian ini muncul dari perkembangan pesat platform media sosial, khususnya TikTok, sebagai salah satu kanal utama dalam menyampaikan konten kepada pengguna. Di tengah popularitas TikTok, terdapat kebutuhan untuk menyajikan konten yang bermanfaat dan edukatif, termasuk konten dakwah sejarah yang dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang sejarah Islam. Akun IslamOnPoint menjadi salah satu akun yang aktif menyajikan konten dakwah sejarah di TikTok. Namun, masih perlu dilakukan analisis untuk memahami minat pengguna terhadap konten tersebut dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan konten dakwah sejarah di platform ini. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang minat pengguna dan lingkungan persaingan, akun IslamOnPoint dapat mengoptimalkan strategi mereka dalam menyajikan konten dakwah sejarah di TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang disajikan oleh akun IslamOnPoint, dengan menggunakan metode analisis SWOT sebagai kerangka analisis.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang disajikan oleh akun IslamOnPoint menerapkan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (Abdullah dkk, 2019). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang relevan dengan minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah. Populasi sampel penelitian ini adalah pengguna TikTok yang memiliki minat terhadap konten Islami dan konten sejarah. Teknik pengumpulan data akan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti dan peneliti mengambil sampel informan secara acak untuk mendapatkan data. Kriteria tersebut antara lain :

1. Pengguna aktif
2. Followers aktif
3. Aktif like & komentar (*Like* dan *Comment* setiap postingan yang dibuat)

Dari kriteria tersebut, sebanyak 6 orang yang bisa diambil menjadi sampling dalam penelitian ini. Detail sampling sebagai berikut :

No	Nama (Inisial)	Usia	Status Pekerjaan
1	Irs	21	Mahasiswa
2	Slw	21	Bekerja
3	Ard	20	Bekerja
4	Hld	20	Mahasiswa
5	Khs	21	Mahasiswa
6	Rma	21	Mahasiswa

Dengan sampling di atas, menunjukkan kriteria sebagai pengguna aktif TikTok yang menunjukkan minat terhadap konten Islami dan memiliki interaksi dengan konten dakwah sejarah yang disajikan oleh akun IslamOnPoint. Pengumpulan data dilakukan secara Observasi, dan studi pustaka, Data yang diperoleh dari observasi dan Studi Pustaka akan dianalisis secara deskriptif. Analisis ini melibatkan identifikasi tema, kategorisasi, dan pengelompokan data berdasarkan aspek yang relevan dengan minat pengguna TikTok. Selanjutnya, analisis SWOT akan dilakukan berdasarkan temuan yang dihasilkan dari analisis data. Temuan dari analisis data akan diinterpretasikan dan dikaitkan dengan minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah. Temuan akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan minat tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini kondisi “Perubahan dalam kebiasaan manusia dalam berinteraksi dan komunikasi telah mengalami perubahan masa ke masa yang pesat dalam ICT’s (*Internet Communication and Technology*) ini telah menggeser model berinteraksi manusia menjadi lebih serba digital. Seiring digitalisasi, media sosial menjadi saluran utama untuk pertukaran informasi antar manusia. Salah satu peran media sosial tersebut adalah untuk berdakwah. Berdakwah adalah sebuah kegiatan mengajak, menyeru, dan menyampaikan petunjuk dari Allah SWT kepada manusia lainnya agar mereka mematuhi segala perintah-Nya dan menjauhi larangan-larangan-Nya sesuai dengan pesan-pesan kebaikan yang terdapat dalam Al-Qur’an dan Hadist (Ilaihi, 2010).

Islam adalah agama yang mengedepankan dakwah, yang artinya bahwa Islam mendorong para pengikutnya untuk secara aktif ikut menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain. Dakwah sendiri mengacu pada upaya untuk mengajak orang lain mengikuti ajaran Allah & Rasul-Nya, sesuai dengan petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur’an dan Hadist. (Asdar, 2020). Dakwah

sendiri berarti mengajak orang lain untuk patuh kepada ajaran Allah dan rasul-Nya berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadist. Dakwah dengan perkembangan yang melingkupinya memerlukan pemikiran yang kreatif dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan masa ke masa. Konsep al-Islamu sholih likulli zaman wal makan (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya. Di Tengah era *new normal* saat ini, masa pandemi covid-19 yang berangsur-angsur turun seharusnya tidak menjadi penghalang gerakan dakwah. Saat waktu yang sangat tepat dijadikan kesempatan bagi para Dai untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam menyiarkan ajaran agama islam. Tentunya dalam proses penyampaian dakwahnya, da'i melakukan upaya agar dakwah ajaran Islam dapat diterima oleh mitra dakwahnya.

Media baru atau *New Media* adalah sebuah istilah yang merujuk pada perkembangan di TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi), komunikasi digital, komputer, dan jaringan pada akhir abad ke-20. Ciri dari *New Media* kemampuan yang dapat diubah, bersifat jaringan, padat, interaktif dan *user generated content*. Dunia teknologi saat ini memiliki kemajuan yang sangat pesat, berbagai macam media yang sekarang tersedia bagi kemudahan manusia sebagai alat berkomunikasi, termasuk media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui internet. Media sosial adalah sebuah tempat yang dimana mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*usergeneratet content*) (Kade, 2017). Secara umum, media sosial memiliki fungsi sebagai berikut: Pengguna media sosial menyertakan pesan bersama. Informasi konten yang bisa dikirim berupa berita, gambar dan video dalam bentuk.

Aplikasi tiktok adalah sebuah platform video musik dan jaringan sosial yang berasal dari Tiongkok. Diluncurkan pada bulan September 2016. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video musik pendek sesuai keinginan mereka. Aplikasi ini tak hanya populer di kalangan anak-anak dan remaja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan (Hariansyah, 2018). Selama periode sebulan, pemantauan terhadap aplikasi ini menunjukkan banyaknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi tersebut. Hingga tanggal 3 Juli, total laporan yang diterima mencapai 2.853. Menteri komunikasi dan Informasi Republik Indonesia, Rudiantara, menyatakan bahwa terdapat beberapa konten yang tidak sesuai untuk usia anak-anak, yang dampaknya akan memberi efek negatif. Namun, setelah mempertimbangkan berbagai faktor dan menerapkan regulasi baru, pada bulan Agustus 2018, aplikasi Tik Tok diizinkan untuk diunduh kembali. Aturan baru dan salah satunya adalah regulasi yang menyebutkan batasan usia pengguna sekarang yaitu 11 tahun.

Secara umum, Tik Tok memiliki beragam fitur seperti filter bergerak, teks berjalan, musik, animasi, sticker, dan video dengan durasi maksimal 3 menit. Menurut data Eryastha

Kepala Kebijakan Publik TikTok Indonesia, pengguna TikTok di Indonesia umumnya rata-rata berusia antara 14 hingga 24 tahun. Dalam hal ini, fitur-fitur yang ada di TikTok sesuai dengan karakteristik generasi Y (Millennial) dan Z (generasi yang lebih muda), karena mereka cenderung ingin mengekspresikan diri melalui konten kreatif yang ingin mereka buat dan menambah *attention* yang lebih besar pastinya.

Jika dilihat dari segi karakteristik TikTok sebagai media yang dihasilkan oleh pengguna atau dalam istilahnya *used generated*, media sosial TikTok juga menyediakan beberapa fitur yang ada pada umumnya sebagai aplikasi sosial media dimana fitur-fitur ini bisa dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Ummah (2020) beberapa fitur yang dimiliki TikTok sebagai ciri khas baru di salah satu menjadi media sosial antara lain; Pertama, adanya fitur musik. Di dalam TikTok terdapat musik yang sudah *copyrighted by TikTok* yang artinya platform ini memiliki hak cipta oleh TikTok untuk menggunakan lagu-lagu tersebut dalam pembuatan konten dan dapat digunakan sebagai *background* dalam video yang diunggah di akun TikTok pada beranda platform tersebut. (Wibowo, 2019).

Melihat dalam aspek kebermanfaatan aplikasi Tiktok memiliki beberapa manfaat, berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Pratiwi, Ufairah, dan Sopiah, 2021) melakukan penelitian di Universitas Suryakencana dan menemukan bahwa banyak responden menggunakan aplikasi ini untuk kegiatan belajar mengajar. Aplikasi TikTok memberikan berbagai manfaat seperti rekomendasi, tips dan trik, serta pengetahuan tambahan mereka juga dalam berbagai bidang termasuk bisnis, sosial, dan berdakwah.

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek. Meskipun awalnya dikenal sebagai platform untuk hiburan dan konten kreatif, TikTok telah berkembang menjadi ruang yang lebih luas untuk berbagai jenis konten, termasuk konten dakwah dan sejarah. Minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah bisa bervariasi tergantung pada preferensi individu dan tren saat ini. Namun, banyak pengguna TikTok menunjukkan minat yang signifikan terhadap konten edukatif, termasuk konten sejarah. Ada beberapa alasan mengapa konten dakwah sejarah dapat menarik perhatian pengguna TikTok:

1. Gaya penyampaian yang singkat dan menarik: TikTok membatasi durasi video hingga 60 detik, yang memaksa pembuat konten untuk merangkum informasi dengan cepat dan menarik. Ini bisa menjadi keuntungan bagi konten dakwah sejarah karena penyampaian yang padat dan menarik dapat menarik minat pengguna.
2. Visualisasi yang kreatif: TikTok menawarkan berbagai fitur kreatif, seperti efek visual, pengeditan video, dan musik latar yang dapat digunakan untuk memperkuat konten dakwah

sejarah. Dengan menggunakan elemen-elemen ini, pembuat konten dapat menciptakan video yang informatif dan menarik secara visual.

3. Keterlibatan pengguna: TikTok merupakan platform yang interaktif, di mana pengguna dapat berinteraksi dengan pembuat konten melalui komentar, like, dan fitur duet. Ini memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi secara langsung dalam diskusi dan memperdalam pemahaman mereka tentang sejarah dan dakwah.
4. Peningkatan kesadaran: Konten dakwah sejarah di TikTok dapat membantu meningkatkan kesadaran pengguna tentang sejarah, peristiwa penting, tokoh-tokoh bersejarah, dan nilai-nilai agama. Melalui video-video pendek yang informatif dan menarik, pengguna dapat belajar hal-hal baru dan mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang sejarah dan ajaran agama.

Aspek Analisis SWOT

Aspek-aspek dalam analisis SWOT untuk akun IslamOnPoint adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strengths):

- **Konten Berkualitas:** Akun IslamOnPoint memiliki kekuatan dalam menyajikan konten berkualitas mengenai dakwah sejarah. Konten yang informatif, akurat, dan menarik dapat menarik minat pengguna.
- **Penggunaan Visual yang Menarik:** IslamOnPoint berhasil menggunakan elemen visual yang menarik, seperti grafis, animasi, atau penggunaan gambar yang menggugah minat pengguna. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya tarik dan pemahaman konten yang disampaikan.

2. Kelemahan (Weaknesses):

- **Keterbatasan Konten Interaktif:** Akun IslamOnPoint mungkin memiliki kelemahan dalam hal konten yang interaktif atau keterlibatan pengguna yang lebih tinggi. Konten yang kurang interaktif dapat membatasi kemampuan untuk membangun keterlibatan dan ikatan yang lebih kuat dengan pengikut.
- **Jangkauan Target Audience yang Terbatas:** Akun IslamOnPoint mungkin menghadapi kelemahan dalam mencapai target audiens yang lebih luas. Konten dakwah sejarah mungkin menarik bagi sebagian orang, tetapi mungkin tidak menjangkau atau relevan bagi audiens yang lebih luas.

3. Peluang (Opportunities):

- Kolaborasi dengan Influencer: IslamOnPoint dapat memanfaatkan peluang untuk berkolaborasi dengan influencer atau kreator lain yang memiliki minat serupa dalam dakwah sejarah. Kolaborasi semacam ini dapat membantu meningkatkan visibilitas dan jangkauan akun IslamOnPoint.
- Penyampaian Konten yang Interaktif: Akun IslamOnPoint dapat mencoba menyampaikan konten yang lebih interaktif, seperti kuis, tantangan, atau interaksi langsung dengan pengikut. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

4. Ancaman (Threats):

- Konten Negatif atau Tidak Akurat: Akun IslamOnPoint mungkin menghadapi ancaman konten negatif atau tidak akurat seputar Islam. Hal ini dapat merusak citra dan kredibilitas akun tersebut.
- Persaingan dengan Konten Serupa: Persaingan dengan akun-akun serupa yang menyajikan konten sejarah atau dakwah juga merupakan ancaman bagi IslamOnPoint. Mereka perlu memastikan bahwa konten mereka tetap relevan, unik, dan menarik bagi pengguna.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, akun IslamOnPoint dapat memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan yang ada, memanfaatkan peluang yang muncul, dan mengantisipasi ancaman yang mungkin timbul untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik konten dakwah sejarah yang mereka sajikan.

Hasil Analisis SWOT Terhadap Akun IslamOnPoint

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi, produk, atau proyek. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dapat mempengaruhi kinerja atau keberhasilan suatu entitas. Dengan melakukan analisis SWOT secara komprehensif, organisasi atau individu dapat mengidentifikasi bagaimana mereka dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil memperbaiki kelemahan dan menghadapi ancaman yang mungkin timbul. Informasi ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi dan rencana aksi yang lebih efektif guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Hasil analisis SWOT terhadap akun IslamOnPoint adalah sebagai berikut: Dalam hal kekuatan, IslamOnPoint memiliki keunggulan dalam menyajikan konten dakwah sejarah yang berkualitas. Konten-konten yang disajikan akun ini memiliki informasi yang akurat, disertai dengan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami. Selain itu, mereka juga berhasil menggunakan elemen visual yang menarik, seperti grafis dan animasi, untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Hal ini membantu menarik minat pengguna dan memberikan pengalaman yang lebih menarik dalam menyerap informasi. Keunggulan ini memberikan akun IslamOnPoint posisi yang kuat dalam menyampaikan konten dakwah sejarah secara efektif kepada pengguna TikTok.

Namun, IslamOnPoint juga memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan konten interaktif atau keterlibatan pengguna yang lebih tinggi. Konten yang kurang interaktif dapat mengurangi tingkat keterlibatan dan interaksi dengan pengguna, sehingga dapat membatasi kemampuan akun ini untuk membangun ikatan yang kuat dengan pengikutnya. Selain itu, akun ini juga mungkin menghadapi tantangan dalam mencapai target audiens yang lebih luas. Konten dakwah sejarah yang mereka sajikan mungkin menarik bagi sebagian orang, tetapi tidak selalu relevan atau menarik bagi audiens yang lebih luas.

Meskipun ada beberapa kelemahan, akun IslamOnPoint juga memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan. Salah satunya adalah melalui kolaborasi dengan influencer atau kreator lain yang memiliki minat serupa dalam dakwah sejarah. Kolaborasi semacam ini dapat membantu meningkatkan visibilitas akun IslamOnPoint dan memperluas jangkauan audiens yang dapat mereka capai. Selain itu, akun ini juga dapat mencoba menyampaikan konten yang lebih interaktif, seperti kuis, tantangan, atau interaksi langsung dengan pengikut. Hal ini dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan audiens mereka.

Namun, dalam menghadapi ancaman, IslamOnPoint perlu mengatasi konten negatif atau tidak akurat seputar Islam yang mungkin muncul di platform TikTok. Ancaman ini dapat merusak citra dan kredibilitas akun tersebut. Selain itu, persaingan dengan akun-akun serupa yang menyajikan konten sejarah atau dakwah juga merupakan ancaman yang perlu dihadapi. IslamOnPoint perlu memastikan bahwa konten mereka tetap relevan, unik, dan menarik bagi pengguna agar dapat tetap bersaing di platform TikTok.

Dengan memperhatikan hasil analisis SWOT ini, IslamOnPoint dapat memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya, seperti menyajikan konten dakwah sejarah yang berkualitas dan memanfaatkan visual yang menarik. Mereka juga harus berusaha mengatasi

kelemahan-kelemahan yang ada, seperti meningkatkan konten interaktif dan mencari cara untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

Peluang-peluang, seperti kolaborasi dengan influencer dan menyampaikan konten yang lebih interaktif, juga harus dimanfaatkan dengan baik. Selain itu, IslamOnPoint perlu mengantisipasi dan menghadapi ancaman-ancaman yang muncul, seperti konten negatif atau tidak akurat seputar Islam dan persaingan dengan akun-akun serupa. Dengan strategi yang tepat, IslamOnPoint dapat terus memperkuat posisi mereka dalam menyampaikan konten dakwah sejarah yang relevan dan menarik di platform TikTok.

Dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ini, akun IslamOnPoint dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang mereka sajikan.

Dalam menjalankan akun IslamOnPoint, penting untuk mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang ada. Dengan memanfaatkan kelebihan dan peluang yang ada, sambil mengatasi kelemahan dan mengantisipasi ancaman, akun tersebut dapat mengoptimalkan minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang disajikan.

PENUTUP

Berdasarkan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa akun IslamOnPoint memiliki kekuatan dalam menyajikan konten dakwah sejarah yang menarik minat pengguna TikTok yang tertarik dengan sejarah Islam. Penggunaan format TikTok yang populer dan konten pendidikan yang mendalam juga menjadi kekuatan akun tersebut. Namun, terdapat beberapa kelemahan, seperti keterbatasan durasi video yang membuat sulit untuk menyampaikan informasi secara detail, persaingan dengan konten populer yang lebih viral, dan kurangnya interaksi langsung dengan pengguna. Peluang yang ada adalah tren peningkatan minat pada konten Islami, kolaborasi dengan kreator populer di TikTok, dan penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif. Sementara itu, ancaman yang mungkin dihadapi adalah konten negatif atau tidak benar seputar Islam di TikTok, perubahan algoritma TikTok yang dapat mempengaruhi visibilitas konten, dan konten populer yang tidak sesuai dengan minat pengguna terhadap konten dakwah sejarah. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan mengantisipasi ancaman, akun IslamOnPoint dapat mengoptimalkan minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah sejarah yang disajikan.

Saran dari penulis untuk peneliti selanjutnya yaitu diharapkan peneliti dapat melakukan perbandingan dengan akun-akun sejenis untuk mengidentifikasi keunggulan dan perbedaan dari akun IslamOnPoint. Hal ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menarik minat pengguna.

REFERENSI

- Abdullah, M. Q., & Mubarak, D. F. (2019). *Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja*. Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah, 19(2).
- Asdar, Muhammad. (2020). *Strategi Dakwah Di Era New Normal*
- Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri. (2019). *Ilmu Dakwah*. 1st ed. Mataram : Prenadamedia Group.
- Habibi, M. (2018) “*Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*.” *Al-Hikmah : Jurnal Dakwah* 12(1) : 101-116
- Hariansyah. (2019). *Millenials Bukan Generasi Micin*. Bandung: Guepedia Publisher.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Remaja Rosdakarya.
- Kade, I Gusti Agung Ayu. (2017). *Media Sosial dan Demokrasi*. Yogyakarta: Penerbit PolGov, 15
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. (2010). “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*.” *Business horizons* 53.1 : 59-68.
- Marini, Riska. (2019). *Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Lab. Lampung Tengah*.
- Musthofa. (2016). *Prinsip Dakwah Via Media Sosial*. Aplikasi, Jurnal Aplikasi Ilmu Agama, 16(1).
- Parhan, Muhammad, and Sarah Alifa. (2020). “*Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan_attaki)*” *Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah* 10(2):175-96.
- Pratiwi, A. E., Ufairah, N. N., & Sopiah, R. S. (2021) “*Utilizing TikTok Application as Media for Learning English Pronunciation*.” *In International Conference on Education of Suryakencana (Iconnects Proceedings)*.
- Rustandi, R., dan S Sahidin. (2019). “*Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw Dalam Piagam Madinah*” *Tamaddun : Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* 7 (2) : 362-87.
- Ummah, A. H. (2020). *Dakwah Digital dan Generasi Milenial*. *Tasâmuh*, 18, 54–78.
- Wibowo, Adi (2019). ‘*Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*’, 03.02 339–56.
- Wibowo, Adi. (2019). “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*.” *Jurnal Islam Nusantara* 03(02):339-356.