

Pemanfaatan TikTok Affiliate sebagai Media Dakwah dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Era Digital

Moh. Hamim Jazuli, Hazim Ahrori

IAI Sunan Giri Ponorogo, Indonesia

* Correspondence e-mail; jazulicalligraphy16@gmail.com

Article history

Submitted: 2026/06/01; Revised: 2026/08/05; Accepted: 2026/09/17

Abstract

The advancement of digital technology has opened new opportunities for communities to generate income while simultaneously disseminating religious values. TikTok Affiliate, a social media feature that allows users to earn commissions from product promotion, has the potential to serve not only as an economic instrument but also as a medium for Islamic da'wah capable of reaching a wide audience. This study aims to examine the extent to which TikTok Affiliate can be utilized as a medium for da'wah and community economic empowerment, with Pagerukir Village as the research locus. A descriptive qualitative approach was employed through field observation and discussions with residents. The findings indicate that despite its considerable potential, the majority of the Pagerukir Village community remains oriented toward physical labor and conventional economic activities. Residents who have attempted the affiliate program have generally not achieved optimal financial results due to low digital literacy, limited understanding of platform algorithms, and weak capacity in building audiences and engagement. Low participation in theoretical socialization activities further widens the gap between available technological opportunities and community readiness. Analyzed through Jim Ife's Community Empowerment Theory and supported by McQuail's New Media Theory, Moh. Ali Aziz's Digital Da'wah Theory, and Paul Gilster's Digital Literacy Theory, this study recommends shifting from theoretical seminars toward hands-on workshops, sustained mentoring, and the presentation of real success case studies as a more contextual empowerment strategy

Keywords

TikTok Affiliate; Digital da'wah; Economic empowerment; Digital literacy; New media



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berkomunikasi, memasarkan produk, dan membangun sumber pendapatan. Media sosial tidak lagi hanya digunakan untuk hiburan dan komunikasi personal, tetapi juga berkembang menjadi ruang ekonomi yang memungkinkan pengguna memproduksi konten sekaligus melakukan aktivitas pemasaran. Salah satu bentuknya adalah TikTok Affiliate, yaitu skema pemasaran berbasis komisi yang

menghubungkan konten kreator dengan produk yang dipromosikan melalui platform digital.

Karakter TikTok sebagai media baru memberikan peluang bagi masyarakat untuk menjadi produsen sekaligus distributor pesan. Interaktivitas, kemudahan produksi video pendek, dan kemampuan menjangkau audiens yang beragam membuat platform tersebut dapat digunakan untuk kepentingan ekonomi maupun edukasi. Dalam konteks dakwah, ruang digital dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keislaman secara komunikatif, kontekstual, dan sesuai dengan karakter audiens (Aziz, 2019; Ibad, 2024).

Di tingkat masyarakat desa, peluang tersebut belum selalu diikuti kesiapan untuk memanfaatkannya. Berdasarkan observasi dan diskusi yang menjadi dasar kegiatan di Desa Pagerukir, sebagian masyarakat masih lebih akrab dengan pekerjaan fisik dan aktivitas ekonomi konvensional. Warga yang telah mencoba pemasaran melalui media sosial juga masih menghadapi kendala dalam membuat konten, membangun audiens, memahami strategi pemasaran, dan memanfaatkan fitur affiliate secara optimal.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa akses terhadap teknologi saja belum cukup untuk menghasilkan pemberdayaan. Masyarakat membutuhkan peningkatan kapasitas, pengalaman praktik, pendampingan, serta contoh keberhasilan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Pandangan tersebut sejalan dengan Jim Ife yang menempatkan pemberdayaan sebagai proses peningkatan kekuasaan masyarakat pada aspek personal, interpersonal, dan struktural (Ife, 2013). Literasi digital juga menjadi unsur penting karena masyarakat perlu mampu memahami, mengevaluasi, membuat, dan mengomunikasikan informasi secara efektif (Gilster, 1997).

Atas dasar kondisi tersebut, kegiatan ini diarahkan untuk memperkenalkan TikTok Affiliate bukan semata sebagai peluang mendapatkan komisi, tetapi sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreator yang dapat dipadukan dengan konten edukatif dan dakwah. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peluang dan tantangan TikTok Affiliate serta merumuskan bentuk pendampingan yang lebih sesuai dengan kebutuhan komunitas. Dengan demikian, artikel ini menekankan hubungan antara edukasi digital, pemberdayaan ekonomi, dan pemanfaatan media sosial untuk penyampaian nilai positif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), yaitu pendekatan pemberdayaan masyarakat yang bertumpu pada pengenalan dan pengembangan aset atau potensi yang telah dimiliki masyarakat, bukan pada identifikasi kekurangan atau masalah (Ife, 2013). Pendekatan ini dipilih karena selaras dengan kondisi masyarakat Desa Pagerukir yang telah memiliki modal awal berupa akses teknologi digital dan pengalaman dasar bermedia sosial, sehingga strategi pemberdayaan diarahkan untuk mengoptimalkan aset tersebut melalui pemanfaatan TikTok Affiliate sebagai media dakwah sekaligus pemberdayaan ekonomi.

Kegiatan dilaksanakan pada 14 Agustus 2026 di Desa Pagerukir dengan melibatkan sekitar 15 peserta dari kalangan warga setempat. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan menggambarkan secara mendalam proses dan dinamika pemberdayaan yang terjadi selama kegiatan berlangsung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung, diskusi dan tanya jawab langsung dengan warga, serta pengamatan terhadap respons dan keterlibatan peserta, termasuk konsultasi lanjutan yang dilakukan secara privat oleh sebagian peserta setelah seminar. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dan diinterpretasikan menggunakan Teori Pemberdayaan Masyarakat Jim Ife, didukung oleh Teori Media Baru McQuail, Teori Dakwah Digital Moh. Ali Aziz, dan Teori Literasi Digital Paul Gilster.

Prosedur pelaksanaan mengikuti lima tahapan ABCD, yaitu Discovery (Penemuan) dilakukan dengan mengenali aset yang telah dimiliki masyarakat melalui observasi, diskusi, dan pengamatan keterlibatan peserta. Aset yang ditemukan meliputi akses terhadap telepon pintar, pengalaman menggunakan media sosial, serta ketertarikan awal terhadap peluang ekonomi digital. Dream (Impian) dilakukan dengan membangun gambaran bersama mengenai pemanfaatan aset digital tersebut agar lebih produktif. Peserta diarahkan untuk membayangkan media sosial sebagai ruang untuk membuat konten, membangun audiens, memperoleh peluang ekonomi melalui affiliate, dan menyampaikan pesan yang positif serta edukatif.

Design (Perancangan) dilakukan dengan menerjemahkan aset dan harapan tersebut menjadi rancangan kegiatan yang dapat dipraktikkan. Materi disusun meliputi pembuatan konten, pendaftaran affiliate, pengembangan followers, pembuatan hook, dan strategi promosi. Define (Perumusan) dilakukan dengan

memperjelas fokus keterampilan yang perlu dipraktikkan peserta berdasarkan respons dan kebutuhan yang terlihat selama kegiatan. Fokus tersebut dirumuskan pada kemampuan produksi konten, pembangunan audiens, pemanfaatan affiliate, dan promosi. Dengan demikian, Define berfungsi mengarahkan kegiatan dari sekadar pengenalan peluang menuju keterampilan yang dapat langsung dicoba.

Destiny (Penentuan Langkah) dilakukan melalui praktik langsung dan tindak lanjut pendampingan. Peserta mencoba langkah yang telah dipelajari, sedangkan konsultasi lanjutan menjadi ruang untuk membantu peserta menerapkan keterampilan sesuai kebutuhannya. Karena kegiatan yang diamati berlangsung dalam satu rangkaian pelaksanaan, hasil Destiny dalam artikel ini dipahami sebagai indikasi awal keberlanjutan, bukan sebagai bukti dampak ekonomi jangka panjang. Kelima tahapan tersebut digunakan sebagai kerangka untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan. Data dari observasi partisipatif, diskusi, tanya jawab, respons peserta, dan konsultasi lanjutan kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat bagaimana aset masyarakat dikembangkan melalui kegiatan digital berbasis praktik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Aset dan Kondisi Awal Masyarakat

Kegiatan dilaksanakan pada 14 Agustus 2026 di Desa Pagerukir dan diikuti sekitar 15 peserta. Tahap discovery menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki akses dan pengalaman dasar dalam menggunakan telepon pintar serta media sosial. Aset tersebut menjadi modal awal untuk dikembangkan menjadi keterampilan ekonomi digital. Pada saat yang sama, peserta masih membutuhkan pemahaman yang lebih praktis mengenai pembuatan konten, pengembangan followers, affiliate, dan strategi promosi.

Membangun Harapan melalui Ekonomi Digital

Tahap dream diarahkan untuk membangun pemahaman bahwa media sosial dapat dikembangkan tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membuat konten dan memperoleh peluang ekonomi. Peserta diarahkan untuk memiliki gambaran mengenai kemampuan yang dapat dikembangkan, mulai dari membuat konten yang menarik, membangun followers, mendaftar affiliate, sampai mempromosikan produk secara tepat. Respons warga selama kegiatan sangat baik dan menunjukkan adanya ketertarikan terhadap peluang yang disampaikan.

Perancangan Kegiatan Berdasarkan Kebutuhan Peserta

Berdasarkan kebutuhan yang terlihat selama kegiatan, materi dirancang

dalam bentuk penyampaian dan praktik langsung. Materi meliputi prosedur cara membuat konten, cara daftar affiliate, cara menambah followers, cara membuat hook yang benar, dan cara melakukan iklan dengan benar. Penentuan materi tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan informasi umum, tetapi menyesuaikan kegiatan dengan keterampilan yang dibutuhkan peserta untuk mulai memanfaatkan media sosial secara lebih produktif.

Praktik Langsung dan Pendampingan

Tahap destiny diwujudkan melalui praktik langsung setelah materi diberikan. Peserta tidak hanya mendengarkan penjelasan, tetapi mencoba langkah-langkah yang telah disampaikan. Pendekatan praktik membuat proses pembelajaran lebih kontekstual karena peserta dapat langsung mengetahui bagian yang belum dipahami. Respons warga sangat baik. Setelah kegiatan seminar selesai, terdapat dua peserta yang secara aktif melanjutkan konsultasi secara privat di posko. Hal tersebut menunjukkan adanya minat untuk mendapatkan pendampingan lebih lanjut dan mengembangkan keterampilan yang telah dipelajari.

Penguatan Keterampilan Konten dan Affiliate

Materi pembuatan konten menjadi bagian penting karena kemampuan membuat konten merupakan aset yang dapat dikembangkan untuk mendukung aktivitas affiliate. Peserta dikenalkan pada prosedur pembuatan konten dan cara membuat hook yang benar agar pembukaan konten lebih terarah. Selain itu, peserta mendapatkan penjelasan mengenai cara mendaftar affiliate dan cara menambah followers. Dengan demikian, kegiatan menghubungkan beberapa keterampilan yang saling berkaitan, mulai dari pembuatan konten, pembangunan audiens, hingga pemanfaatan fitur affiliate.

Peningkatan Pemahaman Strategi Promosi

Kegiatan juga memberikan materi mengenai cara melakukan iklan dengan benar. Materi ini diarahkan agar peserta memahami bahwa promosi membutuhkan strategi dan tidak cukup hanya dengan mengunggah konten. Melalui praktik langsung, peserta memperoleh kesempatan untuk memahami langkah-langkah promosi secara lebih konkret. Hal ini sejalan dengan prinsip ABCD karena aset berupa pengalaman menggunakan media sosial dikembangkan melalui peningkatan keterampilan praktis.

Respons dan Keterlibatan Peserta

Keterlibatan peserta menjadi salah satu indikator penting dalam kegiatan. Dari sekitar 15 peserta, respons warga selama kegiatan dinilai sangat baik. Adanya praktik langsung membuat peserta dapat berinteraksi dengan materi dan mencoba

sendiri langkah yang diberikan. Dua peserta yang melanjutkan konsultasi secara privat setelah seminar juga menunjukkan adanya kebutuhan terhadap pendampingan individual. Temuan ini memperlihatkan bahwa model pemberdayaan berbasis praktik lebih sesuai untuk mengembangkan keterampilan digital dibandingkan penyampaian materi secara teoritis saja.

Sintesis Pemberdayaan Berbasis ABCD

Secara keseluruhan, kegiatan 14 Agustus 2026 menunjukkan penerapan ABCD yang berangkat dari aset yang telah tersedia di masyarakat. Discovery menemukan aset berupa penggunaan telepon pintar, pengalaman bermedia sosial, dan ketertarikan terhadap peluang ekonomi digital. Dream mengembangkan gambaran pemanfaatan aset tersebut sebagai ruang ekonomi dan dakwah. Design menerjemahkan harapan menjadi rancangan materi dan praktik, sedangkan Define memperjelas keterampilan prioritas yang perlu dikuasai peserta. Destiny diwujudkan melalui praktik langsung dan konsultasi lanjutan. Alur tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi mengarahkan aset yang telah dimiliki masyarakat menjadi kapasitas yang dapat dipraktikkan. Namun, karena pengamatan dilakukan dalam satu rangkaian kegiatan, artikel ini belum mengklaim peningkatan pendapatan atau keberhasilan affiliate dalam jangka panjang.



Gambar 1. Suasana kegiatan penyampaian materi dan diskusi mengenai pemasaran digital di balai desa.



Gambar 2. Penyampaian materi secara langsung dalam kegiatan edukasi masyarakat.



Gambar 3. Pemateri menyampaikan materi di hadapan peserta kegiatan di balai desa

Tabel 1. Ringkasan temuan kegiatan dan arah tindak lanjut pemberdayaan Masyarakat

Aspek	Temuan	Rekomendasi
Orientasi ekonomi	Aktivitas ekonomi konvensional masih lebih familiar.	Gunakan contoh affiliate yang dekat dengan kebutuhan lokal.
Literasi digital	Pemahaman strategis tentang konten, audiens, dan evaluasi masih	Pelatihan praktik dan latihan evaluasi konten.

	terbatas.	
Produksi konten	Promosi cenderung sederhana dan belum konsisten.	Workshop pembuatan video dan penyusunan naskah.
Interaksi audiens	Kemampuan membangun komunikasi dan audiens perlu diperkuat.	Latihan komunikasi, storytelling, dan respons komentar.
Dakwah digital	Peluang integrasi pesan positif tersedia dalam konten.	Kembangkan konten promosi yang informatif, etis, dan bernilai edukatif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pagerukir pada 14 Agustus 2026 menunjukkan bahwa pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dapat digunakan untuk mengembangkan aset awal masyarakat berupa pengalaman menggunakan media sosial, akses terhadap telepon pintar, dan ketertarikan terhadap peluang ekonomi digital. Penerapan dilakukan melalui tahapan discovery, dream, design, define, dan destiny. Materi yang diberikan mencakup pembuatan konten, pendaftaran TikTok Affiliate, pengembangan followers, pembuatan hook, dan strategi promosi, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung. Respons peserta dinilai baik dan dua peserta melanjutkan konsultasi secara privat setelah seminar, yang menjadi indikasi awal adanya kebutuhan dan minat terhadap pendampingan lanjutan. Temuan tersebut mendukung penggunaan model pemberdayaan berbasis aset dan praktik sebagai pendekatan yang relevan untuk pengembangan keterampilan ekonomi digital. Meskipun demikian, kegiatan ini belum memberikan dasar untuk menyimpulkan peningkatan pendapatan atau keberhasilan affiliate dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pendampingan, pemantauan penerapan keterampilan, dan evaluasi perkembangan peserta diperlukan untuk menilai keberlanjutan hasil pemberdayaan.

REFERENSI

- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons.
- Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok: Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102–114. <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>

- Ife, J. (2013). *Community Development in an Uncertain World: Vision, Analysis and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1).
- Musyiqqudin, & Insiyah, C. (2025). TikTok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 10(1), 64–82. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i1.6906>
- Novita, D., et al. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Penerapan Strategi Marketing Affiliate di TikTok. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 41–46.
- Prasetyo, Y. T., Senjaya, S., & Hidayat, R. (2023). Social Commerce Adoption Through TikTok Platform Among Young Consumers. *Sustainability*, 15(4).
- Rachmaniyah, F., et al. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Digital: Pelatihan Tiktok Affiliate untuk Ibu PKK Desa Kudikan Lamongan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(2), 85–94.
- Ramadhanti, G. A., Idris, I., & Holisah, S. (2025). Pemanfaatan Afiliiasi Tiktok sebagai Strategi Digitalisasi Bisnis untuk Peningkatan Ekonomi Lokal.
- Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, 23(1).