

**EFEKTIVITAS DAKWAH PADA AKUN TIKTOK KADAM SIDIK  
DALAM PANDANGAN MAHASISWA**

**Rapit<sup>1</sup>, Fiqram Almuammar<sup>2</sup>, Suryani Musi<sup>3</sup>,**

**Zaki Al Irsyad<sup>4</sup>, Sartika Andraeni<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>UIN Alauddin Makassar,

<sup>2</sup>UIN Alauddin Makassar,

<sup>3</sup>UIN Alauddin Makassar,

<sup>4</sup>UIN Alauddin Makassar,

<sup>5</sup>UIN Alauddin Makassar

<sup>1</sup>E-mail: [rapitraditya@gmail.com](mailto:rapitraditya@gmail.com),

<sup>2</sup>E-mail: [almuammarfiqgram@gmail.com](mailto:almuammarfiqgram@gmail.com),

<sup>3</sup>E-mail: [suryani.musi@uin-alauddin.ac.id](mailto:suryani.musi@uin-alauddin.ac.id),

<sup>4</sup>E-mail: [zakialirsyad26@gmail.com](mailto:zakialirsyad26@gmail.com),

<sup>5</sup>E-mail: [sartikaartik@gmail.com](mailto:sartikaartik@gmail.com)

**Abstract**

*One of the social media platforms that is currently developing rapidly as a medium for preaching is TikTok, a short video-based digital platform that is much in demand by the younger generation, including students. This research aims to find out and analyze the effectiveness of da'wah on TikTok social media in the view of students on the TikTok account of Kadam Sidik, a millennial preacher who is currently viral. This type of research is qualitative research with a descriptive approach. Data sources were obtained from observation, interviews with two people and documentation and searches from various references. The data collection method was carried out in three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this discussion show that preaching on TikTok social media is considered quite effective because it is in accordance with current conditions where all information can be easily obtained through social media. In conclusion, preachers can utilize Tiktok social media, both from the fyp and live stream features, as a means of conveying da'wah messages to mad'u.*

**Keywords:** Effectiveness, Da'wah, TikTok, Students

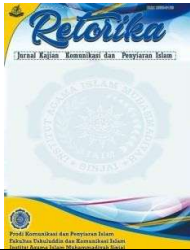
**Abstrak**

*Salah satu platform media sosial yang berkembang pesat saat ini sebagai media dakwah adalah TikTok, sebuah platform digital berbasis video pendek yang banyak diminati oleh generasi muda, termasuk kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas dakwah di media sosial TikTok dalam pandangan mahasiswa pada akun TikTok Kadam Sidik, seorang da'i milenial yang sedang viral saat ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data diperoleh dari observasi, wawancara berjumlah dua orang dan dokumentasi serta penelusuran dari berbagai referensi. Metode pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa berdakwah di media sosial TikTok dianggap cukup efektif karena sesuai dengan kondisi saat ini yang dimana semua informasi dapat dengan mudah diperoleh melalui media sosial. Kesimpulannya para da'i dapat memanfaatkan media sosial Tiktok baik dari fitur fyp maupun live stream sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u.*

**Kata kunci:** Efektivitas, Dakwah, TikTok, Mahasiswa

**1. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi digital telah memberikan mengakibatkan transformasi yang signifikan dalam pola komunikasi dakwah di era kontenporer. Dakwah yang sebelumnya hanya disampaikan melalui mimbar, majelis taklim ataupun media cetak.

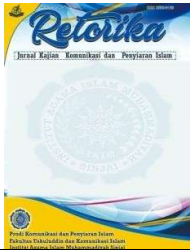


Kini berevolusi menuju ruang digital dengan jangkauan audiens yang lebih luas dan dinamis. Salah satu platform media sosial yang berkembang pesat saat ini sebagai medium dakwah adalah TikTok, sebuah platform digital yang berbasis video pendek yang banyak diminati oleh generasi muda, termasuk kalangan mahasiswa.

Media sosial berfungsi sebagai instrumen strategis dalam mengkomunikasikan nilai-nilai keislaman secara kreatif dan kontekstual. Media sosial menunjukkan efektivitas tinggi sebagai alat dakwah karena karakteristiknya yang interaktif, cepat, dan mampu memicu keterlibatan emosional pengguna (Amalia et al., 2024) Dalam konteks ini, akun TikTok Kadam Sidik muncul sebagai ilustrasi menarik fenomena dakwah digital di Indonesia. Akun tersebut dikenal karena pendekatan dakwahnya yang ringan, komunikatif, serta menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami sesuai dengan tren generasi muda. Namun demikian, efektivitas dakwah digital tidak semata-mata diukur dari jumlah pengikut atau popularitas konten, melainkan dari sejauh mana pesan dakwah tersebut dapat diterima, dipahami, dan berpengaruh terhadap sikap religius audiens. Dengan demikian, diperlukan kajian yang lebih spesifik untuk menilai bagaimana mahasiswa sebagai subjek utama pengguna TikTok dalam memandang efektivitas konten dakwah yang disampaikan melalui akun seperti Kadam Sidik.

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran mendalam tentang pandangan mahasiswa terkait kualitas, kredibilitas, serta daya tarik konten dakwah yang disampaikan lewat platform TikTok, plus sejauh mana konten tersebut bisa membentuk pemahaman dan sikap keagamaan mereka. Beberapa studi sebelumnya sudah membahas efektivitas dakwah melalui media sosial, dan hasilnya cukup beragam.

Berdasarkan temuan riset yang dipublikasikan di jurnal Tashdiq (Vol. 14 No. 2, 2025) dengan judul “Efektivitas Dakwah Islam Lewat TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI”, ternyata dakwah lewat akun TikTok kayak Kadam Sidik itu cukup ampuh menurut pandangan mahasiswa. Mereka bilang, cara kerja dakwah ini bagus banget karena bisa nggabungin unsur visual yang kreatif sama pesan-pesan Islam yang pas banget buat kehidupan anak muda zaman sekarang. Mahasiswa juga suka gaya penyampaiannya yang santai, mudah diajak ngobrol, dan pake bahasa sehari-hari, jadi pesan dakwahnya jadi lebih gampang dicerna dan diterima. Video-video pendek yang dibikin dengan narasi yang bikin emosi tersentuh plus visual yang menarik, itu bikin orang makin tertarik ikut serta dan akhirnya bisa bikin mahasiswa lebih sering mikir



soal hal-hal spiritual. Tapi, keampuhan ini juga tergantung banget sama kredibilitas si pendakwah dan kualitas isi kontennya. Kalau pesan disampaikan oleh orang yang punya latar belakang Islam yang kuat dan konsisten dalam sebarkan nilai-nilai positif, mahasiswa biasanya jadi lebih religius, misalnya makin semangat ibadah atau dalam ajaran Islam lebih dalam. Sebaliknya, kalau kontennya cuma dangkal atau nggak ada dasar ilmu yang kuat, bisa-bisa malah bikin persepsi negatif. Jadi, kayak yang disampaikan dalam studi (Hidayat et al., 2025), TikTok bisa jadi alat dakwah yang super efektif dan penuh potensi buat mahasiswa, asal dimanfaatkan dengan strategi komunikasi yang bertanggung jawab, yang imbang antara aspek estetika, substansi, dan spiritualitas.(Hidayat et al., 2025)

Selain itu, Pada jurnal Qawwam: The Leader's Writing (Vol. 5 No. 1, 2024) yang berjudul "Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah di Era Milenial", ternyata dakwah lewat akun TikTok Kadam Sidik dinilai memiliki efek oleh mahasiswa. Mereka mengatakan, platform ini dapat membawakan pesan-pesan Islam dengan cara yang komunikatif dan visual, yang sesuai dengan sifat generasi milenial dan Gen Z. Konten dari Kadam Sidik dianggap efektif karena dibuat kreatif, singkat, dan pembahasannya yang tidak terlalu berat, tapi tetap bisa memberikan nilai moral dan spiritual yang relevan buat hidup sehari-hari. Seperti yang dijelaskan (Putri, 2024), dakwah via TikTok ini menjadi cara yang kontekstual di zaman teknologi sekarang, karena bisa menjadi saingan konten hiburan negatif lainnya, dan bisa menarik perhatian lewat fitur interaktif kayak like, komentar, dan FYP yang membuat jangkauan dakwahnya makin luas. Dari pandangan mahasiswa, keampuhan dakwah seperti ini ada di kemampuan da'i untuk menggabungkan nilai dakwah sama tren digital yang seimbang—jadi pesan kebaikan nggak cuma inspirasi spiritual doang, tapi juga mudah diterima di budaya digital yang super cepat. Akhirnya, akun Kadam Sidik dianggap bisa menjalankan fungsi dakwah dengan efektif karena berhasil memanfaatkan algoritma dan estetika TikTok buat kuatin pesan agama di kalangan mahasiswa.(Putri, 2024).

Penelitian yang tercantum dalam jurnal "An overview of the qualitative descriptive design within nursing research 2020, Vol. 25(5) 443–455" menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang secara utama bertujuan untuk memahami fenomena lapangan secara mendalam melalui pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan tersebut berusaha menggambarkan realitas sosial dalam kondisi aslinya tanpa adanya intervensi, sambil menyoroiti signifikansi dari setiap kejadian atau tindakan yang diamati. Peneliti

berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data, dengan melakukan interpretasi terhadap temuan berdasarkan konteks yang sesungguhnya. Temuan penelitian selanjutnya dipresentasikan dalam format naratif yang menguraikan pengalaman, perspektif, serta wawasan informan secara rinci dan akurat sesuai dengan kondisi di situs penelitian. (Doyle et al., 2020)

## 2. Metode

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), metode dapat diartikan sebagai cara kerja yang terstruktur dan sistematis agar mempermudah jalannya suatu aktivitas, dengan tujuan akhir yang sudah ditetapkan. Berbicara soal penelitian ilmiah, metode menjadi panduan yang rapi agar proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data bisa berjalan lancar, mendapatkan hasil yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

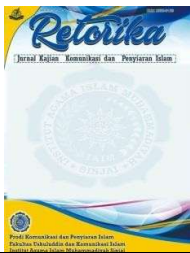
Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar memberikan pemahaman bagaimana mahasiswa melihat efektivitas dakwah lewat akun TikTok Kadam Sidik. Pendekatan kualitatif sangat relevan pada penelitian ini karena fokusnya bukan hanya pada perhitungan statistik tetapi menggali lebih dalam informasi terkait pesan dakwah yang mereka dapatkan dari media sosial. (Creswell, 2018), mengatakan bahwa penelitian kualitatif berupaya memahami fenomena sosial berdasarkan pandangan partisipan, melalui interaksi langsung dan interpretasi terhadap konteks sosial yang melingkupinya. (Creswell, 2018)

### 2.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Setiap karya ilmiah harus dilengkapi dengan pendekatan metodologis yang kuat, mulai dari cara mengumpulkan data hingga menganalisis hasilnya. Kajian ini fokus pada seberapa Efektif Dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik, dilihat dari sudut pandang mahasiswa. Karena itu, penulis memilih untuk melakukan riset lapangan dengan pendekatan kualitatif.

#### a. Jenis Penelitian

Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamiah (*natural setting*) obyek yang diteliti. Berdasarkan tujuan, metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi penelitian dasar (*basic research*), penelitian terapan (*applied research*) dan penelitian pengembangan (*research and development*). Selanjutnya berdasarkan Tingkat kealamiah, metode penelitian dapat dikelompokkan menjadi metode penelitian eksperimen, survey dan naturalistic. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif, di mana pengumpulan datanya lebih



menekankan pada pengamatan langsung, dialog intensif melalui wawancara, serta pencatatan dokumentasi. Penelitian ini termasuk kategori deskriptif, artinya data yang dikumpulkan seperti ucapan, visual, atau tindakan manusia, kemudian dijabarkan dalam bentuk cerita naratif yang menggambarkan situasi secara jujur dan apa adanya, sesuai dengan fakta-fakta yang benar-benar terjadi di lokasi penelitian. (Tremblay et al., 2016)

#### b. Lokasi Penelitian

Menurut Hamid Darmadi, lokasi penelitian itu bisa dibilang sebagai area atau daerah tertentu tempat kita melaksanakan riset untuk mengatasi permasalahan dan mendapatkan data yang benar-benar berguna. Dalam hal ini, penelitian akan dilakukan di kampus II UIN Alauddin Makassar, tepatnya di Kabupaten Gowa. Penulis memutuskan memilih lokasi ini karena memang relevan dan cocok dengan kondisi serta atmosfer di lingkungan kampus yang sarat dengan nuansa keislaman.

### 2.2. Sumber Data

Sumber data dalam riset ini pada dasarnya adalah asal atau lokasi tempat peneliti mengumpulkan informasi untuk menunjang jalannya penelitian. Informan punya peran krusial, bukan sekadar orang yang memberikan jawaban, tapi juga sebagai sumber pengetahuan utama yang bisa bikin penelitian ini sukses atau gagal. Karena itu, peneliti wajib bangun kepercayaan dan hubungan yang solid dengan informan biar data yang didapat akurat banget dan ngebahas hal-hal yang dalam. Berdasarkan penelitian ini maka sumber data diperoleh adalah:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Secara praktis, dalam penelitian dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik, sumber data primer bisa berupa tanggapan dan persepsi mahasiswa sebagai audiens langsung.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti, melainkan melalui dokumen, buku, artikel, atau laporan yang sudah ada sebelumnya. Data ini digunakan untuk melengkapi data primer dan mendukung analisis penelitian. Data sekunder mudah diakses, tetapi harus dipastikan valid dan relevan agar hasil penelitian terpercaya.

### 2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tehnik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian. (Ischak et al., 2019) mengatakan Dalam metode penelitian kualitatif, lazimnya data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu; wawancara, observasi, dokumentasi, dan diskusi terfokus (Focus Group Discussion).. Berdasarkan hal tersebut maka teknik pengumpulan data yang akan dilakukan sebagai berikut:

#### a. Metode Observasi

Menurut John W. Creswell, observasi merupakan metode penelitian yang melibatkan peneliti dalam mengamati dan mencatat perilaku serta kejadian secara teratur di lingkungan asli atau natural setting, dengan tujuan memahami arti serta pola tindakan dari para partisipan. Melalui pendekatan ini, peneliti bisa langsung melihat konten-konten dakwah yang diposting oleh Kadam Sidik di akun TikTok-nya selama setidaknya tiga bulan belakangan, plus mengamati bagaimana mahasiswa mengikuti dan menyaksikan konten tersebut di platform yang sama.

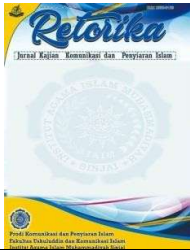
#### b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal mendalam dari responden (Putri, 2017). Tujuannya adalah untuk menyelidiki pandangan, pengalaman pribadi, dan penilaian mahasiswa mengenai seberapa efektif konten dakwah yang dibagikan di akun TikTok milik Kadam Sidik. Ini meliputi aspek-aspek seperti isi materi, cara penyampaiannya, tingkat daya tarik, kepercayaan yang diberikan, serta dampaknya pada rutinitas keagamaan sehari-hari. Adapun responden yang dilibatkan dalam wawancara oleh peneliti meliputi:

- 1) Muhammad Ikhsan Amin (Mahasiswa)
- 2) St. Amalia Putri (Mahasiswa)

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan dokumen tertulis, foto, rekaman video, atau arsip lainnya yang terkait dengan subjek penelitian. Ini berfungsi sebagai bukti konkret untuk memperkuat temuan dari observasi dan wawancara. Adapun Purwono menyatakan bahwa dokumentasi adalah kegiatan perekaman yang menghasilkan dokumen yang dapat



digunakan sebagai bukti suatu keterangan.(Collins et al., 2021a) Dalam penelitian “Efektivitas Dakwah pada Akun TikTok Kadam Sidik dalam Pandangan Mahasiswa” metode ini digunakan untuk menyajikan bukti nyata (evidence) berupa dokumentasi visual dan data digital sebagai dasar analisis efektivitas dakwah.

#### 2.4. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Secara sederhana arti analisis dapat difahami sebagai upaya menganalisa atau memeriksa secara tetiti terhadap apa yang terjadi dalam konteks masalah penelitian (Jerome L Myers; Arnold D Well; Robert F, 2010). Analisis data sendiri bisa dipahami sebagai proses mendiskusikan dan memahami informasi yang ada agar bisa mengungkap arti tersembunyi di baliknya, kemudian menyimpulkan temuan-temuan tertentu dari seluruh data tersebut dalam suatu studi. Selain itu, analisis data juga bisa dilihat sebagai langkah-langkah untuk menangani data, mengaturnya, menyortir, dan memprosesnya menjadi sebuah tatanan yang teratur serta penuh makna.

Teknik analisis dan interpretasi yang diterapkan di sini berasal dari teori Huberman dan Miles, sebagaimana yang dirujuk oleh Burhan Bungin. Pendekatan ini sering disebut sebagai teknik pengolahan interaktif. Cara kerja dari metode analisis data ini dimulai dari peyajian data, pengorganisasian data, koleksi data, verifikasi data, serta mengambil kesimpulan. Proses analisis data ini dilakukan secara bertahap bersamaan dengan pengumpulan data dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dilakukan (Haryoko et al., 2020). Di dalam melakukan analisis data peneliti mengacu kepada tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip Sukmadinata yang terdiri dari tiga tahapan yaitu:

##### a. Reduksi Data

Miles dan Huberman menyatakan bahwa reduksi data adalah proses dimana seorang peneliti melakukan kajian awal terhadap data-data yang telah dihasilkan dengan cara melakukan pengujian data dalam kaitannya dengan aspek atau fokus penelitian. Sebagaimana makna asalnya, reduksi atau reduction berarti pengurangan atau penentuan ulang (Haryoko et al., 2020). Maksudnya, ini adalah proses mengurangi atau menata ulang data hasil penelitian. Di fase ini, peneliti mengurangi atau menyusun kembali informasi yang didapat dari lapangan. Data yang masih acak-acakan diatur secara terstruktur lewat pembuatan ringkasan dan pengelompokan berdasarkan fokus studi. Peneliti memilah data yang cocok dan berhubungan dengan topik, lalu menghilangkan atau mengesampingkan yang tidak relevan. Data yang sesuai

selanjutnya diklasifikasikan ke dalam kelompok-kelompok tertentu supaya lebih gampang dianalisis. Langkah ini pada akhirnya dimaksudkan untuk membantu peneliti lebih mudah memahami dan mengolah data menuju tahapan penelitian berikutnya.

### b. Penyajian Data

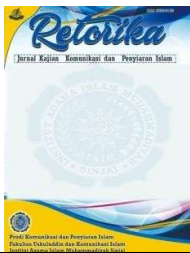
Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan Kesimpulan dan pengambilan tindakan (Haryoko et al., 2020). tujuannya adalah membuat informasi dalam data itu lebih gampang untuk dipahami, supaya keputusan yang diambil jadi lebih akurat berdasarkan data tersebut. Khusus di dunia akademik, penyajian data juga berguna buat menjelaskan hasil penelitian dengan cara yang jelas, sambil membantu analisis dan penafsiran data lewat pendekatan yang komunikatif, biar para pembaca atau pendengar bisa menangkap inti pesan dari data itu tanpa ribet. Makanya, penyajian data yang bagus itu sangat krusial, supaya informasi dapat dijangkau dan dimengerti dengan baik sesuai dengan maksud penelitian yang dilakukan.

### c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Proses menarik kesimpulan dan memverifikasi data merupakan langkah terakhir dalam analisis data kualitatif, yang dimaksudkan untuk mengungkap makna dari informasi yang sudah terkumpul serta memastikan keabsahannya.. Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan (conclusion drawing) adalah proses menginterpretasikan hasil reduksi dan penyajian data untuk menemukan pola, hubungan, atau makna yang relevan dengan fokus penelitian. Sedangkan memverifikasi data dilakukan untuk mengecek kebenaran dan kesesuaian kesimpulan itu, misalnya dengan meninjau ulang data, membandingkan hasil dengan referensi lain, atau menggunakan triangulasi. Dengan begitu, kedua langkah ini saling mendukung untuk menjamin bahwa temuan penelitian itu valid, bisa dipertanggungjawabkan, dan benar-benar merefleksikan kenyataan yang sedang dipelajari. Hasil dan Pembahasan

## 2.5. Pandangan Mahasiswa Terhadap Dakwah di TikTok

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan transformasi fundamental dalam mekanisme masyarakat untuk mengakses, memahami, serta merespons pesan-pesan keagamaan. Platform media sosial seperti TikTok muncul sebagai saluran inovatif yang dianggap sangat efisien dalam penyebaran pesan dakwah kepada generasi muda, khususnya mahasiswa. Dalam hal ini, akun dakwah Kadam sidik merupakan ilustrasi menarik mengenai bagaimana para pendakwah dapat



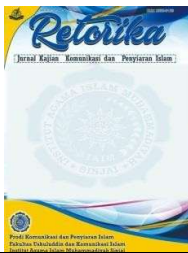
mengoptimalkan teknologi digital untuk mengkomunikasikan nilai-nilai keagamaan secara terstruktur, berkelanjutan, dan selaras dengan pola hidup generasi Z.

Mahasiswa juga menunjukkan pendekatan kritis terhadap dakwah digital. Para responden menyadari bahwa tidak seluruh konten dakwah di media sosial dapat dianggap sepenuhnya kredibel. Oleh sebab itu, mereka menyoroiti signifikansi peran guru spiritual atau ustaz dalam memberikan panduan pemahaman agama guna menghindari miskonsepsi. Pandangan ini konsisten dengan kajian sebelumnya yang menegaskan bahwa salah satu tantangan utama dakwah digital adalah bahaya penyebaran konten keagamaan yang tidak akurat dan belum diverifikasi, yang berpotensi memicu kesalahpahaman ajaran. Dengan demikian, keefektifan dakwah di TikTok tidak semata-mata bergantung pada metode penyampaian konten, melainkan juga pada literasi digital serta pendekatan selektif audiens dalam menerima pesan keagamaan.

## 2.6. Perbandingan Dakwah TikTok Dengan Media Dakwah Tradisional

Dakwah merujuk pada kegiatan penyampaian pesan Islam yang bertujuan utama untuk mengajak umat manusia menuju kebaikan dan kepatuhan kepada Allah SWT. Dalam perjalanan sejarahnya, dakwah terus mengalami evolusi dan adaptasi terhadap konteks sosial serta kemajuan teknologi komunikasi. Pada era sebelumnya, dakwah disampaikan melalui saluran tradisional seperti mimbar masjid, majelis taklim, radio, dan televisi. Saluran-saluran ini memainkan peran krusial dalam membentuk moralitas sosial dan meningkatkan kesadaran keagamaan di tengah masyarakat. Namun, dengan munculnya media sosial, dakwah mengalami transformasi signifikan yang memerlukan para dai untuk menyesuaikan metode dan strategi komunikasi agar tetap relevan di era perubahan. Salah satu platform yang kini mendapat perhatian besar dalam konteks dakwah digital adalah TikTok—sebuah platform berbasis video pendek yang populer di kalangan generasi muda dan memiliki jangkauan audiens yang sangat luas.

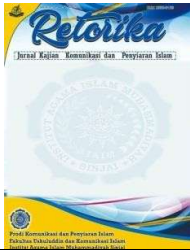
Secara historis, dakwah tradisional berfungsi sebagai fondasi utama penyebaran Islam di berbagai wilayah. Menurut (Kholili, 2009), dakwah tradisional menekankan pendekatan yang berpusat pada dai (da'i sentris), di mana dai berperan aktif dalam menyampaikan pesan secara verbal, sementara sasaran dakwah bersifat pasif dan diharapkan menunjukkan kepatuhan eksternal. Ciri khas lainnya adalah dai cenderung menyusun pesan berdasarkan kehendak pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan, harapan, atau minat sasaran dakwah. Bentuk dakwah ini membangun kepercayaan dan otoritas moral yang tinggi, karena mad'u dapat bertanya dan berdiskusi secara



langsung. Namun, seiring kemajuan teknologi digital, dakwah tradisional mulai menghadapi tantangan baru, terutama dalam menjangkau generasi muda yang lebih aktif di dunia maya dan cenderung mengonsumsi konten secara cepat serta visual. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh (Zaman et al., 2023) dalam jurnal Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, yang menegaskan bahwa transformasi media menjadi kebutuhan mendesak untuk kelangsungan dakwah Islam di era digital.

Selain itu, penelitian (Naqisa & Fadillah, 2024) dalam jurnal *The Communication Style of Habib Jafar's Da'wah on TikTok Social Media* menyoroti bagaimana Habib Jafar memanfaatkan strategi komunikasi yang *assertive-relational*, yaitu mengintegrasikan pendekatan personal dengan humor dan narasi ringan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kontekstual. Habib Jafar dianggap berhasil menyelaraskan dakwah dengan budaya populer, menggunakan simbol-simbol, dan membangun kedekatan emosional dengan audiens muda. Gaya dakwahnya membuktikan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga dapat menjadi ruang spiritual baru yang interaktif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak semata-mata bergantung pada substansi pesan, melainkan juga pada kemampuan dai untuk mengadaptasi gaya komunikasi dengan karakteristik audiens. Meskipun dakwah di TikTok memiliki keunggulan dalam hal kecepatan penyebaran dan jangkauan audiens, tetap terdapat tantangan signifikan yang perlu diperhatikan. (Ibnu Kasir dan & Syahrol Awali, 2024) dalam *Jurnal An-Nasyr* menegaskan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar untuk memperluas akses informasi keagamaan, namun juga berisiko tinggi terhadap penyederhanaan makna. Dalam dakwah berbasis TikTok, pesan keislaman yang seharusnya kompleks dan mendalam sering kali dikompresi menjadi potongan video singkat yang viral. Fenomena ini dikenal sebagai fragmentasi pesan dakwah, yaitu ketika pesan agama direduksi menjadi konten moral sederhana tanpa konteks teologis yang kuat. Akibatnya, sebagian audiens hanya memahami Islam secara superfisial tanpa menginternalisasi nilai-nilai spiritual secara mendalam.

Jika dibandingkan dengan media tradisional, dakwah di TikTok menawarkan bentuk komunikasi yang lebih interaktif dan cepat, sedangkan media tradisional tetap unggul dalam kedalaman dan kontinuitas materi. Media tradisional seperti ceramah di masjid atau majelis taklim memiliki kekuatan untuk membangun komunitas spiritual dan hubungan emosional jangka panjang antara dai dan jamaah. Sementara itu, TikTok unggul dalam menjangkau generasi muda secara global dan menyajikan pengalaman



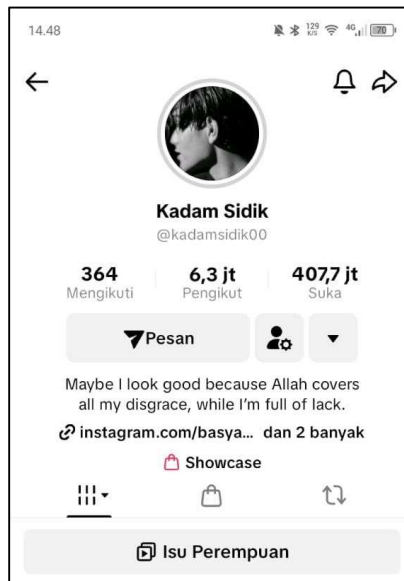
dakwah yang bersifat visual serta ringan. Berdasarkan isi jurnal “Interactivity Strategies and Engagement in Universities’ Social Media Communication” (Capriotti et al., 2024), teori interaktivitas komunikasi di media digital digambarkan sebagai pendekatan strategis organisasi untuk menjalin hubungan dialogis dengan khalayak melalui pertukaran informasi, pandangan, dan pengalaman berkelanjutan di platform digital. Interaktivitas melampaui kapasitas teknis media untuk respons timbal balik, menekankan inisiatif proaktif lembaga untuk mendorong dialog, partisipasi, dan keterlibatan audiens. Di media sosial, hal ini diwujudkan melalui orientasi komunikasi umum (informasional versus percakapan) dan sumber daya komunikasi (ekspositori versus interaktif). Orientasi informasional fokus pada diseminasi pesan searah untuk reputasi, sedangkan percakapan mendorong dialog dua arah dengan pemangku kepentingan. Sumber daya ekspositori (teks, gambar, video) menyampaikan informasi, sementara interaktif (tautan, hashtag, survei) merangsang partisipasi. Capriotti dkk. menegaskan bahwa strategi ini merupakan fondasi komunikasi dialogis efektif di media digital, memungkinkan pembentukan hubungan bermakna dan peningkatan engagement publik berkelanjutan.

Namun, perlu dicatat bahwa interaktivitas yang tinggi tidak selalu sebanding dengan kedalaman pemahaman. Dakwah di TikTok sering kali bersifat sementara dan bergantung pada tren. Sementara itu, dakwah tradisional memiliki nilai ketahanan pesan yang lebih kuat karena didukung oleh interaksi langsung dan proses pembelajaran yang berkelanjutan. Dengan demikian, kedua bentuk dakwah ini sebaiknya tidak dipertentangkan, melainkan saling melengkapi. Dakwah digital dapat berfungsi sebagai pintu masuk untuk memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, sedangkan dakwah tradisional menjadi wadah pendalaman ajaran dan pembinaan spiritual yang lebih intensif.

## 2.7. Karakteristik Akun TikTok Kadam Sidik

Media sosial saat ini telah berfungsi sebagai ruang inovatif bagi para pendakwah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara efisien. Salah satu figur muda yang memanfaatkan platform digital untuk kegiatan berdakwah adalah Kadam Sidiq, pemilik akun dari @kadamsidiq00. Ia dikenal sebagai pendakwah muda dengan gaya penyampaian dakwahnya yang bersifat ringan, santai, dan dekat dengan generasi muda.

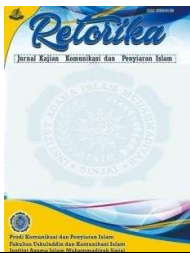
**Gambar 1** Beranda akun TikTok Kadam Sidik



Seperti yang tertera pada gambar 1, Melalui platform TikTok, Kadam Sidik berhasil menjadikan dakwah sebagai bagian dari edukasi spiritual yang mudah diakses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun.

Kadam Sidik memiliki nama asli Husain Basyaiban, lahir di Mekkah pada 12 Agustus 2002, dan berdarah Madura dari Bangkalan, Jawa Timur. Ia mulai dikenal publik karena konsistensinya dalam membuat video dakwah yang singkat namun mengandung pesan moral yang kuat. Menurut data, (Fitri et al., 2025) akun TikTok-nya telah memiliki lebih dari 6,3 juta pengikut dan ratusan juta likes, menjadikannya salah satu pendakwah muda paling berpengaruh di media sosial.

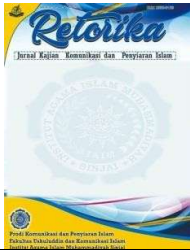
Akun Tiktok Kadam Sidiq mempresentasikan bentuk inovatif dari berdakwah melalui platform digital yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi serta transformasi pola komunikasi generasi muda. Sebagai komponen dari fenomena screen to screen preaching, akun tersebut memanfaatkan potensi dari media sosial sebagai ruang baru untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang disajikan secara kreatif, ringan dan komunikatif. Karakteristik utama dari akun yang mengintegrasikan dimensi religiusitas dengan estetika visual khas tiktok, dengan durasi video yang



singkat, format vertikal, serta bahasa yang sederhana dan dapat diakses oleh berbagai kelompok usia. Hal ini konsisten dengan temuan (Yusuf, 2025) dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID) yang menyatakan bahwa efektivitas dakwah digital bergantung pada kapasitas dari komunikatornya untuk menyelaraskan metode penyampaian dengan konteks sosial dan psikologis audiens. Dengan demikian, Kadam Sidiq memposisikan dirinya untuk tidak hanya sebagai penyampai pesan keagamaan, melainkan juga sebagai pembuat konten yang memahami dinamikasi algoritma serta budaya interaksi digital. (Collins et al., 2021b)

Dalam konteks karakteristik komunikator, Kadam Sidiq menampilkan citra pendakwah yang egaliter dan dekat dengan masyarakat. Gaya penyampaiannya yang santai, diiringi dengan humor serta penggunaan istilah sehari-hari, membuat pesan dakwahnya terasa lebih ringan tanpa mengurangi substansi spiritualnya. Hal ini mencerminkan atribut dai digital sebagaimana digambarkan oleh Abdul Somad dan Adi Hidayat dalam studi (Yusuf, 2025), yaitu dai yang mengintegritaskan kredibilitas intelektual dengan empati sosial. Kadam Sidiq juga menunjukkan sikap wasathiyah (moderat) dalam dakwahnya, dengan menghindari retorika ekstrem, serta menekankan prinsip kasih sayang dan toleransi sesuai dengan nilai dakwah rahmatan lil ‘alamin. Pendekatan ini memungkinkan kontennya mudah diterima oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang baru mengenal ajaran islam. Dengan demikian, Kadam Sidiq berperan sebagai figur dakwah yang mampu menjaga keseimbangan antar kedalaman makna dan visual yang menarik.

Dari perspektif audiens, penelitian (Qalban, 2022) dalam HUUJAH : Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam memberikan gambaran yang signifikan mengenai karakteristik generasi Z sebagai konsumen utama dakwah digital. Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok yang sangat familiar dengan teknologi dan memiliki rentan perhatian yang singkat. Mereka cenderung tertarik pada konten yang cepat, padat dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini memberikan jawaban mengapa Kadam Sidiq menggunakan format narasi cepat dengan penyisipan elemen visual yang kuat serta gaya berbicara yang interaktif. Pendekatan ini selaras dengan konsep smart dakwah yang diusulkan oleh (Qalban, 2022), yaitu penyampaian pesan keagamaan dengan menekankan literasi digital, nilai moderasi dan kemudahan mengakses informasi. Dengan memanfaatkan algoritma TikTok, Kadam Sidiq berhasil membangun jangkauan dakwah yang luas dan adaptif terhadap karakteristik Gen Z yang native digital.



Selain itu, karakteristik penting lainnya dari akun Kadaam Sidiq adalah interaktif dan kedekatan emosional dengan audiens. Melalui kolom komentar dan fitur duet, akun ini menciptakan ruang dialog bilateral yang memperkuat adanya keterlibatan dari pengikutnya. Model komunikasi ini mencerminkan paradigma baru dakwah partisipatif, di mana audiens tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga terlibat dalam proses interpretasi dan penyebaran nilai-nilai keislaman. Hal ini konsisten dengan strategi komunikasi dakwah yang direkomendasikan oleh (Yusuf, 2025), yaitu membangun interaksi aktif melalui media sosial untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Kadam Sidik memanfaatkan potensi ini secara optimal melalui respons cepat terhadap komentar dan penggunaan narasi yang mendorong refleksi diri tanpa bersifat menggurui. Konten seperti nasihat singkat, doa harian, dan ajakan introspeksi menjadikan dakwahnya relevan secara emosional dan spiritual.

Lebih lanjut, akun Kadam Sidik juga menunjukkan profesionalitas dalam pengelolaan konten. Pemilihan musik latar, pencahayaan video, serta penempatan teks yang sinkron menunjukkan pemahaman mendalam terhadap estetika digital. Elemen teknis ini bukan sekadar pendukung, melainkan komponen integral dari strategi komunikasi visual dakwah. Dengan demikian, Kadam Sidik berhasil mengintegrasikan dua dimensi krusial: kedalaman pesan dan kekuatan visual. Pendekatan ini membedakannya dari dakwah konvensional yang bersifat monolog dan formal, menuju dakwah modern yang interaktif, emosional, dan berorientasi pada pengalaman pengguna.

Secara keseluruhan, karakteristik akun TikTok Kadam Sidik dapat diringkas mencakup empat aspek utama:

- a. Gaya penyampaian yang sederhana dan interaktif,
- b. Pendekatan wasathiyah dan empatik,
- c. Penguasaan literasi digital dan estetika konten, serta
- d. Interaktivitas dengan audiens berbasis nilai partisipatif.

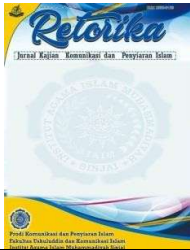
Melalui kombinasi keempat elemen ini, Kadam Sidik tidak hanya berfungsi sebagai penyebar pesan keagamaan, tetapi juga sebagai agen transformasi sosial di ruang digital, yang relevan dengan paradigma dakwah era Society 5.0.

### 2.8. Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah TikTok Kadam Sidik

Berdasarkan hasil wawancara dengan Amaliah dan Ikhsan, mahasiswa menunjukkan persepsi yang sangat positif terhadap dakwah yang disampaikan oleh Kadam Sidik melalui TikTok. Mereka mengaku mengenal konten Kadam Sidik bukan melalui ceramah langsung atau pengajian tradisional, melainkan secara tidak sengaja saat kontennya muncul di beranda TikTok. Paparan berulang melalui algoritma platform tersebut kemudian membangkitkan minat untuk mengikuti substansi dakwahnya. Fenomena ini mengilustrasikan peran krusial algoritma media sosial dalam menghubungkan generasi muda dengan pesan-pesan keagamaan. TikTok, sebagai platform dengan jumlah pengguna generasi Z yang tinggi, memberikan ruang dakwah yang luas bagi pendakwah muda seperti Kadam Sidik untuk menyebarkan pesan secara cepat dan masif. Bagi mahasiswa, gaya komunikasi Kadam Sidik menjadi faktor utama yang membuat dakwahnya menarik. Mereka menilai cara penyampaiannya ringan, santai, dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan pola komunikasi generasi muda. Topik yang disampaikan pun sangat relevan dengan realitas kehidupan mahasiswa, seperti pergaulan, pacaran, moralitas, dan klarifikasi terhadap kesalahpahaman fikih. Pendekatan ini membuat dakwah terasa lebih intim dengan kehidupan nyata audiens dan tidak kaku seperti ceramah formal. Temuan ini selaras dengan pandangan (Noviana Aini, 2023) yang menyatakan bahwa generasi Z cenderung lebih responsif terhadap konten keagamaan digital yang disajikan secara visual, komunikatif, dan menyentuh isu-isu aktual yang dekat dengan kehidupan mereka.

Selain gaya penyampaian, efektivitas dakwah Kadam Sidik juga diperkuat oleh pemilihan platform. TikTok merupakan media yang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah karena bersifat algoritmik dan visual. Para responden mengaku tidak selalu mencari konten Kadam Sidik secara langsung, tetapi konten tersebut sering muncul di beranda mereka. Hal ini konsisten dengan temuan (Darwin et al., 2025), yang menyatakan bahwa media sosial dapat meningkatkan efektivitas penyebaran dakwah apabila konten disajikan secara menarik, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik audiens muda. Dengan strategi komunikasi yang adaptif, TikTok menjadi ruang dakwah yang tidak hanya menjangkau audiens luas tetapi juga membangun keterikatan psikologis antara pendakwah dan mahasiswa.

Mahasiswa juga menunjukkan sikap kritis terhadap konten dakwah digital. Mereka menyadari bahwa tidak semua konten dakwah di media sosial berasal dari

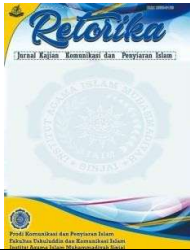


pemahaman agama yang akurat. Oleh sebab itu, mereka menekankan pentingnya peran guru atau pembimbing spiritual dalam memverifikasi pemahaman agama yang mereka terima dari TikTok. Sikap ini mencerminkan literasi digital keagamaan yang cukup baik. Hal ini selaras dengan pandangan (Mubarok & Sunarto, 2024), yang menekankan pentingnya moderasi beragama dalam ruang digital agar penyebaran pesan keagamaan tidak disalahpahami dan tetap selaras dengan prinsip Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

Selain itu, mahasiswa juga melihat relevansi dakwah Kadam Sidik dari segi pendekatan personal yang ia lakukan. Konsistensinya dalam berdakwah menjadi teladan yang mampu memotivasi audiens untuk melakukan perubahan positif dalam perilaku religius. Amalia mengaku terdorong untuk memperbaiki kebiasaan sehari-hari, seperti mengurangi penggunaan ponsel secara berlebihan dan memperbanyak murojaah. Sementara itu, Ikhsan menganggap konsistensi Kadam Sidik sebagai inspirasi untuk lebih disiplin dalam aktivitas keagamaan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian tentang pendekatan dakwah Ustadz Adi Hidayat, yang menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh kredibilitas dan konsistensi pendakwah, bukan hanya substansi pesan semata.

Pendekatan ini juga mengindikasikan adanya pergeseran paradigma dakwah di era digital. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak mengandalkan metode tatap muka, kini media sosial menjadi arena baru untuk membangun kesadaran religius masyarakat muda. Ustadz Adi Hidayat dikenal memanfaatkan media digital dengan pendekatan rasional, terstruktur, dan logis untuk menyampaikan pesan agama. Pendekatan seperti inilah yang juga tercermin pada gaya dakwah Kadam Sidik—pesan yang jelas, topik yang kontekstual, serta strategi komunikasi yang menyesuaikan karakteristik audiens muda.

Dalam konteks moderasi beragama, dakwah Kadam Sidik juga menunjukkan peran penting dalam memperkuat pemahaman Islam yang moderat di kalangan mahasiswa. Pesan yang disampaikan cenderung membangun kesadaran moral, menghindari sikap ekstrem, dan mendorong audiens untuk memahami agama secara kontekstual dan toleran. Hal ini selaras dengan gagasan moderasi beragama dalam penelitian (Mubarok & Sunarto, 2024), yang menekankan perlunya dakwah digital yang inklusif dan kontekstual dalam menjaga harmoni keagamaan di tengah derasnya arus informasi digital. Dengan demikian, persepsi mahasiswa terhadap dakwah Kadam Sidik melalui TikTok menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya



ditentukan oleh substansi pesan agama itu sendiri, tetapi juga oleh strategi komunikasi, pemilihan platform, kredibilitas pendakwah, relevansi topik, serta literasi digital audiens. TikTok terbukti menjadi media dakwah yang kuat dan adaptif terhadap karakteristik generasi muda. Jika diiringi dengan prinsip moderasi beragama dan pendekatan dakwah yang konsisten, media sosial dapat menjadi ruang yang strategis dalam membentuk pemahaman dan kesadaran keagamaan mahasiswa secara lebih luas dan mendalam.

### 2.9. Tantangan dan Hambatan Dakwah di TikTok

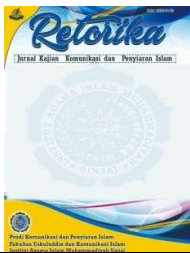
Dakwah di TikTok dihadapkan pada berbagai tantangan dan hambatan yang kompleks, baik dari segi teknis, sosial maupun nilai-nilai keagamaan. Berdasarkan penelitian (Febriana, 2021) dalam jurnal Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah.

Salah satu tantangan utama berdakwah di TikTok terletak pada intensitas persaingan konten di platform tersebut. TikTok lebih menekankan konten yang bersifat hiburan, sementara konten dakwah sering kali kurang menonjol karena tidak sepopuler video lucu atau trending. Algoritma TikTok yang lebih memprioritaskan tayangan yang memiliki interaksi tinggi, seperti jumlah suka, komentar dan durasi tontonan, bukan berdasarkan nilai edukatif atau spiritual yang terkandung dalam konten. Hal ini mengharuskan para pendakwah untuk mengemas pesan agama secara kreatif dan relevan agar tetap dapat menjangkau audiens yang terbiasa dengan budaya scroll cepat.

Selain itu, menurut (Andriyani & Musdalifah, 2023) dalam jurnal Aktualisasi Dakwah Melalui Media Sosial (TikTok), hambatan lain muncul dalam hal konsistensi dan kualitas konten. Banyak pendakwah yang belum mampu menjaga kontinuitas dalam memproduksi video dakwah, baik karena keterbatasan waktu, ide, maupun kemampuan teknis seperti pengambilan gambar, pencahayaan, dan penyuntingan.

Kualitas visual yang rendah dan penyajian yang monoton membuat audiens mudah beralih ke konten lain yang lebih menarik. Dalam kasus Ustadz Agam, penurunan konsistensi dalam mengunggah video dakwah berdampak pada berkurangnya perhatian audiens. Faktor ini menunjukkan pentingnya profesionalisme dan keberlanjutan dalam berdakwah di media sosial agar pesan agama tidak terbatas pada satu momentum viral saja.

Aspek regulasi dan kebijakan platform juga menjadi penghambat yang cukup signifikan. TikTok memiliki pedoman komunitas yang ketat, sehingga konten dakwah berpotensi terkena moderasi atau bahkan pemblokiran jika dianggap menyinggung isu sensitif. Oleh karena itu, para pendakwah dituntut untuk memiliki pemahaman



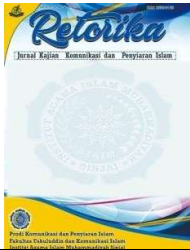
mendalam tentang etika digital serta cara menyelaraskan bahasa dakwah agar tetap sesuai dengan pedoman komunitas tanpa kehilangan substansi pesan.

Selanjutnya, (Ibad, 2025) dalam Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok menegaskan bahwa kurangnya literasi digital menjadi hambatan utama bagi dai di era digital. Banyak pendakwah belum memahami mekanisme algoritma, pemanfaatan tagar (hashtag), hingga strategi penentuan waktu unggah yang memengaruhi jangkauan audiens. Minimnya kemampuan teknis ini membuat pesan dakwah kurang optimal dalam menjangkau pengguna muda yang menjadi mayoritas di TikTok. Ibad menekankan pentingnya pelatihan literasi digital bagi pendakwah agar mereka mampu menggunakan platform secara efektif dan strategis, serta memahami bagaimana interaksi, tren, dan estetika visual dapat digunakan untuk memperkuat pesan keagamaan.

Dari sisi sosial dan psikologis, pendakwah juga dihadapkan pada tekanan publik yang tidak ringan. Dakwah di TikTok sering kali memunculkan komentar negatif, cemoohan, atau bahkan tuduhan mencari popularitas. Beberapa dai muda merasa tertekan secara emosional karena menghadapi cyberbullying dan kritik tajam dari masyarakat yang menilai dakwah di media sosial sebagai bentuk komersialisasi agama.

Tantangan lain muncul dari perbedaan nilai antara pesan dakwah dan budaya populer yang mendominasi TikTok. Platform ini banyak digunakan oleh generasi muda dengan gaya hidup global yang cenderung bebas dan ekspresif. Menurut (Febriana, 2021), pendakwah harus mampu menyelaraskan gaya penyampaian dengan karakteristik generasi muda tanpa mengurangi makna ajaran Islam. Pendekatan yang terlalu kaku atau otoritatif dapat membuat audiens kehilangan minat, sedangkan pendekatan yang terlalu longgar dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran agama. Dalam konteks ini, keseimbangan antara nilai, bahasa, dan gaya penyampaian menjadi kunci agar dakwah tetap diterima tanpa menghilangkan kedalaman spiritualnya.

Dari perspektif (Rohman, 2019) dalam jurnal Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial, tantangan komunikasi di media digital bukan hanya pada substansi pesan, tetapi juga pada cara menyampaikannya. Dakwah di TikTok menuntut penggunaan elemen ethos, pathos, dan logos yaitu kredibilitas dai, daya tarik emosional, dan kekuatan logika pesan. Kombinasi ketiganya membuat dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan relevan dengan konteks kehidupan modern. Tanpa pendekatan komunikasi yang adaptif, pesan dakwah akan sulit diterima oleh



pengguna media sosial yang memiliki latar belakang dan tingkat pemahaman yang beragam.

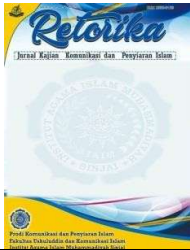
Selain tantangan sosial dan teknis, ada pula hambatan berupa penyebaran disinformasi dan distorsi ajaran agama. Banyak video yang menampilkan potongan ayat atau hadis tanpa konteks, sehingga berpotensi menyesatkan penonton. Akibatnya, muncul berbagai tafsir bebas yang tidak selalu sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya. Kondisi ini menuntut pendakwah untuk lebih berhati-hati dalam menyampaikan informasi dan memastikan setiap konten telah melalui proses verifikasi sumber yang akurat.

Hambatan lain yang juga sering muncul adalah keterbatasan sumber daya dan fasilitas produksi. Banyak pendakwah, terutama yang masih muda atau berasal dari daerah, belum memiliki akses ke alat produksi yang memadai seperti kamera, mikrofon, atau perangkat editing. Padahal, platform TikTok sangat mengandalkan kekuatan visual dan audio. Hal ini menyebabkan konten dakwah sering kali kalah bersaing dengan video hiburan yang lebih profesional.

Secara keseluruhan, tantangan dan hambatan dakwah di TikTok mencerminkan pergeseran signifikan dalam pola komunikasi keagamaan di era digital. Para pendakwah kini tidak hanya dituntut menguasai ilmu agama, tetapi juga memahami teknologi, estetika visual, dan dinamika sosial media. Seperti yang ditekankan oleh (Ibad, 2025), dakwah digital merupakan bentuk literasi spiritual baru yang harus dijalankan dengan kecerdasan, kesabaran, dan integritas. Jika mampu beradaptasi dengan bijak, TikTok dapat menjadi sarana dakwah yang efektif bagi generasi muda. Namun tanpa pemahaman etika, literasi digital, dan konsistensi dalam menyebarkan nilai kebaikan, dakwah di platform ini berisiko kehilangan makna dan tujuan utamanya

### 3. Simpulan

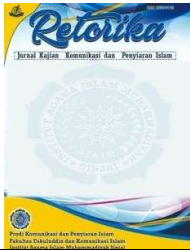
Kegiatan berdakwah di era digital saat ini sudah sangat berkembang dan sangat mudah, dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi berupa platform digital yakni media sosial salah satunya TikTok yang sudah sangat familiar digunakan oleh masyarakat Indonesia, baik dari masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan maupun pedesaan. Oleh karena itu, para da'i milenial salah satunya Kadam Sidik yang memanfaatkan media sosial seperti TikTok, sebagai sarana untuk berdakwah karena dianggap cukup efektif sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Bukan hanya Tiktok, masih banyak platform media yang dimanfaatkan para da'i sebagai media berdakwah seperti Instagram, Youtube, Facebook, maupun WhatsApp.



Faktor yang mendukung efektivitas dakwah pada media sosial yaitu banyaknya pengguna dan menjadi salah satu media yang diminati banyak kalangan sehingga da'i dengan mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u. Fitur yang terdapat pada aplikasi media sosial juga sangat mudah di akses dan tidak mengeluarkan biaya yang banyak. Sementara itu, factor yang menghambat proses berdakwah di media sosial adalah durasi waktu yang terbatas dan minat menonton pengguna sangat singkat yang mengakibatkan pesan yang disampaikan belum pasti tersampaikan secara menyeluruh kepada mad'u sehingga efektivitas dakwah di media sosial menjadi menurun.

### Daftar Pustaka

- Amalia, I., Ratih Damayanti, V., & Fajrussalam, H. (2024). Meta Analisis: Efektivitas Media Sosial Sebagai Komunikasi Dakwah Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi I*, 20(1), 74–84.
- Andriyani, H. T., & Musdalifah, I. (2023). Aktualisasi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok. *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, 1(1), 99–117. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.99-117>
- Capriotti, P., Zeler, I., & Martínez-Reig, D. (2024). Interactivity Strategies and Engagement in Universities' Social Media Communication. *Cuadernos.Info*, 59, 227–250. <https://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/69071>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021a). *Dokumentasi Dalam Ilmu Perpustakaan*. 2016, 167–186.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021b). *STRATEGI DAKWAH PADA AKUN TIKTOK @KADAMSIDIK00*. 167–186.
- Creswell, J. W. (2018). Literatuur. In *Acht grafvondsten van de Veluwe klokbekeergroep als uitgangspunt voor chronologische beschouwingen over de relaties saalisch-böhmische Schnurkeramik, Enkelgrafcultuur, Klokbeke-Oostgroep en Nederlands-Westduitsse klokbekeergroepen*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2204s7w.11>
- Darwin, Maulidin, S., & Muamalah, H. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar. *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies*, 2(3), 27–39.
- Doyle, L., McCabe, C., Keogh, B., Brady, A., & McCann, M. (2020). An overview of the qualitative descriptive design within nursing research. *Journal of Research in Nursing*, 25(5), 443–455. <https://doi.org/10.1177/1744987119880234>
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustadz Syam di akun @syam\_elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02), 186–187. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Fitri, Z. N. U. R., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., Dakwah, F., & Komunikasi, D. A. N. (2025). *RELASI GENDER DI MEDIA SOSIAL ( Analisis Wacana Kritis Model Teun A . Van Dijk Pada Akun SKRIPSI*.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Hidayat, S., Pratama, F. P., Maulana, F. A., Fadilah, K. N., Ramadhan, M. R., Pasha, N. A., Triyani, P. W., Durratul, S., Fatimah, S., Nugraha, S. B., & Yasmin, S. (2025). *EFEKTIVITAS DAKWAH ISLAM LEWAT TIKTOK DI KALANGAN DI KALANGAN MAHASISWA UPI*. 14(2), 167–186.
- Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, 2(2), 145–156. <https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2189>
- Ibnu Kasir dan, & Syahrol Awali. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan

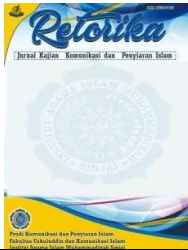


- Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Ischak, W. I., Badjuka, B. Y., & Zulfiayu. (2019). *Modul Keprawatan*. 12, 99–147.
- Jerome L Myers; Arnold D Well; Robert F. (2010). *Research desain and statistical analysis*. 832.
- Kholili, H. (2009). *Beberapa Pendekatan Psikologi Dalam Dakwah.pdf*.
- Mubarok, A. R., & Sunarto, S. (2024). Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.1-11>
- Naqisa, Z. I., & Fadillah, D. (2024). The Communication Style of Habib Jafar's Da'wah on TikTok Social Media. *Journal of Social Studies (JSS)*, 20(2), 117–132. <https://doi.org/10.21831/jss.v20i2.73842>
- Noviana Aini. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Putri. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Putri, A. (2024). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial. *Qawwam : The Leader's Writing*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.330>
- Qalban, A. A. (2022). Literasi Digital dan Gen-z: Prototipe konsep literasi moderat sebagai Smart Dakwah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121–133. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Tremblay, J., Regnerus, M. D., Educação, S. D. A. S. N. D. E., Júnior, F. T., Sanfelice, J. L., Tavares Júnior, F., Dourado, L. F., Brito, M. M. A. de, Maiti, Bidinger, Sposito, M. P., Dubet, F. F., Ribeiro, C. A. C., Silva, N. do V., Barbosa, M. L. de O., Cunha, N. M., Dayrell, J., Rogošić, S., Baranović, B., ... Alves, S. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. *Educacao e Sociedade*, 1(1), 1689–1699. [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao\\_PereiraAS\\_1.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf) [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_11/rbcs11\\_01.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm) [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td\\_2306.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf) <https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/>
- Yusuf, Y. M. (2025). Communication Strategy for Islamic Propagation on Social Media: Case Study of the Use of YouTube by Religious Figures. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 4(05), 184–194. <https://doi.org/10.58471/esaprom.v4i05>
- Zaman, M., Robith Ilman, M., & Maulidi, I. (2023). Transformasi Gaya Dakwah Islam di Era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 165–177. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i2.9343>

### Biodata Penulis

Rapit, lahir di Toli-Toli, 02 Juli 2004. Sedang menempuh pendidikan Strata 1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2023-sekarang. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: [rapitraditya@gmail.com](mailto:rapitraditya@gmail.com)

Fiqam Almuammam, lahir di Manokwari, 10 Januari 2005. Sedang menempuh pendidikan Strata 1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas



Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2023-sekarang. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: [almuammarfiqram@gmail.com](mailto:almuammarfiqram@gmail.com)

Suryani Musi, lahir di Sinjai, 02 Februari 1989. Meraih gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada Tahun . Kemudian Magister Komunikasi (M.I.Kom) dari Universitas Diponegoro Semarang pada Tahun. Kemudian Sedang menempuh Pendidikan Strata 3 di Universitas Hasanuddin Makassar. Saat ini juga bertugas sebagai Dosen Tetap di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: [Suryani.musi@uin-alauddin.ac.id](mailto:Suryani.musi@uin-alauddin.ac.id)

Zaki Al Irsyad, lahir di 26 Agustus 2005. Sedang menempuh pendidikan Strata 1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2023-sekarang. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: [zakialirsyad26@gmail.com](mailto:zakialirsyad26@gmail.com).

Sartika Andraeni, lahir di 04 April 2004. Sedang menempuh pendidikan Strata 1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2023-sekarang. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: : [sartikaartk@gmail.com](mailto:sartikaartk@gmail.com)