

TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH: MEMPERMUDAH ATAU MENGGERUS PERAN PENDAKWAH KONVENSIONAL

Hamima Anfa Nadia¹, Epi Pitriani², Yusvin Andyani³, Akmalludin⁴, Muhamad Parhan⁵
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Email: ¹hamimaanfa@upi.edu; ²epiipit@upi.edu; ³yusvinandayani@upi.edu;
⁴akmalludin0012@upi.edu; ⁵parhan.muhamad@upi.edu;

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Salah satu platform yang kini banyak dimanfaatkan untuk dakwah adalah TikTok, sebuah media sosial berbasis video pendek yang populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas TikTok sebagai media dakwah serta dampaknya terhadap peran pendakwah konvensional. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan kuesioner terbuka yang melibatkan sejumlah responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki keunggulan dalam menyebarkan dakwah secara luas, cepat, dan menarik dengan konten yang kreatif dan mudah dipahami. Namun, terdapat pula kekurangan, seperti keterbatasan durasi video yang dapat menyebabkan informasi kurang mendalam serta potensi penyebaran konten yang tidak valid. Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pendakwah konvensional tetap memiliki peran penting sebagai sumber utama ilmu keislaman dan diskusi mendalam yang tidak dapat tergantikan oleh dakwah digital. Dengan demikian, dakwah melalui TikTok dapat menjadi pelengkap bagi dakwah konvensional apabila dimanfaatkan secara bijak dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata kunci: TikTok, Dakwah, Media

Abstract

The development of information technology has changed various aspects of life, including the spread of Islamic da'wah. One platform that is now widely used for da'wah is TikTok, a short video-based social media that is popular among the public, especially the younger generation. This study aims to determine the effectiveness of TikTok as a da'wah medium and its impact on the role of conventional preachers. The method used is qualitative research with a literature study approach and an open questionnaire involving a number of respondents. The results of the study show that TikTok has advantages in spreading da'wah widely, quickly, and interestingly with creative and easy-to-understand content. However, there are also disadvantages, such as the limited duration of the video which can cause less in-depth information and the potential for the spread of invalid content. Nevertheless, this study found that conventional preachers still have an important role as the main source of Islamic knowledge and in-depth discussions that cannot be replaced by

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 528

Prefix DOI :

10.8734/Tashdiq.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Tashdiq



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

digital da'wah. Thus, da'wah through TikTok can be a complement to conventional da'wah if used wisely and in accordance with Islamic values.

Keywords: TikTok, Da'wah, Media

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat telah dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi, dimana sejak komputer ditemukan, dunia memasuki era informasi yang semakin berkembang. Setiap hal telah menjadi berubah sejak adanya kemajuan teknologi informasi. Banyak pilihan aplikasi yang dapat digunakan masyarakat sebagai alat pengolah data untuk menghasilkan informasi (Fauzi dkk, 2022). Aplikasi yang sekarang ini sering sekali digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia untuk memperoleh informasi ataupun berita adalah TikTok, TikTok merupakan aplikasi media sosial yang sering digunakan oleh orang-orang dari semua lapisan, selain karena TikTok sangat mudah digunakan, aplikasi ini juga menawarkan efek khusus yang luar biasa dan menarik untuk digunakan oleh pengguna saat mereka membuat atau menonton video pendek (Hayati, 2021). Dalam TikTok ini kita bisa melakukan apapun dari mulai menjadi pemberi informasi maupun penerima informasi, salah satu kegiatan yang dapat dilakukan ketika menggunakan TikTok ini yaitu dengan mencari atau mendapatkan informasi seputar agama islam, yaitu melalui video dakwah yang tersebar luas dengan berbagai pilihan pendakwah yang dapat kita tonton. Dakwah memiliki arti mengajak atau ajakan, dimana ajakan ini diperuntukkan untuk menyeru orang-orang kepada kebaikan sehingga dapat mematuhi segala peraturan-peraturan Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Para pendakwah tidak harus menggunakan metode secara lisan saja, akan tetapi para pendakwah juga bisa menyampaikan ilmu nya melalui tulisan (Sari dan Ni'amah, 2022). Seiring berkembangnya teknologi informasi maka cara dakwah dan media yang digunakan harus sesuai dengan arus komunikasi yang berkembang, di mana kebanyakan saat ini masyarakat sudah banyak yang mulai menggunakan internet untuk penunjang dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya hardware yang digunakan, tetapi juga jangkauannya yang tak kenal batas kultural dan geografis. Karena itu, Tiktok yang saat ini menjadi tren global yang diharapkan dapat berfungsi sebagai representasi media dakwah, karena dakwah itu harus dilakukan secara inovatif dan menyesuaikan zaman agar para pendengarnya tidak akan merasa bosan (Pratiwi, 2022). Secara umum dakwah melalui media sosial ini memiliki kelebihan dan kekurangan, dimana media sosial sangat efektif dalam menyebarkan dakwah kepada kaum milenial karena tidak memiliki keterbatasan ruang dan waktu, sehingga mereka dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Media sosial akan sangat bermanfaat ketika digunakan dengan bijak dan tidak berlebihan, sebaliknya media sosial ini akan berbahaya ketika pengguna tersebut menjadi ketergantungan dan cenderung mengabaikan aspek kehidupan sosial di lingkungan mereka (Nugraha dkk, 2020).

Dalam hal tiktok sebagai media dakwah juga tentu memiliki kelebihan serta kekurangan, Salah satu kelebihan dari dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok ialah ada banyak konten kreatif dengan cara penyampaian yang ramah, sederhana, dan mudah dipahami. Selain itu, konten tersebut lebih mudah diakses dan lebih mudah dipahami oleh anak remaja. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Daniah, H. A., Bakhrudin, E., & Satria, A. (2025) yang berjudul "Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah", hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dipandang sebagai media sosial yang memiliki peran signifikan dalam penyebaran

informasi, hiburan, ekspresi kreativitas, pemasaran, serta pembentukan tren sosial dan budaya. Secara umum, persepsi terhadap dakwah di TikTok bersifat positif, yang ditunjukkan melalui indikator kognitif, afektif, dan konatif. TikTok dianggap sebagai media dakwah yang efektif apabila konten disajikan secara kreatif, komunikatif, dan mudah dipahami, dengan menekankan nilai-nilai positif yang relevan bagi pola komunikasi generasi muda.

Adapun salah satu kekurangan dari dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok adalah bahwa videonya singkat dan kadang-kadang hanya cuplikan, sehingga dapat menimbulkan banyak kesimpulan yang berbeda. Selain itu, makna dakwah kadang-kadang ambigu dan menjadi subjek perdebatan (Parhan dkk, 2022). Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022) juga menyatakan kekurangan TikTok terletak pada sifatnya yang terbuka, di mana berbagai informasi terekam secara acak dan sering kali menggunakan nama Islam dengan tujuan yang tidak jelas dan terkesan sembarangan.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang telah kami temukan, diantaranya adalah jurnal yang ditulis oleh Apriari (2024) dengan judul Peran TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Muslim Milenial di Masa Pandemi Covid-19, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengkaji konten keislaman pada TikTok yang disukai oleh kebanyakan generasi milenial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya TikTok ini adalah media yang sangat efektif untuk berdakwah terutama dalam penelitian ini berfokus pada masa covid-19 yang memang orang-orang tidak diperkenankan untuk keluar rumah.

Selanjutnya ada jurnal yang ditulis oleh Purnama dan Ummah (2024) dengan judul TikTok Sebagai Media Dakwah Persuasif: Analisis Manajemen Tiktok Radio Nina Bayan Sebagai Media Pemberdayaan Perempuan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengkaji pengelolaan platform TikTok sebagai sarana pemberdayaan perempuan yang berperan dalam menyampaikan informasi, memberikan edukasi, serta mempengaruhi audiens. Media sosial memiliki dampak positif dengan berkontribusi sebagai wadah bagi perempuan untuk menyuarakan berbagai isu terkait gender. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis manajemen TikTok Radio Nina Bayan serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapinya di era digital.

Selanjutnya ada jurnal yang ditulis oleh Aiman (2023) dengan judul Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengkaji bagaimana TikTok sebagai media dakwah dapat bermanfaat bagi kaum milenial. Terakhir ditemukan jurnal yang ditulis oleh Lisnawati dkk (2024) dengan judul Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial Tiktok, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini mengungkapkan adanya sejumlah temuan yang diperoleh melalui pengamatan terhadap konten-konten dakwah di akun TikTok @hiyung_agam. Dari pengamatan tersebut, ditemukan dua kategori utama dalam pesan dakwah syariah, yaitu ibadah syariah dan syariah muamalah. Dalam penelitian ini, pesan dakwah syariah yang lebih dominan adalah syariah muamalah, yang berfokus pada upaya memberikan solusi terhadap permasalahan yang sering muncul dalam interaksi antar sesama manusia.

Berangkat dari kelebihan dan kekurangan tersebut maka timbulah pertanyaan dari kami sebagai penulis, apakah tiktok sebagai media dakwah ini dapat menggerus peran pendakwah konvensional? Yang kemudian pertanyaan tersebut dikembangkan menjadi sebuah judul penelitian yaitu "Tiktok Sebagai Media Dakwah; Mempermudah atau Menggerus Peran Pendakwah Konvensional". Adapun tujuan kami meneliti serta menulis artikel ini adalah untuk

dapat mengetahui apakah peran pendakwah konvensional ini dapat selalu beriringan dengan pendakwah di media sosial atau justru akan tergantikan oleh kemajuan teknologi.

METODE

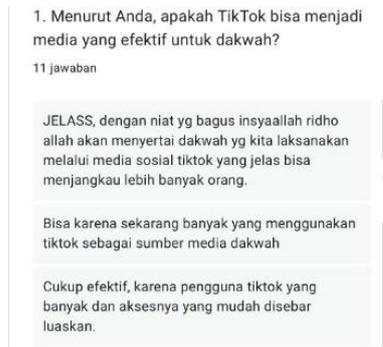
Pada penelitian ini, metode yang digunakan penulis yaitu metode kualitatif. tujuan penggunaan metode ini yaitu untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih luas dan lebih relevan. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berfokus pada pengumpulan data atau informasi dalam bentuk angka atau persentase, kemudian data tersebut diolah menjadi informasi yang lebih mudah dimengerti oleh pembaca. Menurut Crewsell dalam Safarudin dkk. 2023, Penelitian Kualitatif merupakan bentuk penelitian akademis dimana peneliti mengambil sudut pandang partisipan atau informan, peneliti mengajukan pertanyaan dalam lingkup yang umum pada fenomena tertentu, dimana jawaban partisipan menjadi kumpulan data dan kemudian diolah menjadi data yang nantinya akan di analisis.

Penelitian kualitatif merupakan Teknik penelitian yang menggunakan narasi dan kata-kata untuk menjelaskan dan memaparkan maksud dari setiap symbol, gejala pada fenomena sosial tertentu. Penelitian bersifat fokus dan multimetode, alami dan holistic, serta mengutamakan kualitas. Dalam penggunaan metode kualitatif ini, peneliti harus menguasai teori untuk menganalisis kesenjangan ada antara konsep teoritis dengan realita yang terjadi (Waruwu, 2023). Adapun pengertian lainnya yaitu metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan oleh peneliti dalam kondisi alamiah, metode penelitian ini menjadi instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi. Analisis pada metode ini lebih induktif serta hasil dari penelitiannya menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono dalam Nurrisa dkk. 2025).

Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu melalui studi literatur dan juga kuesioner terbuka. (Sarwono dalam Munib dan Fitria. 2021) Mengungkapkan bahwa studi literatur merupakan pengkajian data yang diambil melalui buku ataupun hasil penelitian yang sudah ada lebih dulu dan relevan dengan penelitian saat ini dengan tujuan mendapatkan landasan teori yang kuat untuk masalah yang nantinya akan diteliti. Kusnayat dkk (2020) mengatakan bahwasannya kuisisioner terbuka adalah bentuk angket yang memberikan keleluasaan untuk menjawab secara objektif maupun subjektif kepada subjek penelitian. Selanjutnya Pamungkas dan Sukarman (2020) menyebutkan bahwasannya kuesioner terbuka adalah jenis kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang memungkinkan narasumber menjawab dengan bebas. Maka dapat disimpulkan bahwasannya metode kuesioner terbuka merupakan metode yang melibatkan banyak responden dalam menjawab pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti, dimana responden bisa mengungkapkan jawaban melalui kalimatnya sendiri, sehingga nantinya jawaban-jawaban tersebut disandingkan dengan jawaban dari responden yang lain sebagai perolehan data yang bisa diolah untuk dimasukkan ke dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pembahasan Pertama

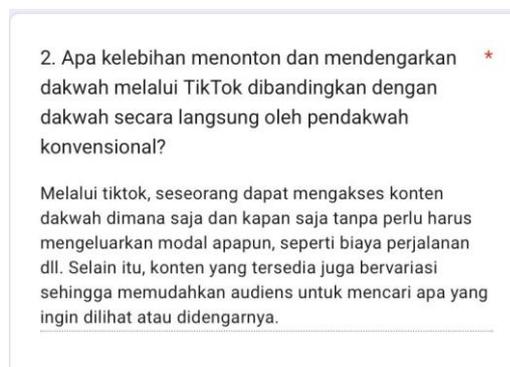


Gambar 1.1: Hasil Jawaban Dari Pertanyaan Pertama

Hasil kuisioner tersebut menunjukkan dakwah melalui Tiktok media yang efektif untuk berdakwah. TikTok merupakan salah satu media sosial yang banayak diminati masyarakat Indonesia, banyak juga orang yang menggunakan tiktok sebagai media dakwah (Rahmawati, D. 2020). Rismawati dkk (2025) dalam penelitiannya menyebutkan bahwasannya TikTok terbukti cukup efektif sebagai platform untuk menyebarkan konten dakwah berdasarkan analisis validitas, reliabilitas, dan persepsi responden. Dari 50 responden yang terlibat, mayoritas adalah perempuan (78%) dengan rentang usia 17-20 tahun (70%), serta pengguna aktif TikTok, di mana 64% mengaksesnya setiap hari. Sebagian besar responden berasal dari generasi Z, yang lebih terbiasa dengan media digital dibandingkan dengan media konvensional. Selanjutnya Kendju dkk (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwasannya TikTok dianggap sebagai media dakwah yang efektif dan efisien karena mudah diakses oleh mahasiswa, terutama karena saat ini sebagian besar dari mereka sudah menggunakan platform tersebut. Terakhir Bachtiar dkk (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwasannya TikTok bisa menjadi alat dakwah yang inovatif dan efektif dalam mendukung penyebaran ajaran Islam di era digital.

Tiktok dapat menjadi media yang efektif untuk dakwah karena memiliki jangkauannya yang luas, mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama anak muda, dan memungkinkan penyebaran dakwah secara online ke khalayak umum di seluruh penjuru. Dengan niat yang baik dan penggunaan yang tepat, TikTok dapat membantu menyampaikan pesan dakwah secara lebih luas dan efektif, mengingat banyaknya pengguna platform ini.

2. Hasil Pembahasan Kedua



Gambar 2.1: Hasil Jawaban Dari Pertanyaan Kedua

Hasil dari kuesioner tersebut menunjukkan bahwa dakwah melalui TikTok memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan dakwah secara langsung oleh pendakwah konvensional. Salah satu kelebihan utamanya adalah kemudahan akses tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga siapa pun bisa mendapatkan materi dakwah kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan seperti transportasi atau tiket acara. Selain itu, variasi konten yang tersedia di TikTok memungkinkan audiens untuk memilih topik dakwah sesuai minat mereka, menjadikannya lebih menarik dan mudah diterima, terutama oleh kalangan muda yang akrab dengan teknologi. Sejalan dengan pendapat Febriana, A. (2021) yang menyatakan bahwa media sosial TikTok dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan pesan dakwah, seperti yang dilakukan oleh ustaz Syam melalui akun @syam_elmarusy. Dengan memanfaatkan keunggulan TikTok berupa tampilan visual yang menarik, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih efektif dan menarik perhatian audiens. Hal ini mengindikasikan bahwa dakwah melalui platform digital seperti TikTok memiliki potensi besar untuk menyebarkan nilai-nilai agama secara lebih luas dan efisien.

TikTok bisa dianggap efektif sebagai media dakwah apabila dimanfaatkan secara tepat dan sesuai dengan ajaran syariat Islam (Hikmawati & Farida, 2021). Dengan penggunaan yang tepat, TikTok memiliki potensi besar untuk menyebarkan pesan-pesan agama secara luas dan menarik, terutama bagi kalangan muda yang menjadi mayoritas penggunanya. Konten dakwah yang disampaikan dengan cara kreatif namun tetap sesuai dengan ajaran Islam dapat membantu memperkuat pemahaman agama, meningkatkan kesadaran spiritual, dan menarik minat mereka yang sebelumnya kurang tertarik pada ceramah-ceramah konvensional. Selain itu, fitur-fitur TikTok seperti menayangkan ayat Al-Qur'an beserta terjemahannya dalam video sehingga penonton terdorong untuk ikut membacanya dan memperkuat penyampaian pesan sehingga lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens (Salsabilaulia, dalam Khoirunisa 2022). Dengan demikian, TikTok dapat menjadi sarana dakwah yang modern dan efektif, asalkan tetap menjaga etika dan tidak melanggar nilai-nilai agama.

3. Hasil Pembahasan Ketiga

3. Apa kekurangan menonton dan mendengarkan dakwah melalui TikTok dibandingkan dengan dakwah secara langsung oleh pendakwah konvensional?

11 responses

| |
|--|
| kekurangan nya mungkin salah satu nya yaitu tidak ada interaksi langsung atau pendakwah dan pendengaran. jadi jika ada yang sulit dipahami atau butuh penjelasan lebih lanjut, sulit untuk langsung bertanya |
| Bosan, tidak merasakan secara langsung ilham yg diberikan |
| terkadang kurang mendalam materinya |
| Tayangan tiktok yang singkat dapat membuat multitafsir dan kebenarannya harus diverifikasi kembali, terutama bagi tayangan yang tidak jelas sumbernya |
| Tida dikenali kejelasan sumbernya dan tidak bisa dipertanggung jawabkan isi dakwahnya |
| kadang bisa saja ke distract sama video lain jadi bisa skip video dakwahnya |
| tidak semua orang punya akses ke internet maupun gadget bahkan listrik maka tentu ini menjadi |

Gambar 3.1: Hasil Jawaban dari Pertanyaan Ketiga

Para responden memberikan berbagai macam tanggapan mengenai kekurangan dakwah melalui media tiktok dan media sosial lainnya. hal ini dikarenakan informasi yang didapatkan sangatlah terbatas dari tokoh agama tertentu, seperti tidak bisa bertanya atau mendiskusikan suatu permasalahan hingga mendapat jawaban yang konkrit dari ulama atau pendakwah yang bersangkutan. Konten dakwah di tiktok seringkali

disederhanakan atau dibuat lebih mudah dipahami, yang menjadi kekurangan pada dakwah yang disampaikan melalui aplikasi TikTok ini yaitu makna dari dakwah kadang masih ambigu dan hal tersebut menjadi perdebatan, selain itu ada kemungkinan adanya manipulasi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, kekurangan yang lainnya ialah videonya yang singkat, dan kadang hanya cuplikannya saja, sehingga terkadang bisa menimbulkan banyak kesimpulan yang beragam, sehingga dalam penyampaian dakwah melalui aplikasi TikTok harus benar benar tepat sehingga tidak menimbulkan banyak penafsiran (Allisa dan Agus, 2023).

Dakwah yang disebarakan melalui tiktok seringkali hanya penggalan-penggalan video dakwah sehingga ilham yang disampaikan tak mampu untuk mengetuk hati *viewers* nya. Dalam berdakwah sendiri, diperlukan wasilah agar dakwah yang dilakukan tersebut sampai kepada jamaah, dalam konteks ini sosial media menjadi wasilah yang dapat menjangkau banyak jama'ah sekaligus, tetapi yang jadi masalah adalah apakah wasilah tersebut dapat menyampaikan dakwah secara utuh dan konkrit dengan tujuan keislamannya atau tidak (Fathorrahman, 2022). Berbagai pendapat dalam dakwah melalui aplikasi tiktok memang menjadi satu hal yang menimbulkan antara setuju dan ketidaksetujuan umat.

Efektivitas media sosial sebagai media dakwah juga perlu perhatian lebih, ummat harus mampu melakukan filtrasi terhadap tontonan dakwah yang diterima dari media sosial, ini berkaitan dengan dampak menyebarkan ujaran kebencian dan hoax, selain berdampak pada tindakan pidana juga dapat merusak tatanan masyarakat khususnya dalam hal moderasi beragama jika materi dakwah yang diterima ternyata menyesatkan atau propaganda pemecah belah persatuan (Rumata, dkk. 2021).

Penggunaan media digital dalam dakwah tentunya memerlukan akses internet, hal ini menjadikan keterbatasan tersendiri dalam pelaksanaannya bilamana tidak ada ketersediaan internet. Secara umum dakwah yang dilakukan melalui tiktok bisa ditonton dengan mudah oleh banyak orang, namun dalam kondisi terbatas, seperti jaringan yang lemot dan kondisi *lost signal* adalah tantangannya, karena dakwah tersebut bisa terhenti secara tiba-tiba sampai jaringan internetnya bisa dikembalikan (Saadah, 2022). Tentunya kekurangan ini bisa terjadi jikalau dakwah dilakukan dalam bentuk *Live Streaming* atau siaran langsung melalui tiktok. Perlu memastikan terlebih dahulu kondisi jaringan dan akses internet sebelum dimulainya dakwah secara live streaming, dengan tujuan menghindari masalah-masalah diatas.

4. Hasil Pembahasan Keempat

4. Apakah materi dalam penyampaian dakwah melalui tiktok sudah cukup akurat? *

menurut saya sendiri sudah cukup, bahkan lebih dari cukup. tidak hanya para pendakwah muda namun juga ustadz, kyai yang tentu sudah berkompeten dalam bidangnya masing-masing mempunyai media sosial tiktok dalam rangka menjangkau lebih banyak ummat.

Gambar 4.1: Hasil Jawaban dari Pertanyaan Keempat

Hasil dari kuisisioner terbuka diatas menunjukkan bahwasannya materi yang disampaikan dalam dakwah melalui *platform* Tiktok ini sudah cukup akurat, dimana responden menyebutkan bahwasannya kebanyakan pendakwah yang sebelumnya hanya berdakwah secara konvensional lambat laun mulai berdakwah melalui media sosial khususnya dalam hal ini adalah Tiktok, sehingga materi nya sangat akurat karena sebelumnya para pendakwah tersebut sudah memiliki ilmu yang cukup serta berpengalaman.

Maka dapat disimpulkan bahwasannya walaupun konten dakwah di Tiktok ini sangat terbatas oleh durasi akan tetapi hal tersebut tidak membuat materi yang disampaikan menjadi tidak akurat atau tidak selesai, pasalnya jika para pendakwah bisa mengemas kontennya dengan sangat menarik dan penuh dengan ilmu serta sumber yang kredibel maka durasi 10 menit yang diberikan oleh Tik Tok tidak akan menjadi penghalang untuk kemudian penyampaian materi dakwah tersebut kurang akurat.

5. Hasil Pembahasan Kelima

5. Menurut anda apakah semakin maju nya * zaman maka peran pendakwah konvensional bisa tergantikan oleh teknologi yang semakin canggih, contohnya dalam hal ini adalah tiktok?

tentu tidak, dalam penyampaian ilmu tentu harus ada sanad ataupun sumber. maka dari itu, jika ilmu yang disampaikan tanpa sumber yang jelas dalam hal ini qur'an dan hadist tentu perlu dipertanyakan. sedangkan ilmu yang disampaikan oleh ustadz, kyai ataupun habib yang sudah mempunyai pengalaman dalam mengkaji ilmu bertahun-tahun maka ini bisa dijadikan sebagai pembeda antara pendakwah konvensional dan teknologi.

Gambar 5.1: Hasil Jawaban dari Pertanyaan Kelima

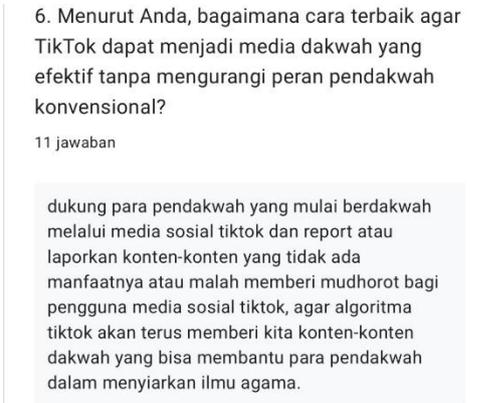
Hasil dari kuisisioner terbuka diatas menunjukkan bahwasannya pendakwah konvensional tidak akan tergantikan oleh kemajuan teknologi dalam hal ini adalah Tik Tok, dimana responden menyebutkan bahwasannya pendakwah konvensional bisa menjadi sumber bagi para pendakwah lain untuk kemudian berbagi ilmu yang dipunyai ataupun menanyakan beberapa pertanyaan yang memang membutuhkan sumber yang lebih kuat.

Hal tersebut diperkuat dengan hasil yang ditemukan dalam salah satu artikel jurnal yaitu bahwasannya kita harus senantiasa memanfaatkan kemajuan digital ini agar tidak terleminasi oleh zaman, yaitu salah satunya dengan cara mensyiarkan ajaran-ajaran islam melalui media sosial khususnya dalam hal ini adalah Tik Tok (Kamilah dkk, 2023).

Maka dapat disimpulkan bahwasannya Tik Tok ini tidak akan menggantikan para pendakwah konvensional, karena pada dasarnya justru dengan adanya dakwah melalui Tik Tok ini dapat menjadi media untuk kemudian dapat menarik lebih banyak lagi pendengar serta penonton yang semakin ingin tahu seputar agama Islam, sehingga hal tersebut nantinya membuat orang-orang yang sudah menonton konten dakwah di Tik Tok menjadi penasaran dan bertanya hal-hal yang memang tidak terjawab atau tidak

ditemukan di internet tersebut kepada pendakwah konvensional, sehingga pada akhirnya pendakwah di media sosial dan pendakwah konvensional dapat saling berkolaborasi satu sama lain.

6. Hasil Pembahasan Keenam



Gambar 6.1: Hasil Jawaban Dari Pertanyaan Keenam

Untuk menjadikan TikTok sebagai media dakwah yang efektif tanpa mengurangi peran pendakwah konvensional, perlu ada keseimbangan antara dakwah digital dan dakwah langsung. Platform media sosial seperti TikTok ini merupakan alat yang efektif sebagai penyebaran nilai-nilai keagamaan, termasuk shalawat, yang memiliki peran penting untuk membentuk identitas Islam (Muhammad, I. F 2023). Kolaborasi antara pendakwah di media digital dan pendakwah konvensional sangat penting, di mana pendakwah konvensional dapat membantu menyampaikan ilmu yang lebih dalam melalui platform TikTok. Konten dakwah yang disampaikan harus mudah dimengerti dalam waktu singkat, tanpa menghilangkan maknanya.

Pendakwah dapat memanfaatkan fitur interaktif TikTok dengan membuat video ceramah atau tutorial yang menarik, serta podcast singkat yang relevan dengan situasi saat ini. Dukungan terhadap pendakwah yang menggunakan media sosial juga krusial, termasuk melaporkan konten yang tidak bermanfaat. Selain itu, audiens perlu dilatih untuk memvalidasi informasi yang mereka terima melalui TikTok dengan merujuk pada pendakwah konvensional. Dengan mengedepankan konten dakwah yang berkualitas dan jelas, serta memanfaatkan algoritma TikTok untuk menyebarkan pesan-pesan positif, platform ini dapat berfungsi sebagai alat dakwah yang inovatif. Penting bagi audiens untuk sadar dan mampu memilih konten yang bermanfaat, sehingga baik dakwah digital maupun konvensional dapat saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa TikTok telah menjadi media dakwah yang relevan dan efektif di era digital, mengakomodasi kebutuhan informasi keagamaan generasi muda melalui konten yang singkat, kreatif, dan mudah diakses. Namun, temuan ini juga menyoroti adanya tantangan, seperti potensi ambiguitas makna dan keterbatasan durasi video, yang dapat mempengaruhi akurasi pesan dakwah. Penting untuk dicatat bahwa TikTok tidak menggantikan peran pendakwah konvensional, melainkan memperluas jangkauan dakwah dan mendorong kolaborasi antara pendakwah digital dan konvensional. Penelitian ini memajukan pemahaman tentang adaptasi dakwah terhadap teknologi, menekankan perlunya literasi digital dan validasi informasi di kalangan audiens.

Aplikasi dari temuan ini mencakup pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif dan etis, serta peningkatan literasi digital di kalangan audiens. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi strategi optimalisasi konten dakwah di TikTok, dampak jangka panjang penggunaan TikTok terhadap pemahaman agama, dan pengembangan model kolaborasi antara pendakwah digital dan konvensional. Pertanyaan terbuka yang muncul adalah bagaimana cara memaksimalkan potensi TikTok sebagai media dakwah tanpa mengorbankan akurasi dan kedalaman materi, serta bagaimana cara membangun kesadaran kritis audiens terhadap konten dakwah digital. Langkah selanjutnya adalah mengembangkan panduan praktis untuk pendakwah digital dan audiens, serta mengeksplorasi peran algoritma TikTok dalam penyebaran konten dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, U. (2023). Strategi pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media dakwah untuk kaum milenial.
- Allisa L. dan Agus T. (2023). Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7(1). E-ISSN: 2580-6955. <http://dx.doi.org/10.30596%2Finteraksi.v7i1.13070>
- Apriari, S. A. T. (2022, January). Peran Tiktok sebagai media dakwah bagi generasi Muslim milenial di masa pandemi Covid-19. In *CJP-BUAF 5th: Journal Proceeding's Conference of Borneo Undergraduate Academic Forum 5th* (Vol. 1, No. 8, pp. 251-260).
- Bachtiar, J. F., Hidayat, I., Zain, S., & Agilah, W. (2024). TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA REVOLUSI SOCIETY 5.0: TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2), 421-430.
- Daniah, H. A., Bakhrudin, E., & Satria, A. (2025). Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah. *Tabisyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 6(2), 126-144. DOI: <https://doi.org/10.59059/tabisyir.v6i2.2156>
- Fathorrahman. (2022). PLUS MINUS CYBER DAKWAH PADA ERA MILENIAL. *TABAYYUN: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. 2(1). Rumata Fathurrahman A., Muh. Iqbal., dan Asman. (2021). Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 41(2). <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>
- Fauzi, E., Sinatrya, M. V., Ramdhani, N. D., Ramadhan, R., & Safari, Z. M. R. (2022). Pengaruh kemajuan teknologi informasi terhadap perkembangan akuntansi. *Jurnal riset pendidikan ekonomi*, 7(2), 189-197.
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy). *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02), 180 - 194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i02.2068>
- Hayati, D. R. (2021). Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. *Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri. Diambil dari http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907*.
- hifzul Muiz, M., & Sumarni, N. (2020). Pengaruh teknologi pembelajaran kuliah online di era covid-19 dan dampaknya terhadap mental mahasiswa. *EduTeach: Jurnal Edukasi Dan Teknologi Pembelajaran*, 1(2), 153-165.

- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). Pemanfaatan media tik tok sebagai media dakwah bagi dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1-11. DOI: <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>
- Kamilah, S. T., Shoheh, P. A., Zain, M. K., & Suryandari, M. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 50-62.
- Kendju, M. Z. K., Nento, S., & Soleman, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa lain Manado). *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 124-141.
- KHOIRUNISA, Z. Z. S. C. (2022). *Dakwah di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok@ syam_ elmarusy*.
- Lismawati, L., Kusnadi, K., & Assoburu, S. (2024). Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(2), 17-17.
- Muhammad, I. F. (2023). Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Riset Komunikasi dan Publikasi Indonesia*, 4(2), 145-152. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5190>
- Munib, Achmad dan Fitria Wulandari. (2021). STUDI LITERATUR: EFEKTIVITAS MODEL KOOPERATIF TIPE COURSE REVIEW HORAY DALAM PEMBELAJARAN IPA DI SEKOLAH DASAR. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*. 7(1). DOI: <https://doi.org/10.29407/jpdn.v7i>.
- Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *KOMUNIDA*, 176-195. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2.2733>
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghnia, A. (2020). Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(02), 175-194.
- Nurrisa F., Dina H., dan Norlaila. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)*. 2(3). E-ISSN : 3026-6629. Hal. 793-800
- Pamungkas, D. E., & Sukarman, S. (2020). Transformasi Dunia Pendidikan Di Sekolah Dasar Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Review Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Hasil Penelitian*, 6(3), 211-219.
- Parhan, M., Khaerunnisa, A., Umar, M. S., & Hanifa, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI. *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 16(1), 113-30.
- Pratiwi, C. S. (2022). Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital. *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(1), 50-65.
- Purnama, W., & Ummah, A. H. (2024). TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH PERSUASIF: ANALISIS MANAJEMEN TIKTOK RADIO NINA BAYAN SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 81-100.
- Rahmawati, D. (2020). Dakwah Melalui Media Sosial TikTok: Studi Kasus Akun TikTok @hijrahnyamuslim. *Jurnal Riset Komunikasi dan Publikasi Islam (JRKPI)*, 2(1), 37-48. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748>
- Rismawati, Y., Ramdhini, E. H., Risfiandina, R., Ghina, U. S., & Hyangsewu, P. (2025). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PENYEBARAN KONTEN DAKWAH. *Jurnal Pendidikan dan Penelitian Humaniora*, 9(1).
- Saadah Neng A. (2022). Dakwah Melalui Live Streaming Tiktok Pada Mobile Legends; Studi Fenomenologis Akun @Abiazkakiaa. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 13(2). E-ISSN : 2657-0521. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>

- Safarudin R., Zulfamanna, Martin K., dan Nana S. (2023). Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research*. 3(2). 9680-9694. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ baysasman00). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2(1), 31-43.
- Waruwu, Marinu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(1). 2896-2910. ISSN: 2614-3097.