

KLASIFIKASI DAN ANALISIS KONTEN DAKWAH DI APLIKASI TIKTOK: TEMA DAN BENTUK PENYAMPAIAAN

¹Amellia Alfianti, ²Tri Widayanti, ³Mulhima Assidqiah

^{1,2,3}Prodi Pendidikan Bahasa Arab Sekolah Tinggi Islam Al-Mukmin Surakarta

Email: ¹amelliaalfianti@gmail.com ²triw28062@gmail.com ³himmasedqiah@gmail.com

Abstract

This study discusses the classification of dakwah content on the TikTok application, which is popular among Indonesian youth. Considering the high number of TikTok users in Indonesia and the dominance of Generation Z as the main users, this research examines dakwah content based on themes, types, and the purpose of message delivery. The research method used is a literature study applying dakwah communication theory and new media theory to understand the changing patterns of digital dakwah. The results identify that dakwah content on TikTok includes materials on creed (akidah), Islamic jurisprudence (fiqh), and ethics (akhlak) presented in various formats such as short sermons, religious Q&A, inspirational stories, prayers, humor, and social issues. Digital dakwah on TikTok is interactive, creative, and effective in reaching a young audience, despite challenges such as short duration, virality, ethics, and message misinterpretation. Successful dakwah strategies involve the use of simple language, appealing visuals, active interaction, and the utilization of TikTok features and current trends. This study emphasizes the importance of digital literacy and communication ethics to maintain the quality of dakwah in the social media era.

Keywords: Digital Dakwah, TikTok, Islamic Content

Pendahuluan

Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social dan Meltwater pada Juli 2025, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia mencapai 194,37 juta orang. Data ini menempatkan Indonesia pemimpin global dalam penggunaan platform media sosial tersebut, yang menunjukkan tingginya tingkat penetrasi dan popularitas TikTok di kalangan Masyarakat Indonesia.¹ Platform media sosial TikTok lebih didominasi oleh Generasi Z, yaitu kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal sebagai digital native generation, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan informasi. Keterbiasaannya dalam berinteraksi dengan dunia digital menjadikan mereka sangat adaptif terhadap perkembangan berbagai platform media sosial.

Hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2022 menunjukkan bahwa sekitar 24% responden dari Generasi Z memanfaatkan TikTok sebagai sumber utama dalam

¹ Pau, "Indonesia Puncaki Daftar Pengguna TikTok Terbanyak Dunia 2025."

memperoleh informasi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga telah bertransformasi menjadi medium yang signifikan dalam penyebaran dan konsumsi informasi di kalangan Generasi Z.²

Studi mengenai media sosial sebagai sarana dakwah sudah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus menyoroti Klasifikasi Konte Dakwah di TikTok belum ada, penelitian Lutfiana Allisa dan Agus Triyono, misalnya membahas pengaruh dakwah di media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak³, penelitian Ahmad Aufa, misalnya Membahas Efektivitas Konten Dakwah Di TikTok Dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman⁴, dan Lisa Halizah meneliti Pengaruh dan Potensi Tiktok Dalam Menyebarkan Ajaran Islam⁵. Kajian-kajian di atas belum membahas klasifikasi konten dakwah di TikTok. Kebanyakan kajian masih melihat TikTok sebagai bagian dari dakwah digital secara umum tanpa melakukan pemetaan yang lebih mendalam terhadap ragam konten yang beredar di platform tersebut dalam membedakan jenis, bentuk, dan karakteristik konten dakwah yang ada di platform tersebut. Kekurangan studi yang fokus pada klasifikasi ini menunjukkan adanya ruang kosong dalam penelitian dakwah digital, khususnya dalam memahami pola komunikasi keagamaan di media baru. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis klasifikasi dan karakteristik konten dakwah yang ada di TikTok sebagai bentuk dakwah digital di kalangan generasi muda.

Pendekatan teoretis dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan untuk menganalisis fenomena dakwah yang muncul di platform TikTok. Penelitian ini mengaplikasikan teori komunikasi dakwah untuk memahami bagaimana pesan-pesan keislaman dirancang dan disampaikan kepada audiens melalui media digital. Selain itu, teori media baru digunakan untuk menjelaskan perubahan pola interaksi antara da'i dan mad'u dalam lingkungan virtual. Dengan memanfaatkan kedua teori tersebut, penelitian ini berusaha menguraikan konsep dakwah digital sebagai bentuk penyesuaian dakwah terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Selanjutnya, teori-teori tersebut dipakai untuk mengkaji klasifikasi konten dakwah di TikTok berdasarkan tipe, cara penyampaian, serta gaya komunikasinya. Penelitian ini memiliki kebaruan yang difokuskan pada klasifikasi konten dakwah di platform TikTok yang belum pernah dibahas secara terperinci dalam studi-studi sebelumnya. Sebagian besar

² Bulele, ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL”

³ Allisa dan Triyono, Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak”

⁴ Aufa, Efektivitas Konten Dakwah di Tiktok dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman”

⁵ Halizah, Dakwah digital.”

dari penelitian terdahulu lebih membahas pada dakwah digital secara umum tanpa membedakan baik dari jenis, bentuk, maupun karakteristik kontendakwah secara spesifik.⁶ Penelitian ini juga mengintegrasikan pendekatan teori komunikasi dakwah dan media baru yang digunakan untuk menganalisis pola komunikasi dakwah yang sesuai dengan karakteristik generasi Z sebagai pengguna utama TikTok. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi, tantangan, dan efektivitas dakwah dalam sosial media.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode kepustakaan (library research). Metode ini dipilih karena seluruh proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber tertulis yang relevan, tanpa melibatkan wawancara atau observasi langsung di lapangan. Data diperoleh dari buku-buku ilmiah, artikel jurnal, serta informasi yang tersebar di media sosial dengan kredibilitas tinggi dan relevansi terhadap fokus kajian. Sumber-sumber tersebut dianalisis secara kritis melalui proses interpretasi dan sintesis untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif terhadap permasalahan yang dikaji

HASIL DAN PENELITIAN

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan upaya seseorang yang bertujuan mengajak dan mendorong pihak lain agar tunduk pada ajaran islam dalam berbagai sektor kehidupan Dalam Al-Qur'an makna dakwah sebagai masdar memiliki variasi interpretasi, antara lain: dakwah sebagai ajakan sebagaimana terdapat dalam Qs. Al-Baqarah ayat 186, makna ajakan secara umum seperti yang terkandung dalam dalam Qs. Ar-Rad ayat 14, pengertian membangkitkan sebagaimana tercermin pada Qs. Ar-Rum ayat 25, serta seruan sebagaimana disebutkan dalam Qs. Al-Mu'minin⁷

2. Makna Dakwah dalam Bahasa Arab

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab "دعا – يدعو – دعوة" (da 'a – yad'u – da'watan) yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Dalam kerangka keislaman, istilah ini menggambarkan aktivitas mengajak manusia menuju jalan Allah melalui berbagai media penyampaian, baik orang, tulisan, maupun tindakan. Dakwah berfungsi sebagai alat

⁶ Putra Dkk., *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z.*

⁷ Husaini, *Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Fakultas Dakwah Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.*

yang sangat penting dalam mempertahankan kemurnian ajaran Islam dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai keagamaannya.⁸ Menurut Qadaruddin (2019), dakwah dalam istilah diartikan sebagai proses menyampaikan pesan Islam dengan cara yang bijaksana dan bertujuan untuk memelihara keimanan umat serta menumbuhkan kesadaran religius di dalam masyarakat.⁹

Di dalam Al-Qur'an, istilah dakwah sering kali dikaitkan dengan kata-kata yang bermakna ajakan kepada kebaikan. Contohnya dalam QS. An-Nahl [16]:125 yang menyuruh umat Islam untuk berdakwah dengan kebijaksanaan dan pelajaran yang baik. Ayat ini menggaris bawahi bahwa dakwah tidak hanya sekadar menyeru, tetapi juga membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi mad'u (subjek dakwah). Ini berarti bahwa kegiatan dakwah mengharuskan adanya kemampuan komunikasi yang efektif serta empati sosial dari seorang dai agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Dalam aspek kebahasaan, makna dakwah juga mencakup unsur spiritual yang dalam. Sya'bani dan Azizah (2023) menyatakan bahwa bahasa Arab memegang peranan penting dalam dakwah karena menjadi bahasa Al-Qur'an dan hadits. Memahami struktur serta makna bahasa Arab membantu pendakwah menyampaikan pesan Islam secara otentik tanpa mengubah maknanya. Dengan demikian, menguasai bahasa Arab tidak hanya merupakan aspek linguistik, tetapi juga menjadi bagian dari etika intelektual seorang dai dalam menjaga keaslian ajaran Islam. Oleh sebab itu, pemahaman dakwah dalam bahasa Arab tidak hanya terbatas pada makna "mengajak", tetapi juga mencakup dimensi moral, sosial, dan spiritual yang luas. Dakwah diartikan sebagai panggilan untuk memperbaiki kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik melalui kata-kata, tindakan, maupun teladan. Dengan memahami akar kata Arab tersebut, diharapkan pendakwah dapat membangun komunikasi dakwah yang sesuai dan relevan dengan perkembangan zaman.

3. Dakwah Digital

Dakwah digital merupakan bentuk penyebaran ajaran dan nilai-nilai Islam yang dilakukan melalui berbagai media digital, seperti media sosial, blog, aplikasi daring, podcast, serta platform video seperti YouTube dan TikTok. Perkembangan teknologi informasi memungkinkan kegiatan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, melewati batas ruang

⁸ Muhammad Qadaruddin, Pengantar Ilmu Dakwah, CV. Penerbit Qiara Media, 2019, <http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1165/>.

⁹ Muhammad Zaky Syabani dan Qois Azizah Bin Has, "Relevansi Bahasa Arab Dalam Dakwah: Refleksi Atas Kedudukan Bahasa Arab Sebagai Bahasa Al-Quran (Tinjauan Literatur), *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 97-111.

dan waktu, serta menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi masyarakat modern. Dakwah digital memiliki esensi yang sama dengan dakwah tradisional, yakni menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran, namun dilakukan dengan pendekatan yang lebih kreatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda yang hidup di era digital.

4. Ciri dan Strategi Dakwah Digital

Ciri-ciri dakwah digital dapat dilihat dari beberapa aspek utama. Pertama, dakwah digital memiliki jangkauan global dan aksesibilitas tinggi, di mana pesan dakwah dapat diterima oleh siapa pun tanpa terikat oleh batas geografis maupun waktu. Kedua, dakwah digital bersifat interaktif, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan audiens melalui fitur komentar, pesan langsung, maupun siaran langsung (*live streaming*). Ketiga, dakwah digital ditandai oleh keragaman format konten, yang dapat disajikan dalam bentuk teks, gambar, video, infografis, atau audio, sehingga lebih menarik dan mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Strategi dakwah digital perlu disusun secara matang agar tujuan dakwah dapat tercapai. Di antara strategi yang efektif adalah personalisasi pesan dakwah dengan menyesuaikan gaya bahasa, topik, dan pendekatan sesuai dengan karakter audiens; pemanfaatan influencer Muslim untuk memperluas jangkauan pesan; serta pembuatan konten yang kreatif dan konsisten guna membangun kedekatan dan kepercayaan audiens. Pendekatan *storytelling* juga menjadi strategi penting karena dapat mengemas pesan dakwah melalui kisah-kisah inspiratif yang menyentuh emosi. Selain itu, pemanfaatan data analitik dan penggunaan hashtag membantu dai memahami demografi audiens serta memperluas jangkauan dakwah secara digital.

5. Tantangan Dalam Penyebaran dakwah Digital

Dakwah di era digital juga menghadapi sejumlah tantangan. Di antaranya adalah penyebaran informasi palsu (*hoaks*), komentar negatif, dan ujaran kebencian yang dapat menghambat penyampaian pesan. Selain itu, algoritma media sosial sering kali membatasi jangkauan konten yang tidak memenuhi kriteria tertentu, sehingga konten dakwah sulit muncul di linimasa pengguna. Tekanan untuk membuat konten yang viral juga dapat menyebabkan komersialisasi dakwah dan penyederhanaan pesan. Oleh karena itu, dai perlu memiliki literasi digital, menjaga etika komunikasi, dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap berdasarkan nilai-nilai Islam yang benar. Dengan demikian, konsep dakwah digital pada dasarnya mencakup pemahaman tentang pengertian, karakteristik, bentuk, strategi, serta tantangan dalam menyampaikan dakwah melalui media digital. Dakwah digital merupakan inovasi dalam dunia dakwah modern yang memungkinkan ajaran Islam disebarkan secara lebih

luas, interaktif, dan efektif. Melalui pemanfaatan teknologi serta pendekatan yang kreatif dan berbasis data, dakwah digital berpotensi menjadi sarana utama dalam memperkuat nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat global yang semakin terhubung melalui media sosial.¹⁰

6. Peran TikTok Dalam Media Dakwah Digital

Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara penyampaian dakwah Islam. Salah satu platform yang kini memainkan peran penting adalah TikTok. Aplikasi ini menyediakan ruang baru bagi para pendakwah untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman melalui video pendek yang menarik dan mudah dimengerti. Maharani, Khairunnisa, dan Surahman (2025) menguraikan bahwa TikTok memiliki daya tarik visual yang kuat serta algoritma yang memungkinkan pesan dakwah mencapai audiens luas dalam waktu singkat.¹¹ Terbukanya platform ini memberi kesempatan bagi siapa saja, termasuk generasi muda, untuk terlibat dalam dakwah digital dengan cara yang kreatif. Nurmaya dan Rizki (2024) menemukan bahwa mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan TikTok sebagai alat untuk berdakwah dengan berbagai motivasi, mulai dari menyebarkan ilmu agama, menginspirasi hal-hal baik, hingga memperoleh pahala.¹²

Format video pendek dianggap efektif karena sesuai dengan karakteristik generasi Z yang lebih suka pesan yang cepat, visual, dan ringkas. Strategi ini mencerminkan transformasi metode dakwah dari pendekatan konvensional menjadi lebih digital dan komunikatif. Namun, pemanfaatan TikTok sebagai saluran untuk perpropagandaan agama juga menemui tantangan etis dan substansial. Banyak konten yang disajikan cenderung berfokus pada aspek hiburan dan ketenaran, sehingga sering kali substansi keilmuan diabaikan. Oleh karena itu, para penyebar informasi digital perlu memiliki pemahaman media yang baik agar dapat memfilter informasi, mempertahankan kredibilitas, serta memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Ini sangat penting agar penyampaian informasi digital tidak terjebak dalam aspek komersial dan kehilangan makna dari penyampaian dakwah itu sendiri. Dengan demikian, keberadaan TikTok dalam konteks penyebaran agama digital dapat disebut sebagai bentuk inovasi dalam

¹⁰ Faridah dkk., "Strategi Dakwah di Media Sosial."

¹¹ Alena Siti Maharani dan Cucu Surahman, Efektivitas Aplikasi TikTok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital, *IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 3 (2025): 01–07.

¹² Siti Nurmaya dan Juni Wati Sri Rizki, "Utilization of TikTok as Da'wah Media among Islamic Communication and Broadcasting Students: Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 1 (2024): 86–96.

dakwah modern. Platform ini mendukung komunikasi interaktif antara pendakwah dan pendengar, memperluas jangkauan informasi Islam, dan memberikan ruang kreatif untuk mengembangkan strategi dakwah yang relevan dengan tuntutan zaman.

7. Penanganan konten Negatif dalam Dakwah Digital

Di zaman informasi yang bergerak cepat, pengelolaan konten dakwah digital menjadi hal esensial dalam mempertahankan keaslian dan menyatakan bahwa mayoritas audiens dakwah digital, khususnya di kalangan mahasiswa, lebih condong pada efektivitas pesan spiritual. Barri dan rekan-rekannya 2025 konten yang bersifat visual dan ringan, tetapi sering kali hal ini mengorbankan kedalaman materi.¹³ Oleh karena itu, para pendakwah perlu merumuskan strategi konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kaya akan nilai-nilai edukatif dan refleksi. Salah satu metode penting dalam pengelolaan konten dakwah adalah mempromosikan literasi digital kepada para pendakwah dan pembuat konten. Ibad menekankan bahwa literasi dalam dakwah digital mencakup kemampuan untuk memahami teknologi, melakukan pengecekan informasi, serta menangani interaksi di media sosial dengan cara yang etis dan bertanggung jawab.¹⁴ Keterampilan ini memungkinkan pendakwah untuk menyesuaikan cara komunikasi mereka dengan audiens tanpa mengurangi substansi ajaran Islam. Selain itu, proses moderasi dan pengawasan terhadap konten dakwah juga menjadi suatu kebutuhan yang mendesak. Banyaknya informasi yang beredar meningkatkan risiko penyebaran berita palsu atau penyalahgunaan ayat-ayat keagamaan. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara lembaga dakwah, akademisi, dan komunitas digital untuk memastikan bahwa pesan dakwah tetap berkualitas dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini sejalan dengan prinsip amar ma'ruf nahi munkar yang merupakan inti dari tugas dakwah itu sendiri. Dengan pengelolaan konten dakwah yang sistematis, terukur, dan berorientasi literasi media, dakwah digital dapat berfungsi sebagai alat untuk memperbaiki moral masyarakat secara efektif. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat identitas keagamaan di ranah digital, tetapi juga berkontribusi terhadap terciptanya ruang digital yang sehat dan beretika.

B. Klasifikasi Konten Dakwah di Aplikasi TikTok

¹³ Muhamad Akda Fathul Barri dkk., "Fenomena Konsumsi Konten Dakwah Digital Pada Kalangan Mahasiswa: Systematic Literature Review," *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 8, no. 1 (2025): 129–38.

¹⁴ M. Nashoihul Ibad, "Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok: Tantangan dan peluang," *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa* 2, no. 2 (2025): 145–56.

Perkembangan teknologi digital memberikan pengaruh terhadap cara anak muda memahami dan mengakses dalam nilai-nilai sosial maupun keagamaan. Internet menjadi ruang utama media sosial dalam penyebaran informasi, gagasan, dan hiburan dalam berbagai format seperti teks, video, maupun suara. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana sosial, melainkan juga sarana strategis dalam penyebaran nilai dan pesan keagamaan. Dalam konteks ini, TikTok muncul sebagai salah satu platform potensial untuk kegiatan dakwah digital, khususnya yang diminati oleh generasi muda. Dalam konteks tersebut klasifikasi konten dakwah memiliki peran penting untuk mengkaji berbagai pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan keislaman. Klasifikasi ini ditinjau melalui tiga aspek utama, yaitu dakwah berdasarkan tema, jenis konten dakwah, dan tujuan konten dakwah¹⁵

1. Jenis konten dakwah berdasarkan materi

Maddah atau biasa disebut sebagai materi merupakan pesan yang akan disampaikan oleh para da'i kepada para mad'u nya. Yang di maksud sebagai maddah atau materi di sini yaitu berkaitan dengan ajaran agama islam yaitu Al-qur'an dan Hadis sebagai sumber utama dalam berdakwah. Dimana materi dakwah secara umum di klasifikasikan menjadi tiga kelompok utama.¹⁶ Diantaranya Akidah (keimanan) merupakan pokok yang menjadi pembahasan materi utama dalam dakwah yaitu akidah islamiah, dalam materi akidah didalamnya akan membentuk moral atau akhlaq pada manusia, kemudian syari'ah yang menjadi sumber peradaban islam yang akan melindungi Sejarah.¹⁷ Dakwah Aqidah Merupakan materi yang berkaitan langsung dengan rukun iman. Aqidah merupakan pondasi bagi seluruh umat manusia terkhusus umat islam. Pembahasan Aqidah tidak hanya berkaitan dengan keimanan, akan tetapi juga berkaitan dengan larangan Allah *Subhanahu wataaala* Contohnya: larangan berbuat syirik yaitu melakukan ibadah kepada selain Allah, dan berbuat dosa yang lainnya. Dakwah Fiqih atau Hukuk Syariah akan membahas hukum-hukum yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yang dihubungkan dengan rukun islam yang terdiri dari: syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji. Dalam Fiqh juga terdapat Muamalah didalamnya meliputi, aspek hukum wajib, hukum pidana, perdatadll. Dakwah Akhlaq Akhlaq yang berarti budi pekerti, tabiat atau tingkah laku yang berhubungan dengan manusia yang telah tertanam

¹⁵ Aufa, "Efektivitas Konten Dakwah di Tiktok dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman."

¹⁶ Hayati, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis."

¹⁷ "View of Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z."

dalam diri seseorang untuk membentuk sebuah kepribadian, akhlaq terbagi menjadi dua yaitu akhlaq mahmudah (akhlaq baik) dan Akhlaq mazmumah (akhlaq tercela).¹⁸

2. Jenis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok

Dalam era digital sekarang, aplikasi TikTok salah satu media yang sangat dalam peyebaran dakwah islam, terutama pada generasi muda. Yang biasa disebut dengan Gen Z. Konten dakwah pada TikTok mempunyai jenis yang sudah disesuaikan dengan audiens dan menggunakan format video pendek yang atraktif.¹⁹ Berdasarkan hasil penelitian dengan literatur jenis-jenis konten pada TikTok diantaranya ceramah singkat, tanya jawab agama, kisah inspiratif, doa dan dzikir, konten dakwah berupa humor dan konten yang berkaitan dengan isu-isu sosial. Ceramah singkat merupakan salah satu konten yang digunakan untuk pengantar materi agama dan motivasi ibadah dengan durasi yang singkat. Konten berupa tanya jawab membantu audiens berinteraksi langsung dengan pendakwah untuk mendiskusikan berbagai topik yang berkaitan dengan persoalan agama. Kisah inspiratif bisa memberi pengalaman nyata untuk dapat memberi motivasi dan dapat menumbuhkan keimanan para audiens. Konten berupa doa dan dzikir membantu dalam penyebaran amalan yang penting dalam kehidupan sehari-hari.²⁰

Konten berisi nasihat baik kutipan ayat maupun hadist memiliki pesan moral yang mudah untuk diingat dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Begitu juga dengan konten dakwah yang berisi humor yang dapat menjadi alternatif menarik yang digunakan sebagai jembatan dalam penyampaian pesan agama dengan metode yang mudah dipahami dan diterima oleh pengguna terutama pada anak muda. Begitu juga dengan konten dakwah yang berisikan potongan kajian yang mengangkat isu sosial yang menjadi bagian dakwah yang relevan dengan kondisi masa kini. Adanya jenis konten dakwah yang berbagai jenis memperlihatkan perkembangan teknologi dan gaya hidup yang modern. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa TikTok mampu digunakan sebagai platform dakwah yang bisa menjangkau audiens dengan cara yang kreatif dan informatif. Hal ini menunjukkan tantangan dan peluang untuk terus menyampaikan dakwah dengan media sosial dengan efektif.²¹

3. Tujuan Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok

¹⁸ View of Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00).”

¹⁹ Budiarti dkk., “Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa.”

²⁰ Mansyur, *ANALISIS KONTEN DAKWAH USTADZ SYAM DI MEDIA SOSIAL TIKTOK*.

²¹ Koto, *Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)*.

Tujuan dakwah dalam platform TikTok dapat dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu: a. Informatif, Dalam kamus besar Bahasa Indonesia informatif diartikan menerangkan, berkaitan dengan pesan dakwah yang bertujuan untuk memberikan informasi, memperkenalkan dan memberikan pemahaman terhadap sesuatu yang belum diketahui. b. Persuasif, Yaitu dakwah yang diungkapkan menggunakan metode ajakan dengan cara mempengaruhi, cara ini lebih difokuskan pada bagaimana komunikasi dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.^{22c} Edukatif, Dakwah ini bertujuan membentuk masyarakat yang sejahtera dengan mengadakan pembinaan karakter dan keimanan untuk memanfaatkan pesan agama disampaikan secara bijaksana dan persuasif.²³

C. Pola komunikasi dakwah di aplikasi TikTok

TikTok merupakan sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk menonton, berbagi, dan membuat video berdurasi 15 detik hingga 3 menit dengan nomor telepon terhubung. 35 Aplikasi ini menarik perhatian berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak, remaja, dan bahkan orang tua seperti ayah dan ibu, karena video yang ditampilkan singkat dan menarik. Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pengguna yang memanfaatkan media sosial TikTok dengan sangat kreatif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah²⁴. Dalam penyampaian dakwah melalui aplikasi TikTok content creator harus memperhatikan pola pembuatan konten di aplikasi TikTok diantaranya sebagai berikut:

1. Penggunaan Bahasa Ringan dan Visual yang Menarik.

Para *content creator* harus menyampaikan pesan dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami, namun tetap sopan. Mereka juga memanfaatkan berbagai elemen visual seperti animasi, musik, dan filter untuk memperindah tampilan kontennya. Dan menggunakan gaya bahasa yang santai, ringan, dan mudah dipahami, sehingga pesan dakwah tidak terasa membebani atau terlalu formal bagi audiens, khususnya generasi muda.

2. Penyampaian Konten yang Padat dan Bermakna.

Karena durasi video di TikTok terbatas, maka dalam pembuatan konten dituntut menyampaikan pesan yang kuat dalam waktu yang singkat. Tantangan ini justru mendorong para *content creator* untuk lebih kreatif dan efektif dalam merangkum pesan-pesan dakwah. Dengan keterbatasan durasi video di TikTok, dan dapat menyampaikan pesan secara singkat namun tetap memiliki bobot makna yang mendalam. Tantangan waktu tersebut memaksa

²² Ripai dkk., Pesan Dakwah dalam Novel Bait Surau.”

²³ Trizuwani dkk., *Lembaga Dakwah, Tujuan, Fungsi serta Perannya Terhadap Umat Islam*.

²⁴ Setyowat Endangi, Taufikurahman

mereka untuk memilih kata-kata secara selektif dan merancang kerangka penyampaian agar pesan inti tidak hilang. Strategi penyampaian yang padat dan bermakna ini memerlukan kreativitas tinggi, karena pesan yang disajikan harus mampu mencakup esensi ajaran agama tanpa mengorbankan kedalaman pesan. Teknik pengemasan pesan secara efektif dalam rentang waktu singkat juga dapat dibandingkan dengan prinsip-prinsip retorika yang menekankan kekuatan pesan singkat namun penuh arti. Konsistensi dalam Membuat Konten dan Interaksi dengan Audiens. Pengguna TikTok tidak hanya aktif mengunggah konten secara berkala, tetapi juga terlibat langsung dengan pengikut melalui komentar atau diskusi. Hal ini menjadikan dakwah terasa lebih personal dan membangun kedekatan. Merupakan kunci utama dalam menciptakan dan mempertahankan minat audiens. Jadi para *content creator* tidak hanya rutin mengunggah video, tetapi juga berinteraksi langsung dengan pengikutnya melalui fitur komentar, sesi tanya jawab, atau live streaming.

3. Mengikuti Tren dan Memanfaatkan Fitur TikTok.

Para *content creator* harus mengikuti perkembangan tren dan memanfaatkan fitur-fitur seperti hashtag, musik populer, serta challenge agar pesan dakwah lebih mudah ditemukan dan diterima oleh lebih banyak pengguna. Para *content creator* harus memanfaatkan tren terkini dan berbagai fitur khas TikTok untuk mengoptimalkan jangkauan pesan dakwah mereka. Pemanfaatan hashtag, musik populer, dan tantangan (challenge) adalah strategi untuk meningkatkan visibilitas konten. Tren-tren tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat pengenalan, tetapi juga sebagai jembatan untuk mengaitkan nilai-nilai dakwah dengan isu-isu atau fenomena budaya populer yang sedang digemari.²⁵

4. Efektivitas Dakwah di Aplikasi TikTok

Dalam upaya meningkatkan Efektivitas dakwah di TikTok, responden mengusulkan berbagai strategi. Beberapa di antaranya termasuk memanfaatkan fitur live streaming dan duet untuk membangun komunikasi interaktif, membuat konten yang ringkas namun menarik serta berbasis dalil, meningkatkan pemahaman pendakwah mengenai algoritma dan etika bermedia sosial, serta memanfaatkan hashtag yang relevan untuk memperluas jangkauan.²⁶ Di samping

²⁵ Rinni Dwi Andayani, Khalisya Rahma³, Abdur Razzaq¹, Muhamad Yudistira Nugraha, "Strategi Komunikasi Dai Muda dalam Menyebarkan Pesan Dakwah di Tiktok", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol.2 (2025), DOI: 10.62387/naafijurnalilmialunahasiswa.v213.178.<https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi>.

²⁶ Alena Siti Maharani H¹, Anugrah Alifia Khairunnisa M², Cucu Surahman³, (2025). "Efektivitas Aplikasi TikTok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital". *Jurnal Pendidikan Iman Kristen*, vol.2, no.3.

itu, pendekatan visual modern seperti storytelling, kerja sama dengan influencer Muslim, mengikuti tren yang sedang berkembang, dan menghadirkan konten edukatif yang ringan namun bermakna juga dianggap penting. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki peluang besar sebagai platform dakwah Islam, khususnya untuk menjangkau generasi muda. Namun, untuk mengoptimalkan peluang tersebut, dibutuhkan strategi penyampaian yang inovatif, relevan, dan disesuaikan dengan karakter media sosial masa kini. Para pendakwah dituntut untuk menyampaikan pesan keagamaan secara substansial namun tetap dikemas secara menarik agar dapat diterima secara luas oleh audiens digital.

D. Efektivitas Dakwah dengan Durasi Singkat

Efektivitas penyampaian dakwah dalam durasi singkat terletak pada kemampuan menyampaikan pesan yang padat, jelas, dan menarik dalam waktu terbatas sehingga mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Dalam konteks dakwah modern, terutama di media sosial seperti TikTok atau Instagram, durasi singkat menjadi sangat penting karena rentang perhatian audiens yang pendek.²⁷ Oleh karena itu, dakwah singkat harus menggunakan bahasa yang sederhana, lugas, dan menyentuh hati, serta didukung oleh elemen visual yang menarik untuk memperkuat pesan. Pendekatan ini juga menuntut pemilihan inti pesan yang strategis agar tidak melebar dan tetap sesuai dengan kaidah dakwah yang santun, komunikatif, dan tidak memancing perdebatan. Kiai Zakky Mubarak menyoroti pentingnya dakwah yang singkat, padat, dan menarik dengan menggunakan metode komunikasi yang lembut dan mulia (qaulan layyina dan karima), benar (qaulan sadidan), serta jelas dan tepat (qaulan balighan dan ma'rufa).

Ini menunjukkan bahwa keefektifan dakwah durasi singkat sangat bergantung pada kualitas pesan dan cara penyampaiannya yang sesuai dengan karakteristik audiens masa kini. Penelitian menyatakan bahwa dai muda dalam menggunakan media sosial memanfaatkan kreativitas untuk memadukan elemen visual dan audio yang menarik sehingga pesan dakwah mudah diterima oleh generasi Z dan milenial. Dengan konsistensi konten dan interaksi aktif, dakwah singkat dapat membangun kedekatan emosional dan memudahkan pemahaman ajaran Islam secara ringkas namun bermakna.²⁸

E. Tantangan Dakwah Dengan Aplikasi TikTok

²⁷ Kiai Zakky Mubarak, "Dakwah Harus Singkat, Padat, Menarik," NU Online, 2021.

²⁸ Rinni Dwi Andayani et al., "Strategi Komunikasi Dai Muda dalam Menyebarkan Pesan Dakwah di TikTok," NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol. 2 No. 3, Juni 2025.

Tantangan dakwah di TikTok meliputi beberapa aspek, antara lain: Keterbatasan Durasi Video: Durasi video yang singkat dapat membuat pendakwah kesulitan menyampaikan pesan dengan lengkap dan mendalam. Viralitas vs Substansi: Fokus pada viralitas dapat membuat pendakwah lebih memperhatikan popularitas daripada substansi pesan dakwah. Interaksi dengan Audiens: Ruang komentar yang sering kali menjadi arena perdebatan dan pertengkaran dapat membuat pendakwah kesulitan dalam menanggapi kritik atau pertanyaan dari audiens. Potensi Misinterpretasi: Pesan dakwah dapat disalahartikan atau dipahami secara berbeda oleh audiens karena kurangnya konteks atau penjelasan yang memadai. Etika Dakwah Digital: Pendakwah harus menjaga etika dalam berdakwah di dunia maya, termasuk dalam menanggapi kritik atau pertanyaan dari audiens.²⁹

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, beberapa strategi dapat diterapkan, seperti: Menggunakan Bahasa yang Jelas dan Mudah Dipahami: Pendakwah harus dapat menyampaikan pesan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh audiens. Menggunakan Fitur Interaktif: TikTok menawarkan fitur interaktif seperti komentar dan duet yang dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. Membuat Konten yang Kreatif dan Relevan: Pendakwah harus dapat membuat konten yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan audiens. Menjaga Etika Dakwah Digital: Pendakwah harus menjaga etika dalam berdakwah di dunia maya dan menanggapi kritik atau pertanyaan dari audiens dengan bijak.³⁰

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengklasifikasikan konten dakwah di aplikasi TikTok berdasarkan tiga aspek utama, yaitu materi (akidah, fiqih, dan akhlak), jenis konten (ceramah singkat, tanya jawab, kisah inspiratif, doa dan dzikir, humor, serta isu sosial), tujuan dari dakwah (informatif, persuasif, dan edukatif). Temuan ini memberikan petunjuk bahwa TikTok berfungsi sebagai platform strategis dalam penyebaran dakwah digital yang mampu menjangkau khususnya generasi Z dengan menggunakan format video pendek yang menarik dan interaktif. Dakwah melalui TikTok sangat bergantung pada strategi komunikasi yang kreatif, pemahaman mendalam terhadap algoritma media sosial, dan penerapan etika dakwah digital yang ketat. Meskipun dakwah di TikTok menghadapi berbagai tantangan seperti

²⁹ Alhafiz, Muhammad. (2025). *"Dakwah di TikTok: Antara Viral dan Bernilai"*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

³⁰ Daudy Buhari, Zainal Efendi Hasibuan, Bestari Endayana. Pemanfaatan Media Sosial Tik tok Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Literasiologi*. Vol.2, no.4. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

keterbatasan durasi video, tekanan untuk viralitas, potensi misinterpretasi pesan, dan dinamika interaksi yang kompleks di ruang komentar, aplikasi ini tetap menawarkan peluang besar untuk memperkuat penanaman nilai-nilai keislaman secara luas dan kontekstual.

Dakwah digital harus dikelola secara sistematis dengan peningkatan literasi digital bagi para dai dan konten kreator untuk dapat memproduksi materi dakwah yang autentik, terpercaya, serta bermakna. Refleksi dari penelitian ini menegaskan pentingnya penyesuaian metode dakwah tradisional dengan dinamika media digital modern. Hal ini mengharuskan para pendakwah tidak hanya menguasai konten keagamaan secara substantif, tetapi juga menguasai teknik komunikasi digital yang efektif dan etis. Selain itu, moderasi konten dan kolaborasi antara lembaga dakwah, pemerintah, dan komunitas digital menjadi kebutuhan strategis untuk menjaga kualitas dan integritas dakwah di era media sosial.

Saran

Saran dapat diajukan adalah pengembangan pelatihan literasi digital dan etika komunikasi bagi dai muda, peningkatan penelitian lintas disiplin mengenai dampak dakwah dalam digital, serta pengembangan platform pendukung yang menyediakan sumber daya dan standar konten dakwah yang berkualitas. Dengan demikian, dakwah di TikTok dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk masyarakat yang religius, kritis, dan adaptif terhadap perubahan zaman sekaligus menjaga kelestarian nilai-nilai Islam secara autentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Allisa, Lutfiana, dan Agus Triyono. "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak." *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>.
- Aufa, Ahmad. "Efektivitas Konten Dakwah di Tiktok dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman: Studi Kasus Mahasiswa UIN SMH Banten." *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 3, no. 3 (2025): 251–60.
- Budiarti, Ayu Lestari, Erlin Nisa Alviyah, Ira Triana, dkk. "Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI." *FENOMENA* 15, no. 2 (2023): 136–51. <https://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>.
- Bulele, Yohana Noni. "ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK." *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* 1, no. 1 (2020): 565–72.

- Faridah, Faridah, Rahma Melati Amir, Hanafiah Bin Budin, Andi Azhar, dan Sri Nurul Mawaddah. "Strategi Dakwah di Media Sosial." *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2025): 70–85.
- Halizah, Lisa Halizah. "Dakwah digital: Pengaruh dan potensi TikTok dalam menyebarkan ajaran Islam." *Journal of Society and Development* 3, no. 1 (2023): 1–10.
- Hayati, Dinda Rizky. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis." *Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri. Diambil Dari Http://Repository. Iainpurwokerto. Ac. Id/11907,* 2021. https://Repository.Uinsaizu.Ac.Id/11907/1/SKRIPSI_DINDA%20RIZKY%20HAYATI_1717102009.Pdf.
- Husaini, Syahid. *Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Fakultas Dakwah Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. T.T.
- Koto, Nazia Azahra. *Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)*. T.T.
- Mansyur, Silvi. *analisis konten dakwah ustadz syam di media sosial tiktok*. 2023.
- Pau, Angaela Ivania Kana. "Indonesia Puncaki Daftar Pengguna TikTok Terbanyak Dunia 2025." *Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya*. Diakses 16 Oktober 2025. <https://rri.co.id/kupang/hiburan/1757559/indonesia-puncaki-daftar-pengguna-tiktok-terbanyak-dunia-2025>.
- Putra, Robby Aditya, Exsan Adde, dan Maulida Fitri. *PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP GENERASI Z*. 07, no. 01 (2023).
- Ripai, Muhamad, Ucin Muksin, dan Dadan Anugrah. "Pesan Dakwah dalam Novel Bait Surau." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2016): 25–44. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i1.18>.
- Trizuwani, Siti, Muhammad Firdaus, dan M Yakub. *Lembaga Dakwah, Tujuan, Fungsi serta Perannya Terhadap Umat Islam*. t.t.
- "View of Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z." Diakses 1 November 2025. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/CBJIS/article/view/3198/2354>.
- "View of Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)." Diakses 1 November 2025. <https://e-journal.uin-al-azhaar.ac.id/index.php/idaroh/article/view/504/387>.