

DAKWAH DI ERA DIGITAL: REPRESENTASI BUDAYA ISLAM BARU MELALUI PLATFORM TIKTOK

Iqbal Maulana Ibrahim¹ Zidny Fahmi Syakir² Muhammad Nazar Mauludin³ Anas

Hanafi Rahmatullah⁴ Jenuri⁵

¹²³⁴⁵Universitas Pendidikan Indonesia

¹e-mail: iqbalbalone.28@upi.edu

Abstract

The development of digital technology has changed the pattern of Islamic preaching, one of which is through the social media platform TikTok, which is now popular among the younger generation. This study aims to analyze the representation of new Islamic culture through digital da'wah practices on TikTok using a literature study method. Therefore, digital da'wah through TikTok is seen as both an opportunity and a challenge that requires digital literacy, da'wah ethics, and adequate oversight to maintain the substance of Islamic teachings. This research contributes theoretically to the study of Islamic communication and digital culture, and practically provides guidance for da'wah (Islamic preachers), academics, and the community in developing Various academic sources, journals, and recent articles were reviewed to understand communication strategies, forms of representation, and the impact of digital da'wah on society. The research results show that TikTok provides a creative, interactive, and easily accessible da'wah space by utilizing short videos, light language, engaging visuals, popular music, and digital trends. This phenomenon has given rise to a new Islamic culture that is more dynamic, inclusive, and contextualized to modern life, while also marking a shift in authority from traditional ulama (Islamic scholars) to digital Muslim creators. The younger generation is not only an audience but also a producer of da'wah content, thus fostering active participation in the dissemination of Islamic values. However, serious challenges remain, such as the risk of message simplification, the potential for non-credible content, and the commercialization of religion.

Keywords: Digital Preaching; TikTok; New Islamic Culture.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola dakwah Islam, salah satunya melalui platform media sosial TikTok yang kini populer di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya Islam baru melalui praktik dakwah digital di TikTok dengan menggunakan metode studi literatur. Berbagai sumber akademik, jurnal, dan artikel terkini ditelaah untuk memahami strategi komunikasi, bentuk representasi, serta dampak dakwah digital terhadap masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menghadirkan ruang dakwah yang kreatif, interaktif, dan mudah diakses dengan memanfaatkan video singkat, bahasa ringan, visual menarik, musik populer, hingga tren digital. Fenomena ini melahirkan budaya Islam baru

yang lebih dinamis, inklusif, dan kontekstual dengan kehidupan modern, sekaligus menandai pergeseran otoritas dari ulama tradisional ke kreator Muslim digital. Generasi muda tidak hanya menjadi audiens, tetapi juga produsen konten dakwah, sehingga terbentuk partisipasi aktif dalam penyebaran nilai keislaman. Meski demikian, terdapat tantangan serius seperti risiko penyederhanaan pesan, potensi konten tidak kredibel, hingga komersialisasi agama. Oleh karena itu, dakwah digital melalui TikTok dipandang sebagai peluang sekaligus tantangan yang memerlukan literasi digital, etika dakwah, dan pengawasan yang memadai agar substansi ajaran Islam tetap terjaga. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis pada kajian komunikasi Islam dan budaya digital, serta secara praktis memberi panduan bagi dai, akademisi, dan masyarakat dalam mengembangkan strategi dakwah yang efektif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Kata Kunci: Dakwah Digital; TikTok; Budaya Islam Baru.

Diterima redaksi : Juli, 2025 | Selesai Revisi : September, 2025 | Diterbitkan Online:
September, 2025

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi manusia, termasuk dalam ranah keagamaan. Salah satu fenomena paling mencolok adalah hadirnya media sosial sebagai ruang baru penyebaran dakwah Islam. TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan berbasis video singkat, kini berkembang menjadi medium dakwah yang populer di kalangan generasi muda (Hayati 2021). Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran cara berdakwah yang tidak lagi bergantung pada mimbar, majelis taklim, atau ceramah konvensional, melainkan melalui konten kreatif, interaktif, dan mudah diakses. Dakwah melalui TikTok biasanya dikemas dengan gaya yang santai, visual yang menarik, musik populer, hingga penggunaan tren hashtag, sehingga mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan meningkatnya tren religiusitas generasi Z yang mencari pengetahuan keagamaan melalui kanal digital. Akan tetapi, dinamika dakwah di TikTok juga melahirkan wacana tentang “budaya Islam baru”, yaitu bentuk representasi ajaran Islam yang berpadu dengan budaya populer digital. Transformasi ini menarik untuk dikaji lebih jauh karena memperlihatkan interaksi antara agama, budaya, dan teknologi dalam konteks masyarakat modern.

Apabila fenomena dakwah digital ini tidak ditangani secara bijak, konsekuensi serius dapat terjadi dalam kehidupan keagamaan generasi muda (Iqbal and Asman 2021). Premis mayor: Islam sebagai agama rahmatan lil ‘alamin memiliki ajaran yang bersifat universal, mendalam, dan membutuhkan pemahaman yang komprehensif. Dakwah

melalui media sosial cenderung disampaikan secara singkat, sederhana, bahkan dangkal karena mengikuti pola algoritma digital yang menuntut konten cepat, ringan, dan viral. Maka konklusinya, apabila kondisi ini dibiarkan, terdapat risiko besar terjadinya reduksi ajaran Islam menjadi sebatas slogan atau tren semata, tanpa pemahaman mendalam tentang substansinya. Selain itu, ketidakhadiran otoritas ulama dalam ruang digital dapat membuka peluang bagi munculnya otoritas baru yang tidak memiliki kompetensi keilmuan mumpuni, sehingga dapat memunculkan kesalahpahaman bahkan penyebaran ajaran yang menyimpang. Dampak lainnya adalah potensi komersialisasi agama, ketika dakwah dijadikan sarana untuk mengejar popularitas atau keuntungan materi semata (Zuhri 2021). Oleh karena itu, penting untuk menempatkan dakwah digital sebagai peluang sekaligus tantangan yang harus ditangani dengan pendekatan akademis dan metodologis, agar esensi dakwah tetap terjaga sekaligus adaptif terhadap perkembangan zaman.

Dalam konteks yang lebih luas, urgensi dakwah digital juga dapat dikaitkan dengan pentingnya edukasi nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan tinggi. Salah satu tema yang cukup sering muncul dalam dakwah digital adalah isu pernikahan dan relasi keluarga Islami. Generasi mahasiswa, sebagai kelompok usia produktif dan calon pemimpin bangsa, membutuhkan pemahaman yang memadai tentang pernikahan, bukan hanya dari aspek fiqh, tetapi juga dari sisi sosial, psikologis, dan budaya (Mutakin and Khasanah 2023). Sayangnya, kurikulum formal perkuliahan sering kali kurang memberikan ruang memadai bagi edukasi pernikahan, sehingga mahasiswa mencari informasi tersebut melalui media digital, termasuk TikTok dakwah. Apabila edukasi pernikahan tidak diberikan secara tepat, mahasiswa dapat terjebak pada pemahaman yang sempit atau bahkan salah kaprah karena hanya mengandalkan konten singkat yang beredar di media sosial (BAIDHAWY, n.d.). Oleh sebab itu, integrasi edukasi pernikahan dalam perkuliahan sangat penting, agar mahasiswa tidak hanya mendapatkan informasi yang dangkal dari ruang digital, melainkan juga bimbingan akademis dan keagamaan yang utuh. Dalam hal ini, dakwah digital di TikTok dapat dilihat sebagai pelengkap, bukan pengganti, bagi edukasi formal di bangku kuliah.

Untuk memahami fenomena dakwah digital di TikTok sebagai representasi budaya Islam baru, penelitian ini menggunakan kerangka teori komunikasi massa dan teori budaya digital. Teori komunikasi massa menjelaskan bagaimana pesan keagamaan dapat disebarkan secara luas melalui medium teknologi, serta bagaimana audiens merespons pesan tersebut (Kasir and Awali 2024). Sementara itu, teori budaya digital menyoroti bagaimana interaksi di ruang maya menciptakan bentuk budaya baru yang tidak hanya mereproduksi nilai lama, tetapi juga menghadirkan identitas baru yang lebih cair dan fleksibel. Konsep budaya populer juga digunakan untuk menjelaskan integrasi antara ajaran Islam dengan tren digital, seperti penggunaan musik, meme, atau tantangan viral dalam dakwah. Selain itu, teori otoritas keagamaan kontemporer memberikan landasan untuk memahami pergeseran legitimasi dari ulama tradisional ke konten kreator Muslim. Dengan kombinasi kerangka teoritis ini, penelitian dapat menganalisis dakwah di TikTok bukan sekadar aktivitas religius, tetapi juga sebagai fenomena budaya yang membentuk cara baru generasi muda memahami dan merepresentasikan Islam (Bajeber 2024).

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti perkembangan dakwah digital dan peran media sosial dalam menyebarkan ajaran Islam. Penelitian (Najmi 2024) mengkaji penggunaan TikTok sebagai media dakwah dan menemukan bahwa visualisasi pesan berpengaruh besar terhadap penerimaan audiens. Penelitian (Chanra 2022) membahas tren dakwah di media sosial dengan menekankan pada pentingnya estetika visual dan narasi singkat dalam menarik minat generasi muda. Sementara itu, penelitian (Mutakin 2023) meneliti fenomena ustadz selebgram dan TikTokers Muslim, yang menunjukkan adanya pergeseran otoritas keagamaan dari ulama tradisional ke figur populer di media sosial. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih menekankan aspek komunikasi atau penyebaran pesan, dan belum banyak yang mengulas dakwah TikTok sebagai fenomena budaya Islam baru yang membentuk identitas religius generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi celah dengan memposisikan dakwah TikTok bukan hanya sebagai sarana penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai proses pembentukan budaya Islam yang baru dalam ekosistem digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya Islam baru melalui praktik dakwah di platform TikTok. Secara khusus, penelitian ini ingin mengidentifikasi bagaimana konten kreator Muslim

memproduksi dan menyebarkan dakwah dengan memanfaatkan budaya populer digital, serta bagaimana hal itu diterima oleh audiens, khususnya generasi muda. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi pergeseran otoritas keagamaan dari ranah tradisional ke ruang digital, serta implikasinya terhadap pemahaman keislaman generasi Z. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam kajian komunikasi keagamaan dan budaya digital, serta kontribusi praktis bagi para pendakwah, akademisi, dan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial secara bijak untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya mendeskripsikan fenomena dakwah di TikTok, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika lahirnya budaya Islam baru di era digital.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan tujuan untuk memahami bagaimana dakwah di era digital merepresentasikan budaya Islam baru melalui platform TikTok. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber akademik, jurnal, buku, serta artikel yang relevan dengan tema dakwah digital, media sosial, dan transformasi budaya Islam. Pencarian literatur dilakukan melalui database seperti Google Scholar, Scopus, dan portal jurnal universitas, menggunakan kata kunci seperti “dakwah digital”, “budaya Islam di media sosial”, “TikTok dan dakwah”, serta “representasi budaya Islam”. Literatur yang dipilih diprioritaskan yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020 hingga 2025 agar mencerminkan perkembangan terbaru dalam konteks digital. Selanjutnya, sumber-sumber tersebut dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi pola, strategi, dan dampak dakwah melalui TikTok, serta bagaimana platform tersebut menjadi medium representasi budaya Islam baru di masyarakat digital. Hasil analisis ini kemudian disintesis untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena dakwah di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam praktik dakwah Islam. TikTok menjadi salah satu media yang paling berpengaruh karena format video pendeknya yang cepat, menarik, dan mudah dipahami, terutama oleh generasi muda. Melalui TikTok, dakwah tidak lagi disampaikan secara formal seperti ceramah panjang, tetapi dikemas secara kreatif dengan visual menarik, humor, tren viral, musik, dan bahasa yang lebih santai. Cara ini membuat pesan agama terasa lebih dekat dan relevan dengan kehidupan digital masyarakat saat ini.

Fenomena ini sekaligus membentuk budaya Islam baru di ruang digital, di mana nilai-nilai Islam tetap dipertahankan namun diekspresikan dengan gaya komunikasi yang lebih fleksibel, modern, dan inklusif. Generasi muda tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga ikut memproduksi konten dakwah, sehingga mereka menjadi agen perubahan dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Namun, dakwah digital juga memiliki tantangan. Format video singkat dapat menyederhanakan makna ajaran agama, munculnya konten yang kurang kredibel, serta potensi munculnya hoaks atau penyalahgunaan informasi keagamaan. Karena itu, literasi digital dan etika sangat penting agar dakwah tetap berkualitas dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Secara keseluruhan, TikTok membuka ruang baru bagi dakwah Islam yang lebih dinamis dan mudah dijangkau. Meski begitu, dai dan masyarakat harus tetap menjaga akurasi, kredibilitas, serta nilai-nilai Islam, agar dakwah digital benar-benar membawa dampak positif bagi umat.

Hasil

Di era digital yang semakin maju, teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ranah dakwah Islam. Media sosial menjadi salah satu platform yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih interaktif dan menjangkau khalayak luas tanpa batas geografis. Salah satu platform yang kini populer dan banyak digunakan untuk dakwah adalah TikTok. Dengan karakteristiknya yang berbasis video singkat, TikTok menawarkan format komunikasi yang cepat, menarik, dan mudah diterima terutama oleh generasi muda. Dakwah digital melalui TikTok tidak hanya menyampaikan pesan agama secara tekstual, tetapi juga memperkaya representasi budaya Islam baru yang lebih dinamis dan kontekstual sesuai dengan perkembangan zaman. Fenomena ini menjadi

penting untuk dikaji mengingat transformasi budaya Islam yang terjadi melalui media sosial berpotensi membentuk identitas keagamaan sekaligus pola interaksi sosial baru di masyarakat digital (Fazry 2025).

TikTok memiliki keunikan tersendiri dibandingkan platform media sosial lainnya, terutama karena format video pendek yang mudah dikonsumsi dan konten yang sangat variatif (Septiyawati et al. 2025). Hal ini memberikan peluang besar bagi para dai untuk berinovasi dalam menyampaikan dakwah. Video-video dakwah di TikTok biasanya dikemas dengan bahasa yang ringan, visual yang menarik, serta penggabungan unsur humor dan musik yang relevan sehingga mampu menarik perhatian penonton. Pendekatan ini berbeda dengan dakwah konvensional yang cenderung formal dan serius, sehingga membuka ruang bagi representasi budaya Islam yang lebih inklusif dan beragam. TikTok juga menawarkan fitur interaktif seperti komentar, duet, dan live streaming, yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara dai dan jamaah, memperkuat keterlibatan dan komunitas digital di sekitar pesan dakwah tersebut.

Budaya Islam baru yang terbentuk di era digital ini merupakan hasil dari interaksi antara nilai-nilai tradisional Islam dengan konteks digital dan gaya hidup modern. Melalui TikTok, dakwah tidak lagi sebatas ceramah panjang atau pengajaran tekstual, melainkan dikemas dalam bentuk yang lebih ringan dan mudah diakses oleh kalangan muda yang terbiasa dengan teknologi. Representasi budaya Islam baru ini mencakup aspek visual, gaya bahasa, bahkan selebrasi keagamaan yang lebih fleksibel. Misalnya, penggunaan bahasa gaul, tren viral, serta simbol-simbol budaya populer yang disesuaikan dengan nilai-nilai Islam. Fenomena ini menunjukkan adanya akulturasi budaya yang produktif, di mana pesan agama tetap dipertahankan namun disampaikan dengan cara yang lebih relevan dan mengena di hati masyarakat digital (Firdaus, Azizurrochman, and Siswanto 2025).

Pembahasan

Generasi muda merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan TikTok dan menjadi sasaran utama dakwah digital (Chanra and Tasruddin 2025). Mereka tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga pelaku dan produsen konten dakwah itu sendiri. Partisipasi aktif ini menunjukkan bahwa dakwah digital mampu mengakomodasi

kebutuhan komunikasi dan ekspresi keagamaan generasi muda yang lebih kreatif dan adaptif terhadap teknologi. Selain itu, mereka juga menjadi agen perubahan yang dapat menyebarkan pesan dakwah ke lingkaran sosial yang lebih luas. Keaktifan generasi muda ini menjadi kunci keberhasilan dakwah di era digital karena pesan yang disampaikan melalui cara yang familiar dan menarik akan lebih mudah diterima dan diamalkan.

Strategi dakwah di TikTok banyak mengandalkan kreativitas dalam penyampaian pesan agar tidak monoton dan membosankan. Para dai dan kreator konten dakwah menggabungkan storytelling, visual menarik, musik, serta bahasa yang mudah dipahami untuk menyampaikan nilai-nilai Islam. Penggunaan meme, humor, dan tren yang sedang viral juga menjadi salah satu strategi agar pesan dakwah dapat menjangkau audiens lebih luas dan viral. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan penggunaan fitur interaktif di TikTok memperkuat engagement dengan audiens. Strategi ini juga memperhatikan sensitivitas budaya dan sosial agar dakwah yang disampaikan tetap sesuai dengan nilai agama namun tetap relevan dengan kondisi sosial saat ini (Fabriar 2024).

Melalui TikTok, muncul representasi identitas Islam yang lebih beragam dan inklusif, terutama dalam hal ekspresi budaya, penampilan, dan gaya komunikasi. Para kreator dakwah menghadirkan representasi Islam yang tidak kaku, melainkan dinamis dan dapat diterima berbagai kalangan. Misalnya, dakwah yang memadukan unsur budaya lokal dengan nilai Islam, penggunaan pakaian yang lebih modis namun tetap syar'i, serta bahasa yang lebih ringan dan akrab. Hal ini mencerminkan perubahan dalam cara umat Islam mengekspresikan keimanannya di ruang digital, yang memungkinkan pembentukan identitas keagamaan yang fleksibel, modern, namun tetap berakar pada nilai-nilai Islam.

Dakwah melalui TikTok memiliki dampak positif yang signifikan dalam memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan agama. Dengan kemudahan akses dan format video singkat, informasi keagamaan menjadi lebih mudah dipahami dan dicerna, khususnya bagi mereka yang tidak memiliki kesempatan mengikuti kajian secara langsung. Selain itu, dakwah digital mampu mengurangi jarak sosial antara dai dan jamaah, memperkuat rasa komunitas, serta memotivasi umat untuk lebih aktif dalam beribadah dan mengamalkan ajaran Islam. Inovasi dakwah ini juga memberikan ruang bagi dialog dan diskusi yang konstruktif antara berbagai kelompok umat Islam di platform yang sama.

Meski memiliki banyak keunggulan, dakwah digital melalui TikTok juga menghadapi berbagai tantangan dan risiko. Konten dakwah yang disajikan dalam format singkat berpotensi menimbulkan penyederhanaan pesan sehingga makna agama bisa terdistorsi. Selain itu, adanya konten dakwah yang kurang kredibel atau bahkan menyesatkan menjadi tantangan besar dalam menjaga kualitas dakwah di platform digital (Uyuni 2023). Persaingan dengan konten yang sifatnya hiburan juga membuat pesan dakwah harus lebih inovatif agar tetap menarik. Selain itu, risiko penyalahgunaan teknologi dan fenomena hoaks agama juga perlu diwaspadai agar dakwah digital tidak justru menimbulkan konflik sosial dan polarisasi di masyarakat.

Berbagai studi akademis telah menyoroti peran media sosial, termasuk TikTok, dalam mengubah praktik dakwah Islam dan representasi budaya Islam. Penelitian menunjukkan bahwa media digital membuka ruang baru untuk praktik keagamaan yang lebih inklusif dan dinamis, serta mendukung pembentukan identitas Muslim yang lebih adaptif terhadap modernitas. Studi-studi ini juga menekankan pentingnya literasi digital dan etika dalam dakwah digital agar pesan keagamaan dapat tersampaikan dengan baik dan tidak menimbulkan misinterpretasi. Perspektif akademis ini menjadi landasan penting dalam mengkaji fenomena dakwah di TikTok sebagai bagian dari perkembangan budaya Islam kontemporer.

. Dakwah di era digital melalui platform TikTok merepresentasikan budaya Islam baru yang lebih dinamis, inklusif, dan kontekstual (Rizky et al. 2025). Melalui inovasi penyampaian pesan keagamaan yang kreatif dan interaktif, dakwah digital mampu menjangkau generasi muda dan memperkuat komunitas umat di ruang virtual. Namun, tantangan terkait kredibilitas, penyederhanaan pesan, dan risiko informasi keliru harus diatasi dengan literasi digital yang baik dan pengawasan konten yang ketat. Implikasi dari fenomena ini menuntut dai dan komunitas Islam untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi sambil menjaga nilai-nilai agama agar dakwah tetap relevan dan berdampak positif di masyarakat. Studi ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk pengembangan strategi dakwah digital yang efektif dan etis di masa depan.

Simpulan

Dakwah melalui TikTok di era digital telah mengubah cara penyampaian pesan Islam menjadi lebih menarik, dinamis, dan mudah diakses, khususnya oleh generasi

muda. Platform ini memungkinkan terciptanya budaya Islam baru yang menggabungkan nilai tradisional dengan gaya hidup modern. Kreativitas dan interaksi di TikTok memperkuat keterlibatan umat dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam.

Meski demikian, tantangan seperti penyederhanaan pesan dan konten yang kurang kredibel perlu diwaspadai dengan literasi digital dan etika dakwah yang baik. Secara keseluruhan, dakwah digital melalui TikTok berpotensi besar memperluas jangkauan dakwah dan membentuk identitas Islam yang relevan dengan perkembangan zaman, selama terus dijalankan secara bertanggung jawab dan inovatif.

Pertanyaan

1. bagaimana masyarakat bisa membedakan antara “dakwah benar” dan “dakwah yang viral tapi menyesatkan”?
2. dengan trend sekarang banyak pendakwah yang merambah ke tiktok lalu ada banyak konten kreator yang hanya mengambil sebagian clip yang membuat banyak asumsi entah positif ataupun negatif dari masyarakat, bagaimana tanggapan anda tentang fenomena yang terjadi ini
3. sejauh mana konten dakwah ditiktok berpengaruh terhadap pemahaman dan praktik keagamaan generasi muda muslim
4. Bagaimana karakteristik tiktok memengaruhi bentuk gaya dakwah yang di sampaikan
5. Menurut kamu, dengan maraknya ustad TikTok gimana caranya kita sebagai penonton bisa milih mana dakwah yang beneran bisa diterapkan di kehidupan sehari² sama yang cuma sekedar tren konten aja?
6. Tantangan apa saja di era dakwah digital saat ini

Jawaban

1. Ada tiga acara untuk membedakan antara dakwah yang benar dan yang tidak benar pertama cek sumbernya lihat latar belakang pendakwah apakah orang yang menyampaikan dakwah berilmu, Yang kedua cek dalilnya dakwah yang benar menyampaikan dalil jelas, tidak mengada-ada, Dan yang ketiga gaya penyampaianyaa dakwah yang benar menenangkan, tidak provokatif
2. Menurut kami konten clip dapat membuat kesalahpahaman, sehingga dapat membuat perbedaan prespektif. Tetapi keuntungannya masyarakat jadi cepat memahami isi ceramah.
3. Kelebihannya memudahkan akses ilmu agama Islam, penyampaian lebih mudah dipahami khususnya Generasi Z

- Kekurangannya dapat membuat kesalahpahaman karena tiktok merupakan Platform video singkat, ditakutkannya perbedaan perspektif penonton
4. Menurut kami pengaruh karakteristik tiktok terhadap dakwah yaitu biasanya dakwah dilakukan di mimbar tetapi sekarang bisa melalui platform tiktok dengan durasi yang singkat, dan bisa ditambahkan music agar menarik emosional penonton.
 5. Pertama pilih penceramah yang kredibel dan berilmu, kedua Cross-check dengan ulama lain atau dengan sumber fikih yang valid.
 6. Banyak orang tanpa ilmu cukup tetapi sudah berdakwah ikut berdakwah demi konten. **Polarisasi** karena ceramah yang memprovokasi.

DaftarPustaka

BAIDHAWY, ZAKIYUDDIN. n.d. “PENDIDIKAN AGAMA ISLAM BERWAWASAN MULTIKULTURAL MENURUT.”

Bajeber, Najmi. 2024. “Efektivitas Media Sosial Tiktok Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok@ Aabelkarimi.” UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Chanra, M, and Ramsiah Tasruddin. 2025. “Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 8 (1): 872–81.

Fabriar, Silvia Riskha. 2024. *Dakwah Di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning*. Penerbit NEM.

Fazry, Muhamad. 2025. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial Tiktok Ustad Abdul Somad: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi.” UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Firdaus, Yuliatul, Muhammad Nauval Azizurrochman, and Ali Hasan Siswanto. 2025. “Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam.” *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1 (6): 746–55.

Hayati, Dinda Rizky. 2021. “Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis.” *Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri. Diambil Dari Http://Repository. Iainpurwokerto. Ac. Id/11907*.

Iqbal, Muh, and Asman Asman. 2021. “Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41 (2):

172–83.

Kasir, Ibnu, and 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.

Mutakin, Ali, and Siti Uswatun Khasanah. 2023. *Moderasi Dakwah Untuk Generasi Millenial Melalui Media Digital*. Publica Indonesia Utama.

Rizky, Faiz Ichwanul, Nakhlah Faridah Ash Sholichah, Ainun Naya, and Ali Hasan Siswanto. 2025. “Transformasi Metodologi Dakwah Dalam Era Teknologi Informasi.” *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1 (6): 624–29.

Sari, Nur Indah. 2023. “Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap.” IAIN Parepare.

Septiyawati, Arlyah, Rofiyana Rofiyana, Dwi Ayu Septiyani, and Achmad Tubagus Surur. 2025. “Peran Media Sosial Dalam Mensosialisasikan Nilai Moderasi Beragama: Studi Analisis Platform Tiktok.” *JURNAL ILMIAH NUSANTARA* 2 (2): 535–47.

Uyuni, Badrah. 2023. *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa.

Zuhri, Achmad Muhibin. 2021. *Beragama Di Ruang Digital; Konfigurasi Ideologi Dan Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Virtual*. Nawa Litera Publishing.