

Integrasi Media Sosial dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam: Studi Kasus Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Santri

Abdurrahman Nasution*¹, Sahnila Sari Hasibuan²

Universitas Islam Sumatera Utara¹²

Email: abdurrahmannasution3@gmail.com , nilasah20@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan pembelajaran, termasuk dalam bidang pendidikan agama Islam. Media sosial seperti TikTok yang awalnya digunakan sebagai sarana hiburan kini berkembang menjadi ruang baru bagi aktivitas dakwah dan pembelajaran keagamaan. Fenomena ini menuntut santri untuk mampu beradaptasi dan mengintegrasikan dakwah dengan media digital secara kreatif dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana santri memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah digital serta implikasinya terhadap pembelajaran Pendidikan Agama Islam di era media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang dilaksanakan di salah satu pesantren yang aktif menggunakan TikTok sebagai sarana dakwah. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas dakwah santri di platform TikTok, serta dokumentasi konten digital. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menemukan pola-pola tematik yang relevan dengan fokus penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa santri memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan pesan dakwah secara kreatif dengan menggunakan bahasa yang ringan, visual menarik, dan durasi singkat agar sesuai dengan karakteristik audiens muda. Motivasi utama santri dalam berdakwah melalui TikTok adalah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas dan menyesuaikan metode dakwah dengan perkembangan zaman. Respon audiens terhadap konten dakwah umumnya positif, meskipun terdapat tantangan berupa keterbatasan durasi, kompetisi dengan konten hiburan, dan risiko salah tafsir pesan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok oleh santri menjadi bentuk nyata integrasi antara media sosial dan pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Dakwah digital tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi juga meningkatkan literasi media, kreativitas, dan kemampuan komunikasi santri. Implikasinya, lembaga pendidikan Islam perlu menyesuaikan strategi pembelajaran agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital tanpa mengabaikan nilai-nilai spiritual dan etika dakwah Islam.

Kata Kunci: *Pendidikan Agama Islam, Dakwah Digital, Media Sosial, TikTok, Santri*

Abstract

The development of digital technology has transformed patterns of communication and learning, including in the field of Islamic religious education. Social media platforms such as TikTok, which were initially used for entertainment purposes, have now evolved into new spaces for religious preaching (dakwah) and Islamic learning activities. This phenomenon requires santri (Islamic boarding school students) to adapt and integrate dakwah with digital media in creative and effective ways. This study aims to analyze how santri utilize TikTok as a medium for digital dakwah and to examine its implications for

Islamic Religious Education learning in the social media era. This research employs a qualitative approach with a case study method, conducted in an Islamic boarding school actively using TikTok as a platform for dakwah. Data were collected through in-depth interviews, observation of santri's dakwah activities on TikTok, and documentation of digital content. The collected data were analyzed descriptively through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing to identify thematic patterns relevant to the focus of the study. The findings reveal that santri utilize TikTok to disseminate dakwah messages creatively by using simple language, appealing visuals, and short durations to suit the characteristics of young audiences. The main motivation of santri in conducting dakwah through TikTok is to widely spread Islamic values and to adapt the methods of dakwah to technological developments. The audience's response to the dakwah content is generally positive, although challenges remain, such as limited duration, competition with entertainment content, and the risk of message misinterpretation. The study concludes that the use of TikTok by santri represents a tangible form of integration between social media and Islamic Religious Education learning. Digital dakwah not only expands the reach of Islamic values but also enhances santri's media literacy, creativity, and communication skills. The implication is that Islamic educational institutions need to adjust their learning strategies to be more adaptive to digital technological developments without neglecting spiritual values and the ethical principles of dakwah in Islam.

Keywords: *Islamic Religious Education, Digital Da'wah, Social Media, TikTok, Santri*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan dakwah Islam. Kehadiran media sosial menjadikan pola interaksi dan komunikasi keagamaan lebih terbuka, cepat, dan masif. Salah satu platform yang paling populer di kalangan generasi muda saat ini adalah TikTok, yang dikenal dengan konten singkat, kreatif, dan mudah diakses. (Abdusshomad, 2024) Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa TikTok lebih banyak digunakan untuk hiburan semata, bahkan tidak jarang menghadirkan konten yang kurang mendidik dan bertentangan dengan nilai-nilai Islami. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang, khususnya bagi santri yang memiliki kapasitas keagamaan, untuk menjadikan TikTok sebagai media alternatif dakwah yang relevan dengan generasi digital. (Abdul Aziz, 2020)

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) belum sepenuhnya terintegrasi secara sistematis, terutama dalam konteks pesantren. Banyak guru dan santri masih mengandalkan metode konvensional dalam menyampaikan materi, sementara generasi muda sudah terbiasa dengan pola komunikasi digital yang serba cepat. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara cara penyampaian nilai-nilai agama dengan kebutuhan generasi yang lebih akrab dengan teknologi. Dengan demikian, perlu dikaji lebih mendalam bagaimana santri sebagai representasi generasi religius mampu memanfaatkan media sosial seperti TikTok, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana dakwah dan pembelajaran agama. (Amin & Sulastri, 2024)

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pemanfaatan media sosial dalam pendidikan dan dakwah Islam. Misalnya, penelitian (Febriyani et al., 2024) menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media dakwah visual yang

efektif di kalangan mahasiswa.(Febriyani et al., 2024) Sementara itu, studi oleh Guntur Cahyono (2019) menyoroti YouTube sebagai sarana pembelajaran agama yang interaktif melalui konten video dakwah.(Cahyono, 2019) Penelitian lain oleh Zulfikar Ghazali (2019) mengungkapkan bahwa Facebook masih relevan sebagai ruang berbagi pengetahuan keislaman meskipun penggunaannya mulai menurun di kalangan remaja.(Ghazali, 2019) Selanjutnya, temuan Wirani Atqia dan Bahrul Latif (2021) menunjukkan bahwa WhatsApp group berperan dalam memperkuat interaksi religius di kalangan komunitas sekolah.(Atqia & Latif, 2021) Adapun studi terbaru oleh Intan Musdalifah and Nikmah Hadiati Salisah (2022) meneliti TikTok sebagai media dakwah, namun fokusnya masih terbatas pada fenomena konten kreator umum, bukan pada konteks pendidikan formal maupun kalangan santri.(Musdalifah & Hadiati Salisah, 2022)

Dari kajian terdahulu tersebut terlihat bahwa meskipun banyak penelitian membahas media sosial sebagai sarana dakwah, kajian khusus mengenai pemanfaatan TikTok oleh santri dalam konteks pembelajaran PAI masih sangat terbatas. Sebagian besar studi terdahulu hanya menyoroti aspek dakwah populer di media sosial, belum menyentuh bagaimana integrasi tersebut dapat berkontribusi langsung terhadap pembelajaran agama di lingkungan pendidikan Islam.(Alamin & Missouri, 2023) Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menutup kesenjangan tersebut dengan menitikberatkan pada studi kasus santri sebagai aktor dakwah digital yang memanfaatkan TikTok, sekaligus meninjau implikasinya terhadap pembelajaran PAI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana santri memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah digital serta bagaimana pemanfaatan tersebut berimplikasi terhadap pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Masalah yang dikaji meliputi motivasi santri dalam menggunakan TikTok, strategi kreatif yang mereka gunakan, respon audiens terhadap konten dakwah, serta tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran empiris tentang transformasi metode dakwah dan pembelajaran agama di era digital, sekaligus memperlihatkan kontribusi nyata santri dalam menjawab tantangan dakwah di ruang publik virtual. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait inovasi pembelajaran PAI, memberikan rekomendasi praktis bagi guru dan lembaga pendidikan Islam, serta menunjukkan kebaruan dalam pengembangan dakwah berbasis media sosial.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah oleh santri. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses, motivasi, strategi, serta dampak aktivitas dakwah digital terhadap pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Lokasi penelitian dilakukan di salah satu pesantren yang aktif memanfaatkan TikTok dalam kegiatan dakwahnya. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan beberapa santri dan ustaz pembimbing,

observasi langsung terhadap aktivitas dakwah di platform TikTok, serta dokumentasi konten digital yang diunggah oleh para santri. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, guna menemukan pola-pola tematik yang menggambarkan integrasi media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Pemanfaatan TikTok oleh Santri sebagai Media Dakwah Digital

Pemanfaatan TikTok oleh santri sebagai media dakwah digital berangkat dari fenomena meningkatnya penggunaan platform tersebut di kalangan generasi muda. TikTok yang awalnya dikenal sebagai aplikasi hiburan dengan konten singkat, kini telah bergeser menjadi ruang publik yang menyediakan berbagai informasi, termasuk konten keagamaan. Santri sebagai kelompok yang memiliki otoritas moral dan keilmuan agama Islam melihat peluang ini sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dakwah. Mereka tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga menjadi produsen konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan audiens muda yang akrab dengan dunia digital.(Halizah, 2024)

Dalam praktiknya, santri memanfaatkan fitur-fitur TikTok yang memungkinkan pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang sederhana namun menarik. Misalnya, penggunaan latar musik, efek visual, dan teks singkat yang memperkuat pesan dakwah. Konten yang mereka produksi umumnya berupa potongan ceramah singkat, kajian singkat tentang akhlak, motivasi islami, hingga pengingat ibadah harian.(Sholihatul Atik Hikmawati & Luluk Farida, 2021) Bentuk penyajian yang kreatif ini membantu dakwah menjadi lebih mudah dipahami dan diterima, khususnya oleh audiens yang memiliki rentang perhatian singkat. Dengan demikian, TikTok menjadi media yang relevan untuk mengkomunikasikan ajaran Islam secara kontekstual tanpa mengurangi substansi pesan.(Randani et al., 2021)

Pemanfaatan TikTok juga menunjukkan adanya pergeseran metode dakwah dari konvensional ke digital. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan di masjid, majelis taklim, atau forum tatap muka, kini dakwah santri dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Hal ini sejalan dengan semangat dakwah Islam yang bersifat syumuliyah (menyeluruh) dan al-'alamiyah (universal). Santri dapat menyampaikan pesan agama kepada ribuan bahkan jutaan orang dalam waktu singkat, yang sebelumnya mustahil dilakukan melalui metode tradisional. Transformasi ini menunjukkan bahwa dakwah digital mampu menjadi alternatif sekaligus pelengkap dari dakwah konvensional.(Kango et al., 2024)

Pemanfaatan TikTok tidak lepas dari tantangan. Konten dakwah yang diproduksi oleh santri seringkali harus bersaing dengan konten hiburan yang lebih dominan di platform tersebut. Tantangan lain adalah keterbatasan durasi video yang hanya memberikan ruang singkat untuk menyampaikan pesan, sehingga santri dituntut memiliki keterampilan merangkum materi dakwah secara padat, jelas, dan menarik.(Hasbi et al., 2024) Selain itu, respon audiens yang beragam, mulai dari

dukungan hingga kritik, menuntut santri untuk memiliki ketahanan mental sekaligus kemampuan komunikasi yang baik. Namun, tantangan tersebut justru melatih kreativitas dan kedewasaan santri dalam berdakwah di ranah digital.(Ibad, 2024)

Dari perspektif pendidikan agama Islam, pemanfaatan TikTok oleh santri memiliki implikasi penting. Integrasi media sosial dalam pembelajaran dapat menjembatani kesenjangan antara metode pembelajaran tradisional dengan kebutuhan generasi digital. Konten dakwah yang diproduksi santri berpotensi memperkuat pemahaman peserta didik tentang nilai-nilai Islam di luar ruang kelas, sehingga pembelajaran tidak hanya bersifat formal, tetapi juga berlanjut di dunia maya. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok oleh santri tidak sekadar menjadi praktik dakwah, melainkan juga menjadi bentuk inovasi dalam pendidikan agama Islam yang kontekstual dengan perkembangan zaman.(Gunanti et al., 2025)

Pemanfaatan TikTok oleh santri juga memperlihatkan adanya integrasi antara kearifan lokal pesantren dengan dinamika globalisasi digital. Pesantren selama ini dikenal sebagai lembaga pendidikan tradisional dengan metode pembelajaran kitab kuning dan pengajian tatap muka. Namun dengan keterlibatan santri di TikTok, nilai-nilai keilmuan pesantren kini dapat menjangkau masyarakat luas di luar lingkungan pesantren itu sendiri.(Yoseph Salmon Yusuf & Nur Ali, 2025) Hal ini tidak hanya memperluas peran pesantren, tetapi juga memperkuat citra santri sebagai agen dakwah modern yang adaptif terhadap perkembangan zaman.(Khoirul Adib & Brillian Nurin Nada, 2024)

Pemanfaatan TikTok juga berkontribusi dalam membentuk identitas digital santri. Melalui konten yang mereka hasilkan, santri dapat menampilkan jati diri sebagai generasi muda yang religius sekaligus kreatif.(Miptahul Palah & Dicky Maryono, 2024) Identitas ini penting untuk menunjukkan bahwa dunia digital bukan semata-mata ruang hiburan, tetapi juga dapat menjadi ruang edukasi dan dakwah. Dengan demikian, santri berperan dalam mengubah paradigma masyarakat tentang media sosial, dari sekadar tempat konsumsi hiburan menjadi media dakwah dan pembelajaran Islam.(Laelatul Khotdriyah & Nita Yuli Astuti, 2024)

Pemanfaatan TikTok juga membuka ruang kolaborasi antara santri dengan guru PAI maupun ustaz di pesantren. Kolaborasi ini dapat berupa bimbingan dalam pembuatan konten, penyusunan materi dakwah, hingga evaluasi pesan yang disampaikan. Dengan adanya sinergi tersebut, dakwah digital yang dilakukan santri tidak hanya berdasarkan kreativitas individu, tetapi juga tetap terjaga kualitas dan validitas keilmuannya.(Salsabila & Kholil, 2024) Hal ini penting agar pesan agama yang disampaikan melalui TikTok tetap sesuai dengan kaidah keilmuan Islam dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens.

Dari sisi penerimaan audiens, pemanfaatan TikTok terbukti memberikan ruang interaksi dua arah yang sebelumnya jarang terjadi dalam dakwah konvensional. Melalui fitur komentar dan pesan, audiens dapat langsung menanggapi, bertanya, atau memberikan kritik terhadap konten dakwah.(Nitah, 2024) Interaksi ini memungkinkan terbangunnya hubungan yang lebih personal antara santri sebagai pendakwah dengan audiensnya. Hal ini sekaligus

menunjukkan adanya pergeseran paradigma dakwah dari model satu arah menuju model dialogis yang lebih partisipatif.(Fatiyatul Aula et al., 2025)

Akhirnya, pemanfaatan TikTok oleh santri sebagai media dakwah digital merefleksikan upaya transformasi pembelajaran agama Islam yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman. Keberadaan santri di platform digital bukan hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga memperkuat relevansi pendidikan Islam dalam menjawab kebutuhan generasi digital. Dengan memanfaatkan TikTok, santri tidak hanya belajar menyampaikan pesan agama, tetapi juga belajar menghadapi tantangan global, mengelola identitas digital, serta membangun jaringan dakwah yang lebih luas. Inilah yang menjadi bukti bahwa integrasi media sosial dalam pembelajaran PAI bukan sekadar kebutuhan, melainkan sebuah keniscayaan di era digital.(Matori, 2024)

Motivasi dan Tujuan Santri dalam Berdakwah melalui TikTok

Motivasi santri dalam menggunakan TikTok sebagai media dakwah berawal dari kesadaran bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan generasi muda. TikTok dengan format video singkatnya mampu menarik perhatian dan menjangkau audiens dalam jumlah besar. Santri melihat bahwa peluang ini dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih luas, sehingga dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, tetapi bisa hadir di ruang digital yang setiap hari diakses oleh jutaan orang.(Nabillah & Romadi, 2024)

Selain itu, motivasi santri juga muncul dari keinginan untuk menandingi dominasi konten hiburan yang seringkali bersifat hedonis, dangkal, atau bahkan bertentangan dengan ajaran agama.(Budiarti et al., 2023) Dengan hadirnya konten dakwah, santri berharap dapat memberikan alternatif positif bagi pengguna TikTok. Kehadiran konten Islami di tengah derasny arus hiburan populer dianggap penting agar pengguna tetap memiliki pilihan untuk mengakses pesan-pesan moral dan spiritual.(Tia Nur Amrina et al., 2023)

Tidak hanya itu, faktor internal seperti semangat tabligh (menyampaikan) juga menjadi motivasi utama santri. Pendidikan pesantren menanamkan nilai bahwa ilmu agama yang diperoleh tidak boleh berhenti pada diri sendiri, melainkan harus disampaikan kepada orang lain.(Aulia & Chairawaty, 2023) TikTok kemudian dipandang sebagai sarana efektif untuk mengamalkan perintah dakwah ini, sehingga motivasi mereka tidak hanya didorong oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh kesadaran religius dan tanggung jawab moral.(Nurmaya & Juni Wati Sri Rizki, 2024)

Di sisi lain, sebagian santri termotivasi oleh dorongan untuk melatih keterampilan komunikasi publik. Melalui TikTok, mereka dapat belajar bagaimana menyampaikan pesan agama secara singkat, jelas, dan menarik. Hal ini sekaligus menjadi ajang latihan bagi santri untuk mengemas dakwah sesuai kebutuhan audiens modern tanpa kehilangan esensi pesan.(Maulana, 2024) Dengan kata lain, TikTok berfungsi sebagai ruang pembelajaran praktis yang mendukung pengembangan kompetensi santri dalam berdakwah.

Tujuan lain yang ingin dicapai santri adalah membangun citra positif generasi muda Islam di ruang digital. Di tengah maraknya stigma negatif terhadap anak muda yang dianggap lalai dengan teknologi, santri berupaya menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk hal-hal produktif, termasuk dakwah.(A. H. Ummah, 2020) Kehadiran santri di TikTok menjadi representasi bahwa generasi

muda muslim mampu beradaptasi dengan teknologi sekaligus menjaga nilai-nilai keagamaan.(Ishma Sajida et al., 2023)

Motivasi santri juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti dorongan dari lingkungan pesantren dan masyarakat. Beberapa pesantren bahkan mendorong santrinya untuk lebih aktif di media sosial sebagai bentuk adaptasi dengan perkembangan zaman.(Mukhlisin et al., 2025) Dukungan dari guru atau kiai menambah keyakinan santri bahwa berdakwah melalui TikTok adalah bagian dari pengabdian sekaligus bentuk aktualisasi diri dalam era digital.(Sholikhah & Anwari, 2023)

Tujuan berikutnya adalah membangun kedekatan dengan audiens non-formal yang sulit dijangkau melalui forum dakwah tradisional. Banyak pengguna TikTok berasal dari kalangan remaja dan pemuda yang enggan hadir di majelis taklim. Dengan hadirnya dakwah di TikTok, santri berharap dapat menembus kelompok-kelompok ini dan menyampaikan pesan Islam dalam format yang lebih mudah diterima.(Hasan, 2025) Dengan demikian, dakwah melalui TikTok menjadi upaya untuk memperluas inklusivitas dakwah Islam.

Selain itu, motivasi yang cukup dominan adalah semangat *fastabiqul khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan). Santri merasa bahwa dengan berdakwah melalui TikTok, mereka dapat berkontribusi dalam menyebarkan nilai kebaikan di tengah maraknya konten negatif. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa setiap muslim memiliki kewajiban menyampaikan kebenaran sesuai dengan kapasitasnya, meski hanya satu ayat. Dengan semangat tersebut, santri terdorong untuk aktif dalam memproduksi konten Islami secara konsisten.(Hamidah Tri Andiyani & Intan Musdalifah, 2023)

Namun, motivasi santri tidak hanya berorientasi pada dakwah semata, tetapi juga pada pencarian eksistensi di ruang digital. Kehadiran mereka di TikTok sekaligus menjadi sarana membangun jaringan sosial dan memperluas pengaruh positif. Eksistensi ini penting karena membuat santri dapat menjadi role model bagi generasi muda muslim lainnya dalam memanfaatkan teknologi secara bijak.(Febiantoni et al., 2024) Dengan begitu, tujuan dakwah dapat tercapai seiring dengan terbentuknya identitas digital santri yang kuat.

Akhirnya, dapat dipahami bahwa motivasi dan tujuan santri dalam berdakwah melalui TikTok tidak hanya didasari oleh faktor teknologi semata, tetapi juga oleh landasan religius, sosial, dan edukatif. TikTok dipandang sebagai media strategis untuk menyebarkan nilai Islam, membangun citra positif santri, melatih keterampilan komunikasi, serta memperluas jangkauan dakwah di kalangan generasi digital.(Muslikhah & Noer Taufik, 2022) Dengan kombinasi motivasi dan tujuan tersebut, pemanfaatan TikTok oleh santri menunjukkan arah baru bagi integrasi media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang relevan dengan tantangan zaman.(Wiranthy Nur Syawitri & Shobah Shofariyani Iryanti, 2024)

Strategi Kreatif dalam Produksi Konten Dakwah

Strategi kreatif menjadi kunci keberhasilan santri dalam memproduksi konten dakwah di TikTok. Platform ini memiliki karakteristik khusus berupa durasi video singkat, format visual yang dinamis, serta dominasi tren hiburan. Oleh karena itu, santri dituntut untuk menyesuaikan pesan dakwah dengan karakteristik platform agar dapat diterima audiens. Kreativitas dalam produksi konten menjadi penting untuk memastikan pesan Islami tidak hanya tersampaikan, tetapi juga menarik

perhatian pengguna TikTok yang cenderung cepat berpindah dari satu konten ke konten lain.(Mahdaniar, 2024)

Salah satu strategi yang digunakan santri adalah pemilihan tema yang relevan dengan kebutuhan audiens. Konten yang diangkat biasanya berupa isu-isu aktual, seperti pentingnya menjaga shalat, adab dalam menggunakan media sosial, hingga pesan moral tentang menghormati orang tua.(Efendi, 2021) Dengan mengangkat tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, dakwah menjadi lebih membumi dan tidak terkesan abstrak. Relevansi tema ini terbukti mampu meningkatkan keterlibatan audiens karena mereka merasa konten tersebut menyentuh realitas kehidupan mereka.(Manalu, 2024)

Selain pemilihan tema, santri juga memanfaatkan bahasa komunikasi yang sederhana dan populer. Alih-alih menggunakan istilah-istilah keagamaan yang rumit, mereka memilih bahasa yang ringan, mudah dimengerti, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Penggunaan humor, perumpamaan, atau bahkan bahasa gaul sering dipadukan untuk mengurangi kesan kaku. Strategi ini membuat pesan dakwah lebih ramah dan tidak mengintimidasi audiens yang baru mengenal nilai-nilai keislaman.(Rifqi & Hasanah, 2025)

Kreativitas juga tampak dalam penggunaan elemen audio-visual. Santri memanfaatkan musik latar yang sedang tren, efek visual, dan tampilan teks untuk memperkuat pesan. Dengan teknik editing sederhana, konten dakwah terlihat lebih menarik secara estetis dan mampu bersaing dengan konten hiburan lain. Penggunaan elemen visual ini tidak dimaksudkan untuk mengurangi kesakralan dakwah, melainkan sebagai sarana memperkuat daya tarik agar pesan agama tetap relevan dalam ruang digital yang serba visual.(Wahyudin et al., 2022)

Strategi berikutnya adalah mengemas pesan dakwah dalam bentuk storytelling singkat. Santri seringkali membuat narasi pendek berupa cerita inspiratif, kisah teladan sahabat Nabi, atau pengalaman pribadi yang dikaitkan dengan nilai Islam. Storytelling membuat konten lebih mudah diingat karena manusia secara alami lebih mudah memahami cerita daripada konsep abstrak. Dengan strategi ini, dakwah tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh sisi emosional audiens.(Rofiq, 2024)

Selain storytelling, santri juga menggunakan strategi memanfaatkan tren viral di TikTok. Mereka mengadaptasi challenge, lagu populer, atau gaya editing yang sedang tren, lalu menyisipkan pesan dakwah di dalamnya. Pendekatan ini memungkinkan konten dakwah ikut terbawa arus viralitas TikTok sehingga menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini membuktikan bahwa dakwah bisa memanfaatkan dinamika budaya populer tanpa kehilangan substansi nilai Islam.(Amiruddin, 2023)

Strategi kreatif lainnya adalah konsistensi dalam unggahan konten. Santri berusaha menjaga jadwal posting secara rutin agar audiens terbiasa menantikan konten mereka. Konsistensi ini tidak hanya berfungsi untuk membangun kedekatan dengan audiens, tetapi juga menumbuhkan komitmen dakwah secara berkelanjutan. Dengan keteraturan unggahan, dakwah digital menjadi bagian dari ritme aktivitas santri sehari-hari, bukan sekadar kegiatan insidental.

Dalam proses produksi konten, santri juga memperhatikan interaksi dengan audiens sebagai bagian dari strategi kreatif. Mereka membaca komentar, menjawab pertanyaan, bahkan menanggapi kritik dengan membuat konten baru yang sesuai. Interaksi dua arah ini membuat audiens merasa dihargai, sekaligus memperkuat hubungan antara pendakwah dan pengikutnya.(Kusuma et al., 2025) Dengan cara ini, dakwah tidak hanya bersifat top-down, melainkan bersifat partisipatif dan dialogis.

Selain strategi teknis, santri juga menekankan validitas dan otoritas keilmuan dalam konten mereka. Kreativitas tetap dijaga agar tidak mengaburkan substansi pesan Islam. Sebelum mengunggah konten, mereka melakukan seleksi materi dengan mengacu pada sumber-sumber yang kredibel seperti Al-Qur'an, Hadis, dan kitab rujukan pesantren. Langkah ini penting agar konten yang kreatif tetap menjaga integritas dakwah Islam dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.(Cintia et al., 2023)

Akhirnya, strategi kreatif dalam produksi konten dakwah di TikTok mencerminkan kemampuan santri untuk menggabungkan nilai tradisi pesantren dengan budaya digital. Mereka mampu memanfaatkan teknologi sekaligus menjaga substansi dakwah agar tetap sesuai dengan ajaran Islam. Dengan mengkombinasikan relevansi tema, bahasa sederhana, visual menarik, storytelling, tren viral, konsistensi, interaksi, dan validitas keilmuan, dakwah digital yang dilakukan santri dapat menjadi model inovatif bagi integrasi media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Strategi ini membuktikan bahwa dakwah bukan hanya bisa beradaptasi dengan zaman, tetapi juga mampu memimpin arus budaya digital ke arah yang lebih bermakna.(Abdusshomad, 2024)

Respon Audiens dan Dampaknya terhadap Aktivitas Dakwah

Respon audiens terhadap konten dakwah yang diproduksi santri melalui TikTok menunjukkan variasi yang cukup beragam. Sebagian besar audiens memberikan tanggapan positif berupa apresiasi, komentar dukungan, dan penyebaran ulang konten dakwah. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan keagamaan yang dikemas dengan cara kreatif mampu diterima oleh masyarakat digital, terutama kalangan muda.(Rakatiwi et al., 2023) Tanggapan positif tersebut mendorong santri untuk lebih konsisten dalam memproduksi konten dakwah.

Bentuk respon lain yang tampak adalah partisipasi aktif audiens melalui kolom komentar. Banyak pengguna TikTok yang menanyakan masalah fiqih sederhana, meminta doa, atau sekadar mengungkapkan pengalaman spiritual setelah menonton konten dakwah.(Bella Salsa Risnawati et al., 2023) Pola interaksi ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang penyebaran informasi, tetapi juga menjadi arena dialog antara pendakwah dan audiens.(Sundari, 2024) Dengan demikian, dakwah melalui TikTok bersifat dua arah, bukan sekadar penyampaian sepihak.

Selain komentar, respon positif juga terlihat melalui tingginya tingkat engagement seperti jumlah like, share, dan follow. Konten dakwah yang sederhana tetapi menyentuh seringkali memperoleh jangkauan luas karena dibagikan oleh

audiens ke akun lain. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi viralitas yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran pesan Islam secara lebih efektif. Dampaknya, dakwah santri tidak hanya dikonsumsi oleh lingkaran terbatas, tetapi juga menyebar ke komunitas yang lebih luas.(N. H. Ummah, 2023)

Namun demikian, respon audiens tidak selalu bersifat positif. Sebagian konten dakwah justru mendapatkan kritik, bahkan penolakan dari kelompok tertentu. Kritik biasanya terkait dengan cara penyampaian yang dianggap terlalu sederhana, penggunaan musik latar, atau gaya komunikasi yang tidak sesuai dengan persepsi audiens tentang dakwah.(Azhar, 2018) Meski demikian, respon negatif ini dapat menjadi bahan refleksi bagi santri untuk memperbaiki strategi komunikasi dakwah mereka agar lebih tepat sasaran.

Respon yang beragam ini berdampak langsung pada motivasi dan strategi santri dalam berdakwah. Respon positif mendorong mereka untuk lebih produktif, sementara respon negatif menuntut mereka untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih materi maupun gaya penyajian. Dengan demikian, interaksi dengan audiens membentuk proses evaluasi berkelanjutan yang memperkaya pengalaman dakwah digital santri.(Nasution et al., 2024)

Dampak lain yang muncul adalah terbentuknya komunitas virtual di sekitar akun dakwah santri. Audiens yang merasa mendapatkan manfaat spiritual dari konten dakwah cenderung menjadi pengikut setia, bahkan membentuk percakapan lanjutan melalui pesan pribadi atau grup daring. Komunitas virtual ini memperlihatkan bahwa dakwah melalui TikTok tidak berhenti pada tayangan video, tetapi berkembang menjadi jaringan sosial yang mendukung pembelajaran agama secara lebih luas.(Cut Muthia et al., 2024)

Selain menciptakan komunitas, respon audiens juga memberikan efek edukatif terhadap santri itu sendiri. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul dari audiens seringkali mendorong santri untuk memperdalam literatur Islam agar dapat memberikan jawaban yang tepat. Dengan kata lain, dakwah melalui TikTok bukan hanya mengedukasi audiens, tetapi juga memperkaya pengetahuan dan keterampilan keagamaan santri. Hal ini memperlihatkan adanya hubungan timbal balik yang konstruktif antara santri dan audiens.

Respon audiens juga berdampak pada peningkatan rasa percaya diri santri. Apresiasi yang mereka terima memperkuat keyakinan bahwa dakwah mereka relevan dan bermanfaat. Kepercayaan diri ini penting karena mendorong santri untuk terus aktif berdakwah, bahkan berinovasi dalam mengembangkan konten. Sebaliknya, respon negatif yang muncul dapat memperkuat ketahanan mental santri agar tetap tegar dalam menghadapi tantangan dakwah di ruang publik digital.(Anggia, 2024)

Dari perspektif pendidikan agama Islam, respon audiens menjadi indikator penting tentang keberhasilan integrasi media sosial dalam pembelajaran. Ketika audiens menunjukkan ketertarikan, keterlibatan, dan perubahan sikap setelah mengonsumsi konten dakwah, hal itu berarti tujuan pembelajaran agama di ruang

digital tercapai.(Ichsan, 2024) Dengan kata lain, respon audiens dapat dijadikan sebagai ukuran efektivitas metode dakwah santri di media sosial.

Secara keseluruhan, respon audiens memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas dakwah santri melalui TikTok. Respon positif memperluas jangkauan dakwah, membangun komunitas, serta meningkatkan kompetensi santri. Sementara itu, respon negatif menjadi sarana refleksi dan evaluasi untuk memperbaiki strategi komunikasi dakwah. Kedua bentuk respon ini saling melengkapi dan berkontribusi pada penguatan dakwah digital sebagai bagian dari pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Dengan demikian, audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor penting dalam membentuk arah dan kualitas dakwah digital santri.

Tantangan dan Implikasi bagi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam

Pemanfaatan TikTok oleh santri sebagai media dakwah digital memang membawa peluang besar, namun tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah dominasi konten hiburan yang jauh lebih menarik perhatian pengguna dibandingkan konten keagamaan. Hal ini menuntut santri untuk mampu berkompetisi dengan cara mengemas dakwah secara kreatif tanpa kehilangan esensi ajaran Islam.(Siti Maudillah et al., 2025)

Selain persaingan dengan konten hiburan, durasi video yang singkat juga menjadi tantangan tersendiri. Pesan-pesan keagamaan yang kompleks tidak selalu mudah dirangkum dalam 60 detik. Kondisi ini membuat santri perlu memiliki keterampilan memilih topik, menyusun narasi, serta menyampaikan inti pesan dengan singkat, padat, dan jelas. Jika tidak, dakwah bisa kehilangan kedalaman substansinya.(Chudzaifah et al., 2021)

Tantangan lain adalah risiko penyalahgunaan konten. Dalam beberapa kasus, dakwah yang disampaikan secara singkat berpotensi dipahami secara sepotong-sepotong, sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Audiens mungkin menafsirkan pesan secara berbeda dari yang dimaksudkan.(Fauzi, 2023) Hal ini menuntut adanya kontrol kualitas dalam produksi konten dakwah agar tidak menimbulkan distorsi pemahaman keagamaan.

Tidak kalah penting adalah tantangan dari sisi kompetensi digital santri. Tidak semua santri memiliki kemampuan yang sama dalam menggunakan teknologi, mengedit video, atau memanfaatkan algoritma TikTok untuk memperluas jangkauan konten. Keterbatasan ini dapat menghambat efektivitas dakwah digital.(Marlenda & Bashori, 2025) Karenanya, literasi digital menjadi kebutuhan mendesak dalam konteks pembelajaran Pendidikan Agama Islam di era media sosial.

Selain tantangan teknis, respon negatif dari audiens juga sering muncul, baik berupa kritik, hujatan, maupun komentar yang tidak relevan. Situasi ini dapat memengaruhi psikologis santri dan menurunkan motivasi mereka untuk terus berdakwah. Oleh karena itu, pembekalan dalam hal etika bermedia sosial,

ketahanan mental, serta kemampuan menghadapi kritik menjadi bagian penting dalam penguatan pembelajaran.¹

Di sisi lain, tantangan-tantangan tersebut juga menghadirkan implikasi positif bagi pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Santri dituntut untuk lebih kritis, kreatif, dan inovatif dalam menyampaikan pesan agama. Proses ini sejalan dengan tujuan pendidikan Islam yang tidak hanya mengajarkan teks, tetapi juga melatih keterampilan berpikir, berkomunikasi, dan beradaptasi dengan perkembangan zaman.(Alfian & Ilma, 2023)

Implikasi berikutnya adalah munculnya kesempatan integrasi kurikulum dengan literasi digital. Pendidikan Agama Islam dapat mengembangkan materi pembelajaran yang tidak hanya berfokus pada penguasaan kitab kuning atau teori agama, tetapi juga keterampilan berdakwah di media sosial.(Maslani et al., 2024) Dengan demikian, pembelajaran menjadi lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital.

Selain itu, penggunaan TikTok sebagai media dakwah memberikan implikasi pada perluasan ruang belajar. Pembelajaran tidak hanya terbatas di ruang kelas atau pesantren, tetapi juga berlangsung di dunia maya.(Tanjung & Sebayang, 2023) Hal ini memungkinkan nilai-nilai Islam terus ditanamkan di luar jam formal, sehingga tercipta kesinambungan antara pendidikan formal dan nonformal.

Implikasi lain yang patut dicatat adalah terbentuknya budaya kolaboratif antar santri. Dalam memproduksi konten, seringkali mereka bekerja sama, baik dalam penulisan naskah, pengambilan gambar, maupun editing. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga menumbuhkan sikap saling belajar dan berbagi keterampilan, yang pada akhirnya memperkuat pembelajaran berbasis komunitas.(Har et al., 2024)

Secara keseluruhan, tantangan dan implikasi pemanfaatan TikTok dalam dakwah santri memberikan gambaran bahwa pembelajaran Pendidikan Agama Islam perlu melakukan transformasi metodologis.(Ihsan, 2025) Guru dan lembaga pendidikan Islam perlu mendorong integrasi media sosial sebagai bagian dari proses belajar, sembari membekali santri dengan kompetensi literasi digital, etika bermedia, serta kemampuan berpikir kritis.(Aziz & Zakir, 2022) Dengan cara ini, Pendidikan Agama Islam akan tetap relevan, adaptif, dan berdaya guna dalam menghadapi era digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok oleh santri sebagai media dakwah digital merupakan bentuk inovasi dalam mengintegrasikan media sosial dengan pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Melalui platform ini, santri mampu menyebarkan pesan-pesan keagamaan secara kreatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda yang hidup di era digital. Dakwah tidak lagi

¹ Ninda Purnamasari. "Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Santri di Madrasah Aliyah Pondok Pesantren DDI Pattojo Soppeng." *Journal on Education* (2025). <https://doi.org/10.31004/joe.v7i2.7958>.

terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau pesantren, tetapi meluas ke ranah digital yang lebih luas dan dinamis.

Motivasi santri dalam berdakwah melalui TikTok berakar pada keinginan untuk menyesuaikan metode penyampaian ajaran Islam dengan perkembangan teknologi, sekaligus menunaikan tanggung jawab moral sebagai penyampai kebaikan. Dengan strategi kreatif seperti penggunaan narasi singkat, bahasa populer, dan visual menarik, dakwah mereka menjadi lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Respon positif dari masyarakat digital memperkuat semangat santri untuk terus berdakwah, meskipun mereka tetap harus menghadapi tantangan berupa keterbatasan durasi, persaingan konten hiburan, dan risiko misinterpretasi pesan.

Secara keseluruhan, integrasi media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam membawa implikasi penting bagi dunia pendidikan Islam. Praktik dakwah digital tidak hanya meningkatkan literasi media dan kemampuan komunikasi santri, tetapi juga menegaskan perlunya pembaharuan metode pembelajaran agar lebih relevan dengan realitas sosial-keagamaan masa kini. Dengan demikian, dakwah melalui TikTok menjadi bukti konkret bahwa pendidikan Islam mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi tanpa kehilangan nilai-nilai spiritual dan moral yang menjadi fondasinya.

Daftar Pustaka

- Abdul Aziz, A. Z. (2020). OPTIMASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(4), 138. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>
- Abdusshomad, A. (2024). Tiktok sebagai media pembelajaran digital agama Islam di era industri 4.0. *Al-Aulia: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.46963/aulia.v10i2.1811>
- Alamin, Z., & Missouri, R. (2023). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENDUKUNG PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM DI ERA DIGITAL. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(1), 84–91. <https://doi.org/10.52266/tadjid.v7i1.1769>
- Alfian, R. N., & Ilma, M. (2023). Menakar Peluang dan Tantangan dalam Membidik Strategi Pendidikan Islam di Era Globalisasi. *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 71–83. <https://doi.org/10.21154/maalim.v4i1.7108>
- Amin, A., & Sulastri, F. (2024). Pemanfaatan Media Sosial dalam Mendukung Perkembangan Inovasi Pendidikan Agama Islam. *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, 7(2), 530–540. <https://doi.org/10.31539/joeai.v7i2.11139>
- Amiruddin, M. (2023). Analisis Komparasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 111–134. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.696>
- Anggia, M. N. (2024). Digitalisasi Dakwah Fakultas Ushuluddin, adab, dan dakwah UINSI Samarinda melalui program Youtube Beranda Dakwah. *Nubuwwah :*

- Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(02), 53–66.
<https://doi.org/10.21093/nubuwah.v2i02.9057>
- Atqia, W., & Latif, B. (2021). Efektifitas Media Whatsapp Group Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) di SMA Kabupaten Batang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ej*, 4(1), 39–56. <https://doi.org/10.37092/ej.v4i1.284>
- Aulia, A., & Chairawaty. (2023). Studi Fenomenologi tentang Nilai-Nilai Dakwah Melalui Akun Tiktok Ustadz Syam pada Santri PPI 50 Lembang. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v3i1.5584>
- Azhar, A. (2018). KOMUNIKASI ANTARPRIBADI: Suatu Kajian dalam Perspektif Komunikasi Islam. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8(1). <https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.400>
- Aziz, A., & Zakir, S. (2022). Tantangan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Era 4.0. *Indonesian Research Journal On Education*, 2(3), 1070–1077. <https://doi.org/10.31004/irje.v2i3.123>
- Bella Salsa Risnawati, Nasichah Nasichah, & Mohammad Zaqwani Al-Ghifari. (2023). Analisis Komunikasi Penerimaan Aktif Melalui Dakwah Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(3), 405–415. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i3.453>
- Budiarti, A. L., Alviyah, E. N., Triana, I., Lestari, N. A., Jamilah, R., Saptaji, S. A. P., & Hyangsewu, P. (2023). Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI. *FENOMENA*, 15(2), 136–151. <https://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>
- Cahyono, G. (2019). Pemanfaatan Media Youtube Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Pengembangan Materi Fikih Madrasah Ibtidaiyah. *At-Tarbawi: Jurnal Kajian Kependidikan Islam*, 4(1), 78. <https://doi.org/10.22515/attarbawi.v4i1.1474>
- Chudzaifah, I., Muhyiddin, M., & Hikmah, A. N. (2021). Esensi Dakwah di Era Digital dalam Menjawab Problematika Umat. *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 275–292. <https://doi.org/10.47945/tasamuh.v13i2.402>
- Cintia, Fitriani, D., & Setiawan, W. (2023). STRATEGI DAKWAH PONDOK PESANTREN MIFTAHUL FALAH DALAM MENINGKATKAN KREATIVITAS SANTRI. *An-Nahdliyyah: Jurnal Studi Keislaman*, 2(2), 149–173. <https://doi.org/10.70502/ajsk.v2i2.66>
- Cut Muthia, Hendi Suhendi, & Ira Wahyudi. (2024). Computer Mediated Communication Pada Content Creator Mageriin.id Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Aplikasi Tiktok. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 171–184. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.971>
- Efendi, E. (2021). Strategi Media Dakwah Kontemporer. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 9(2), 22. <https://doi.org/10.37064/ai.v9i2.10624>
- Fatihatul Aula, Z., Wahyudin, A., & Sutisna, D. (2025). Interaksi Simboli Da'i dalam Membangun Citra Da'i Di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v10i1.44740>

- Fauzi. (2023). Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 13(1), 35–55. <https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433>
- Febiantoni, F., Kusdarini, E., Aziz, S. A., Fathurrahman, A. M., & Hanum, F. F. H. (2024). PENGUATAN KEBIJAKSANAAN SANTRI DALAM BERMEDIA SOSIAL MELALUI WAWASAN INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK UU ITE. *Masyarakat: Jurnal Pengabdian*, 1(2), 190–196. <https://doi.org/10.58740/m-jp.v1i2.275>
- Febriyani, S. A. A., Rizki, J. W. S., & Siregar, N. M. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa. *Hikmah*, 18(1), 147–162. <https://doi.org/10.24952/hik.v18i1.10693>
- Ghazali, Z. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MASYARAKAT VIRTUAL*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/97w2k>
- Gunanti, Agustin, M., Yulistiana, A., Khatimah, H., & Jasiah, J. (2025). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Video Pembelajaran PAI Menggunakan Metode Konvensional. *Akademika: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.51339/akademika.v7i1.3863>
- Halizah, L. H. (2024). Dakwah Digital: Pengaruh dan Potensi TikTok dalam Menyebarkan Ajaran Islam. *Journal of Society and Development*. <https://doi.org/10.57032/jsd.v3i1.109>
- Hamidah Tri Andiyani, & Intan Musdalifah. (2023). Aktualisasi Dakwah Tiktokers Ustadz Agam Fachrul melalui Media Sosial. *Journal of Islamic Communication Studies*, 1(1), 99–117. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.99-117>
- Har, D., Hasbulloh, A., Maulana, M. F., Sri, M., & Hidayani, R. (2024). Desain Kolaboratif: Partisipasi Atau Pertemuan Budaya Multiliterasi dalam Komunitas Seni dan Sekolah Sastra. *Jurnal Dieksis ID*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.54065/dieksis.4.1.2024.392>
- Hasan, A. N. (2025). Modernisasi Dakwah Islam Dalam Media Baru: Studi Kasus Akun TikTok NU Online. *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat*, 4(01), 11–23. <https://doi.org/10.21154/jusma.v4i01.4397>
- Hasbi, M., Sucitra, S., & Fadillah, A. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 4(2), 17–23. <https://doi.org/10.31004/joecy.v4i2.135>
- Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok : Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 102–114. <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>
- Ichsan, A. (2024). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAM ISLAM. *JURNAL AL-QAYYIMAH*, 7(2), 63–76. <https://doi.org/10.30863/aqym.v7i2.7451>
- Ihsan, I. (2025). TRANSFORMASI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI ERA DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN DALAM MEMBENTUK GENERASI ISLAMI. *Ensiklopedia Research and Community Service Review*, 4(2), 247–256. <https://doi.org/10.33559/err.v4i2.2949>
- Ishma Sajida, Nur Sabila, Mardhea Hayati, Anissa Maghfiroh, & Imam Rahmadani.

- (2023). Pengaruh Media Sosial (TikTok) Influencer Dakwah Terhadap Keagamaan Generasi Muda Muslim. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 18(1), 12–22. <https://doi.org/10.47441/jkp.v18i1.293>
- Kango, A., Syam, M. T., Mahmuddin, M., & Fata, A. K. (2024). Dari Ulama Ke Internet. *Farabi*, 21(2), 97–113. <https://doi.org/10.30603/jf.v21i2.5147>
- Khoirul Adib, & Brilliant Nurin Nada. (2024). SANTRI GENERASI Z SEBAGAI NAVIGATOR NILAI AGAMA DAN TRADISI DI ERA DIGITALISASI. *Robbayana: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 57–71. <https://doi.org/10.71029/robbayana.v2i1.40>
- Kusuma, A., Shafiyatunnisa Jaha, Z., & Indari, I. (2025). Dakwah Interaktif dalam Penyiaran Islam: Menggali Potensi Dialog Antara Penyiar dan Audiens dalam Program Radio. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 6(1), 25–33. <https://doi.org/10.55943/jipmukjt.v6i1.354>
- Laelatul Khotdriyah, & Nita Yuli Astuti. (2024). Pemanfaatan Media Digital Sebagai Strategi Untuk Mengembangkan Dakwah di Pondok Pesantren. *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 2(2), 87–92. <https://doi.org/10.58540/jurpendis.v2i2.659>
- Mahdaniar, F. (2024). Merumuskan Etis Pesan Dakwah Bagi Kreator Konten Dakwah Tiktok. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 6(2), 253–278. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v6i2.333>
- Manalu, E. P. D. (2024). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Modern. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan*, 6(2), 243–258. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.13834>
- Marlenda, M., & Bashori, B. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *AL-UKHWAH - JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM*, 1–12. <https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5131>
- Maslani, M., Haniefa, S. M., Mustofa, S. F., & Hermawan, T. (2024). Revolusi Digital dalam Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam: Strategi dan Implikasi untuk Masa Depan. *Journal of Law, Education and Business*, 2(2), 1456–1464. <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i2.3158>
- Matori, Z. A. (2024). PELUANG DAN TANTANGAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM PADA ERA SOCIETY 5.0. *INSPIRASI (Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam)*, 8(1), 76. <https://doi.org/10.61689/inspirasi.v8i1.565>
- Maulana, A. (2024). DIGITALISASI DAKWAH TIKTOK ERA MODERN PADA AKUN TIKTOK HUSEIN BASYAIBAN (@BASYASMAN00). *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.20414/mudabbir.v5i1.4890>
- Miptahul Palah, & Dicky Maryono. (2024). Peran Santri Dalam Pengelolaan Media Sosial Berbasis Digitalisasi Pada Pondok Pesantren Muhtarul Huda. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 116–131. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1895>
- Mukhlisin, A., Mida Hayati, R., & Kharisma, R. (2025). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi Pesantren oleh Santri di Lampung Tengah. *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 187–202. <https://doi.org/10.58561/jkpi.v4i2.217>

- Musdalifah, I., & Hadiati Salisah, N. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 12(2), 176–195. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2.2733>
- Muslikhah, F. palupi, & Noer Taufik, R. F. (2022). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP PENINGKATAN WAWASAN KEAGAMAAN BAGI MAHASISWA DI INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID BOGOR. *JURNAL SAHID DA'WATII*, 1(02), 15–27. <https://doi.org/10.56406/jurnalsahiddawatii.v1i02.174>
- Nabillah, A., & Romadi, P. (2024). Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul. *Idarotuna*, 6(1), 51. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.24625>
- Nasution, A. D. N., Suwarno, R., Hasibuan, H. M., Aritonang, I., & Sikumbang, A. T. (2024). Analisis Efektivitas Dakwah Channel YouTube Khalid Basalamah Official: Peran Interaksi dan Keterlibatan Audiens. *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 14(2), 110. <https://doi.org/10.24014/jiik.v14i2.33018>
- Nitah, S. Q. (2024). MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM DAKWAH INTERAKTIF DALAM MEMBANGUN DIALOG DAN SILATURAHMI. *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2), 145–147. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v6i2.7622>
- Nurmaya, S., & Juni Wati Sri Rizki. (2024). Utilization of TikTok as Da'wah Media among Islamic Communication and Broadcasting Students. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(1), 86–96. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i1.8143>
- Rakatiwi, Y., Halwati, U., & Nawawi, N. (2023). FYP Dakwah Digital Creator Milenial Melalui Tiktok di Era 5.0. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1583. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2116>
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 587–601. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>
- Rifqi, M., & Hasanah, M. (2025). GAYA KOMUNIKASI DAKWAH GURU TUNGKAL. *TASHWIR*, 12(02), 91–97. <https://doi.org/10.18592/jt.v12i02.15225>
- Rofiq, M. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah melalui Public Speaking KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur. *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication*, 4(02), 18–42. <https://doi.org/10.33754/jadid.v4i02.1286>
- Salsabila, A., & Kholil, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah Ustadz Agam dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Islam Remaja Milenial. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(4), 914–921. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i4.2763>
- Sholihatul Atik Hikmawati, & Luluk Farida. (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. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>
- Sholikah, L., & Anwari. (2023). PERILAKU BERMEDIA SOSIAL PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL-ISTIQOMAH CUKIR

- DIWEK JOMBANG JAWA TIMUR. *SPEKTRA KOMUNIKA*, 2(1), 86–101. <https://doi.org/10.33752/.v2i1.3731>
- Siti Maudillah, Adiba Syaidatun Nisa, & Adhi Kusuma. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah antara Kreativitas dan Etika Komunikasi Islam. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 154–167. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1157>
- Sundari, M. (2024). Media Sosial (Tiktok) Untuk Memperdalam Ilmu Fiqih Melalui Konten Dakwah. *JIS: Journal Islamic Studies*, 2(2), 178–182. <https://doi.org/10.71456/jis.v2i2.782>
- Tanjung, L. A., & Sebayang, S. K. H. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran PAI Berbasis Tiktok. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(4), 129–140. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v3i4.697>
- Tia Nur Amrina, Zalfa Mufidah, Zidan Khoirul Azmi, & Meity Suryandari. (2023). Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial Tiktok. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 87–112. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.152>
- Ummah, A. H. (2020). DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *TASAMUH*, 18(1), 54–78. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>
- Ummah, N. H. (2023). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1). <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>
- Wahyudin, A., Sunarsa, S., Karna, K., Subechi, I., & Wulandari, Y. (2022). Pelatihan Produksi Audio visual dan Master of Ceremony bagi Santri Pondok Pesantren Nurul Huda, Sragen. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v3i1.631>
- Wiranthi Nur Syawitri, & Shobah Shofariyani Iryanti. (2024). Islam dan Pendidikan Adab Modern: Dakwah Kekinian Sebagai Kontra Narasi di dalam Tiktok. *Al-I'tibar : Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1), 11–20. <https://doi.org/10.30599/jpia.v11i1.3261>
- Yoseph Salmon Yusuf, & Nur Ali. (2025). Strategi Pembelajaran Integratif di Pesantren Dengan Menggabungkan Tradisi dan Modernitas. *Journal of Islamic Education Studies*, 3(2), 173–180. <https://doi.org/10.58569/jies.v3i2.1164>