

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi informasi telah membawa pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan ini bukan hanya mempengaruhi bidang komunikasi, ekonomi, dan sosial, tetapi juga merambah ke ranah pendidikan agama Islam. Salah satunya yakni dengan adanya media digital sebagai ruang baru untuk menyampaikan nilai-nilai agama ke masyarakat luas dan sebagai ruang edukasi digital bagi pengembangan pendidikan. “Secara umum era digital adalah suatu masa yang sudah mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan menjadi serba digital”.¹

Di era digital saat ini, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terlebih dari kalangan anak muda. Era digital membuat banyak informasi menyebar dengan sangat cepat, khususnya informasi tentang keagamaan yang harus ditelusuri sumbernya. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terhadap tergesernya otoritas ulama tradisional yang selama ini dikenal memiliki sanad keilmuan yang jelas. Banyak konten keagamaan viral di media sosial yang justru lebih dipercaya masyarakat dibandingkan nasihat para kiai bersanad. Kondisi ini berpotensi menimbulkan penyimpangan pemahaman agama karena ajaran disampaikan tanpa landasan keilmuan yang shahih, bahkan tidak jarang ayat dan hadits dikutip sepotong-sepotong untuk mendukung pandangan intoleran atau kekerasan.²

¹Abdul Syukur & Agus Hermanto, *Konten Dakwah Era Digital Dakwah Moderat*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021), hal 123

²Fakta Hukum, 17 Juni 2025, Perkembangan Konten Keislaman di Media Digital Indonesia

Salah satu fenomena yang tengah berkembang di media sosial adalah hadirnya konten edukasi keislaman di platform TikTok. Sebagai media komunikasi digital yang digemari masyarakat, TikTok memiliki pengaruh yang signifikan, baik positif maupun negatif, terhadap penggunaannya. Platform yang mengalami pertumbuhan paling signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari data yang dirilis oleh *DataReportal: Digital 2024 in Indonesia*, yang mencatat bahwa pada awal tahun 2024, jumlah pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai 126,8 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas.³ Sedangkan pada tahun 2023 jumlahnya mencapai 92.07 juta pengguna aktif. Angka ini menunjukkan tingginya penetrasi TikTok sebagai salah satu media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, termasuk untuk mengakses konten hiburan maupun edukatif.

TikTok sebagai salah satu media sosial dengan pengguna aktif terbanyak saat ini setelah YouTube, telah membuka peluang besar bagi para pendidik dan para da'i untuk dapat menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif dan kontekstual melalui konten-konten edukasi keislaman. Banyak konten tentang edukasi keislaman yang di temukan dalam aplikasi TikTok, sehingga membuat mad'u dapat menontonnya kapan saja dan di mana saja. TikTok kini tidak hanya sebagai media hiburan semata, tetapi juga telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan yang memiliki smartphone dalam menyebarkan dan menerima informasi, mempromosikan produk, dan bahkan menyampaikan pesan-pesan dakwah secara kreatif melalui konten-konten singkat.⁴

³Simon Kemp, Digital 2024: Indonesia, DataReportal, 21 Februari 2024

⁴Fauzi Caniagos, Juhridin, TIKTOK: Memahami Dinamika Konten Islami Dalam Era Digital, dalam jurnal Sosio dan Humaniora, Vol. 3, No. 1, hal 2

Konten edukasi keislaman yang disampaikan melalui TikTok menuntut pendekatan yang tepat agar pesan-pesan agama dapat diterima dengan baik oleh audiens. TikTok memiliki keunggulan dalam menyampaikan pembelajaran secara singkat dan padat. Batasan durasi video yakni 10 menit menuntut para pendidik dan da'i untuk menyusun informasi secara singkat, jelas dan efektif. Hal ini juga mendorong munculnya kreativitas dalam penyajian konten keagamaan, seperti melalui drama pendek, animasi, tantangan yang dikaitkan dengan ajaran Islam dan membahas masalah tentang nilai-nilai Islam yang viral, sehingga dakwah menjadi lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens.⁵

Salah satu anak muda asal Indonesia yang ikut serta dalam memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah yaitu Kadam Sidik yang memiliki nama lengkap Husain Basyaiban. Konten-kontennya sering mengangkat tema-tema yang baru atau hangat dibicarakan dan seringkali disesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi dalam lingkup masyarakat. Kajian-kajian yang disampaikan lebih membahas kepada permasalahan kehidupan dan ajaran-ajaran nabi Muhammad SAW. Sasaran dakwahnya yakni dari berbagai kalangan, disebabkan gaya penyampaian yang ringan, santai, komunikatif, sehingga mudah diterima oleh audiens.

Hal inilah yang membuat para remaja terinspirasi dengan Kadam Sidik, dan tak heran jika ia memiliki hingga 6,3 Jt pengikut dan 404,1 Jt *likes* dengan jumlah konten jika dihitung dari bulan Juli 2020 hingga Juli 2025 ± mencapai 350 konten.

⁵Alwazir Abdusshomad, Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era Industri 4.0, Jurnal Al-Aulia: Jurnal Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Keislaman, vol. 10, no. 2, 2024, hal 134

Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut, karena dibalik popularitas dan jumlah *views* yang besar, perlu dianalisis sejauh mana konten-konten tersebut mengandung nilai-nilai pendidikan Islam yang otentik dan mendalam. Pendidikan Islam tidak hanya menekankan pada aspek kognitif, tetapi juga pembentukan karakter, akhlak, dan kepribadian seorang Muslim. Sebagaimana tujuan pendidikan Islam oleh Abuddin Nata yang bersifat universal yakni mengandung aspek akidah, ibadah, muamalah, keseimbangan antara pribadi, kelompok, dan kebudayaan, memiliki kejelasan baik aspek jiwa manusia dan hukum setiap masalah, dan mengandung keinginan untuk mewujudkan manusia yang sempurna, menjalankan tugas sebagai seorang hamba, khalifah, dan pewaris.⁶

Menurut Abuddin Nata, pendidikan Islam harus berdasar pada dasar religius yakni bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah, dasar filsafat yang bersumber dari pemikiran filsafat (intuisi dan perenungan) dan, dasar ilmu pengetahuan yang bersumber dari hasil penelitian (riset dan eksperimen) fenomena alam dan sosial.⁷ Dalam konteks ini, konten-konten dakwah digital, khususnya di platform TikTok, penting untuk dianalisis secara akademik kesesuai dengan tujuan pendidikan Islam, guna memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya menarik secara bentuk, tetapi juga bermakna secara substansi. Meskipun tidak berlangsung di lembaga pendidikan formal, konten digital yang disampaikan Kadam Sidik dapat dianggap sebagai bagian dari proses pendidikan Islam nonformal, karena turut mentransfer nilai, pengetahuan, dan akhlak islami kepada audiensnya.

⁶Ramli Poloso, Epistemologi Pendidikan Islam Perspektif Abuddin Nata, Jurnal Pemikiran Konstruktif Bidang Filsafat dan Dakwah, vol. 18 no. 2, Desember 2018, hal 88

⁷ Ibid., hal 85

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas efektifitas dakwah digital dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Dwy Rahmawati dan Ahmad Zaini, mengungkapkan bahwa “ Menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan dakwah adalah cara yang sangat efektif dan kreatif”.⁸ Dalam penelitian mereka dijelaskan bahwa media sosial sangat berperan penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah, apalagi konten dakwah yang selaras dengan gaya hidup dan kebutuhan mereka yang disajikan secara kreatif.

Selain itu, penelitian yang membahas terkait efektivitas dakwah di media sosial yang dilakukan oleh Rahmi Wahyuni dan Siti Rahma Harahap,

“ Sosial media mulai banyak digunakan sebagai media dakwah sejak tahun 2019 hingga sekarang. Media sosial yang digunakan oleh para da'i untuk menyebarkan pesan dakwah adalah Instagram, TikTok, dan YouTube. Media sosial adalah media yang efektif untuk digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Namun harus diiringi dengan kualitas da'i, pesan dan pengemasan metode dan media yang menarik, frekuensi dan intensitas yang tinggi”.⁹

Dalam penelitian tersebut, media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah sejak tahun 2019, namun efektivitas tersebut sangat bergantung pada kualitas da'i, ketepatan isi pesan, metode penyampaian yang menarik, serta frekuensi dan intensitas penggunaan media tersebut secara konsisten.

⁸ Dwy Rahmawati, Ahmad Zaini, “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru”, dalam At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 8 No. 1, 2021, hal 167

⁹ Harahap, R.W, “Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: study literature review” dalam AN-NADWAH, vol. 29, no. 2, 2023. Hal 170.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Muhammad Ramzi, dkk tentang dampak positif dan negatif dalam penggunaan aplikasi TikTok kalangan masyarakat menunjukkan bahwa TikTok memiliki sejumlah dampak positif, antara lain yakni mendorong kreativitas dan ekspresi diri, menyediakan hiburan serta relaksasi, menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan keterampilan baru, serta memperluas jaringan sosial penggunanya.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Luluk Makrifatul Madhani, dkk tentang dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku islami mahasiswa di Yogyakarta menunjukkan penggunaan TikTok memiliki dua sisi, yakni sisi positif dan negatif. Sisi positifnya meliputi konten bacaan Al-Qur'an, gerakan sholat, terapi healing, dan peluang bisnis. Namun, ditemukan pula dampak negatif seperti pemborosan waktu, kurangnya batasan usia pengguna, dan maraknya ujaran kebencian. Penelitian ini juga merekomendasikan pentingnya pengendalian diri serta pembatasan usia bagi pengguna TikTok guna mengurangi dampak negatif yang mungkin ditimbulkan.¹¹

Penelitian oleh Ahmad Adnan dan Naufal tentang analisis konten dakwah remaja dalam akun TikTok Husain Basyaiban menunjukkan bahwa materi yang disampaikan banyak berkaitan dengan isu-isu remaja masa kini. Beberapa tema yang diangkat meliputi kebiasaan terburu-buru dalam berdoa, penggunaan simbol non-Islam dalam tren media sosial, serta praktik keagamaan seperti puasa tanpa shalat.

¹⁰Muhammad Ramzi, dkk, Dampak Positif & Negatif dalam penggunaan aplikasi tiktok kalangan masyarakat, dalam Jurnal Literasi Informatika, vol. 2, no. 3, Agustus 2023, hal 6

¹¹Luluk Makrifatul Madhani, dkk, Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta, At-Thullab Jurnal, vol. 3, no. 1, 2021, hal 646

Temuan ini memperlihatkan bahwa akun tersebut aktif merespons berbagai persoalan aktual yang dihadapi remaja melalui pendekatan dakwah yang kontekstual.¹²

Begitu juga penelitian oleh Layla Noviana Rachmawati, dkk tentang “Pengaruh Media Sosial dalam Pembelajaran Pendidikan Agama islam Terhadap Gaya Hidup Religius Siswa”, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok dalam pembelajaran PAI terbukti lebih efektif dibandingkan metode konvensional dalam meningkatkan gaya hidup religius peserta didik. Hal ini disebabkan oleh karakteristik TikTok yang bersifat visual, kreatif, serta dekat dengan keseharian siswa, sehingga mampu membantu mereka memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai keagamaan secara lebih bermakna.¹³

Berbagai penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting dalam kajian dakwah digital, khususnya melalui media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Dwy Rahmawati dan Ahmad Zaini menunjukkan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif dan kreatif dalam menyampaikan dakwah, terutama jika kontennya selaras dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Hal serupa juga ditegaskan oleh Rahmi Wahyuni dan Siti Rahma Harahap, bahwa efektivitas dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kualitas dai, penyampaian pesan yang menarik, serta frekuensi unggahan yang konsisten. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ramzi, Luluk Makrifatul Madhani, dan timnya lebih menyoroti dampak positif dan negatif dari penggunaan TikTok, baik dalam aspek kreativitas, hiburan, maupun pengaruh terhadap perilaku Islami mahasiswa.

¹²Ahmad Adnan, Naufal, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Tiktok @Kadam sidiq, jurnal El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, vol. 20, no. 11, 2024. Hal 32

¹³Layla Noviana Rachmawati, dkk, Pengaruh Media Sosial dalam Pembelajaran Pendidikan Agama islam Terhadap Gaya Hidup Religius Siswa, 2025, hal 3131

Penelitian lainnya oleh Ahmad Adnan dan Naufal telah mengkaji konten dakwah remaja dalam akun TikTok @Kadamsidiq00, namun fokusnya lebih pada isu-isu aktual yang relevan dengan kehidupan remaja, seperti tren media sosial, etika berpakaian, dan praktik ibadah yang bersifat kontekstual.

Sehingga, penelitian ini berupaya menelaah secara lebih spesifik fenomena konten edukasi keislaman pada akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00). Fokus kajian tidak hanya pada tema-tema dakwah yang bersifat umum, tetapi juga pada analisis substansi nilai-nilai pendidikan Islam yang terkandung dalam konten, metode penyampaian, serta desain pesan pembelajaran yang digunakan dalam konten yang diunggah.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis konten edukasi keislaman yang disajikan dalam akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) selama periode Januari 2025 hingga Juli 2025. Rentang waktu ini dipilih secara sengaja untuk membatasi ruang lingkup penelitian, mengingat akun tersebut telah aktif memproduksi konten sejak tahun 2020. Pembatasan periode memungkinkan peneliti fokus pada konten yang relatif baru dan relevan dengan tren dakwah digital terkini, sehingga analisis dapat dilakukan secara lebih mendalam, terarah, dan akurat. Adapun fokus analisis dalam penelitian ini meliputi tiga aspek utama, yaitu metode penyampaian konten, relevansi nilai-nilai pendidikan Islam yang terkandung di dalamnya, serta desain pesan pembelajaran yang digunakan dalam menyampaikan materi kepada audiens.

C. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana relevansi nilai-nilai pendidikan Islam dalam konten edukasi keislaman oleh akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025?
2. Apa saja metode yang digunakan dalam penyampaian konten edukasi keislaman oleh akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025?
3. Bagaimana desain pesan pembelajaran dalam penyampaian konten edukasi keislaman oleh akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis relevansi nilai-nilai pendidikan Islam yang terkandung dalam konten edukasi keislaman pada akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis metode yang digunakan dalam menyampaikan konten edukasi keislaman oleh akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025.
3. Menganalisis desain pesan pembelajaran dalam penyampaian konten edukasi keislaman oleh akun TikTok Husain Basyaiban (@Kadamsidik00) pada periode Januari 2025 – Juli 2025.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pendidikan Islam, khususnya dalam memahami fenomena konten edukasi keislaman di media sosial sebagai media dakwah modern yang selaras dengan nilai-nilai pendidikan Islam. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai integrasi antara pendidikan Islam dan teknologi digital.

2. Manfaat praktis

- Bagi Pendidik dan Da'i: Memberikan gambaran mengenai strategi penyampaian dakwah dan edukasi Islam melalui media sosial secara kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.
- Bagi Mahasiswa dan Akademisi: Menjadi referensi dalam penelitian lanjutan terkait media sosial, dakwah digital, dan pendidikan Islam.
- Bagi Pengguna Media Sosial: Meningkatkan kesadaran dalam memilah dan memanfaatkan konten keislaman secara bijak sebagai sarana pembelajaran agama dan pembentukan karakter.

F. Definisi Istilah

1. **Fenomena** adalah hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah, baik gejala maupun peristiwa.

2. **Konten edukasi keislaman** adalah materi atau informasi bernuansa Islam yang bertujuan untuk memberikan pemahaman agama, membangun akhlak mulia, dan meningkatkan pengetahuan keislaman, yang disampaikan melalui media digital dalam bentuk audio-visual.
3. **Media sosial (TikTok)** adalah merujuk pada platform digital bernama Tiktok, yakni sebuah media sosial berbasis video singkat yang digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk pendakwah, untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif dan informatif.

G. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjukkan posisi penelitian ini serta membedakannya dengan kajian sebelumnya, peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandingan, sebagaimana ditampilkan dalam tabel berikut:

NO	Nama & Judul Penelitian	Fokus Utama	Persamaan Dengan Penelitian Ini	Perbedaan Dengan Penelitian Ini
1.	Dwi Rahmawaty & Ahmad Zaini (Efektivitas Dakwah Digital melalui Media Sosial)	Menelaah efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah yang kreatif dan relevan dengan gaya hidup masyarakat modern.	Sama-sama mengkaji dakwah/edukasi Islam melalui media sosial dan menekankan pentingnya kreativitas konten.	Penelitian terdahulu menitikberatkan pada efektivitas dakwah secara umum, sedangkan penelitian ini menganalisis secara spesifik konten edukasi keislaman TikTok serta nilai dan

				strategi pendidikan Islam di dalamnya.
2.	Rahmi Wahyuni & Siti Rahma Harahap (Efektivitas Dakwah di Media Sosial)	Mengkaji peran media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) dalam dakwah serta faktor pendukung efektivitas seperti kualitas dai, pesan, dan intensitas unggahan.	Sama-sama membahas media sosial sebagai sarana dakwah dan pentingnya pengemasan pesan.	Penelitian terdahulu fokus pada faktor efektivitas dakwah, sedangkan penelitian ini fokus pada karakteristik pesan edukasi keislaman.
3.	Ahmad Adnan & Naufal (Analisis Konten Dakwah Remaja dalam Akun TikTok @Kadam Sidiq)	Menganalisis tema-tema dakwah remaja yang kontekstual dan responsif terhadap isu aktual di media sosial.	Sama-sama menggunakan TikTok dan menganalisis konten dakwah pada akun @Kadamsidik00.	Penelitian terdahulu menekankan isu dan tema dakwah remaja, sedangkan penelitian ini menelaah konten dari perspektif nilai-nilai pendidikan Islam

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu