



## **ANALISIS STRATEGI DAKWAH TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN SEBAGAI TOKOH MUDA BERPENGARUH PADA GENERASI DIGITAL NATIVE**

**Bayu Nadlif Al Fikri**

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

e-mail: [ustadznadlif@gmail.com](mailto:ustadznadlif@gmail.com)

Diterima: 1/5/2026; Direvisi: 8/5/2026; Diterbitkan: 15/5/2026

### **ABSTRAK**

Di era transformasi teknologi, dakwah digital dituntut untuk terus beradaptasi guna menjangkau generasi digital native yang sangat aktif di media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dakwah Husain Basyaiban di platform TikTok dalam menjaga relevansi dan efektivitas pesan keagamaan di tengah arus informasi modern. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode fenomenologi, yang didukung oleh tahapan penelitian penting berupa studi literatur, analisis konten, serta pengumpulan data primer melalui kuesioner daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Husain sangat relevan dengan dinamika sosial masyarakat saat ini dan terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dakwah secara masif di kalangan anak muda. Temuan lapangan mengindikasikan adanya peningkatan kesadaran religius pada audiens, meskipun kedalaman pemahaman materi secara substantif masih berada pada tingkatan sedang. Faktor kunci kesuksesan dakwah ini terletak pada kemasan konten yang singkat, kreatif, serta interaktif, yang sangat sesuai dengan pola konsumsi informasi generasi digital. Kesimpulan utama penelitian menegaskan bahwa dakwah melalui TikTok memiliki potensi besar untuk membentuk karakter positif dan menanamkan nilai keagamaan bagi pemuda, asalkan penyampaiannya tetap adaptif, inovatif, serta kontekstual terhadap realitas zaman. Dengan demikian, adaptasi kreatif terhadap fitur-fitur digital menjadi prasyarat mutlak bagi keberhasilan penyebaran ajaran Islam di ruang siber agar mampu mengimbangi dominasi konten hiburan lainnya.

**Kata Kunci:** *Digital Dakwah, Husain Basyaiban, Generasi Digital Native, Strategi Dakwah*

### **ABSTRACT**

In the era of technological transformation, digital da'wah is required to continuously adapt to reach the digital native generation, which is highly active on social media. This study aims to analyze Husain Basyaiban's da'wah strategy on the TikTok platform in maintaining the relevance and effectiveness of religious messages amidst the modern flow of information. The approach used is descriptive qualitative with phenomenological methods, supported by important research stages including literature study, content analysis, and primary data collection through online questionnaires. The results show that Husain's strategy is highly relevant to current social dynamics and has proven effective in expanding the reach of da'wah massively among young people. Field findings indicate an increase in religious awareness among the audience, although the depth of substantive understanding of the material remains at a moderate level. A key factor in the success of this da'wah lies in its concise, creative, and interactive content packaging, which is highly suited to the information consumption patterns of the digital generation. The main conclusion of the study confirms that da'wah through TikTok has great potential to shape positive character and instill religious values in young people, provided that the delivery remains adaptive, innovative, and contextualized to the realities of



the times. Thus, creative adaptation of digital features is an absolute prerequisite for the successful dissemination of Islamic teachings in cyberspace in order to be able to balance the dominance of other entertainment content.

**Keywords:** *Digital da'wah, Husain Basyaiban, Digital Native Generation, Da'wah Strategy*

## PENDAHULUAN

Strategi merupakan sebuah pendekatan sistematis yang digunakan oleh individu maupun kelompok untuk menjalankan aktivitas tertentu, baik yang dirancang melalui perencanaan matang sejak awal maupun yang lahir dari pengalaman belajar secara mandiri. Dalam perspektif organisasi, strategi dipandang sebagai ikhtiar sadar untuk memastikan setiap tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan hasil maksimal tanpa adanya pemborosan energi yang sia-sia. Jika ditarik ke dalam konteks syiar agama, strategi dakwah mencakup rangkaian langkah nyata seperti pemilihan metode, pengambilan keputusan, serta penetapan aturan yang dimanfaatkan pendakwah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada khalayak. Perencanaan yang dipersiapkan secara mendalam sangat krusial bagi seorang pendakwah guna menekan risiko kekeliruan sekaligus memastikan bahwa pesan yang disampaikan berjalan lebih terarah sesuai target sasaran. Aktivitas menyampaikan kebenaran ini dalam kitab suci disebut sebagai ungkapan terbaik yang dapat diucapkan manusia, sehingga tidak boleh dilakukan secara serampangan tanpa dasar yang kuat. Penyampaian ajaran Tuhan menuntut adanya kedalaman spiritual, tuntunan moral, dan nilai intelektual luhur yang dikemas secara bijaksana. Oleh karena itu, metode yang digunakan harus senantiasa mengedepankan kesantunan serta berlandaskan pada tuntunan baku agar mampu menyentuh hati sanubari para pendengarnya secara efektif (Almujaddedi & Hayati, 2022; Amrullah, 2021; Fitri et al., 2024).

Kemajuan teknologi informasi selama beberapa dekade terakhir telah membawa dampak yang sangat fundamental bagi berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk dalam ranah praktik keagamaan kontemporer. Salah satu inovasi digital yang paling menonjol adalah kehadiran media sosial yang telah merevolusi cara masyarakat berkomunikasi, menimba ilmu pengetahuan, hingga melaksanakan ritual peribadatan secara *online*. Sebagai produk unggulan era industri baru, media sosial berfungsi sebagai infrastruktur utama untuk mendistribusikan informasi secara masif, termasuk berbagai konten yang memuat pesan-pesan religius. Berbagai *platform* digital memungkinkan para pendakwah untuk menjangkau audiens yang jauh lebih luas tanpa lagi terhambat oleh batasan geografis yang kaku antar wilayah. Fenomena ini menghubungkan setiap pengguna di seluruh penjuru dunia sehingga setiap kejadian atau informasi dapat diterima secara instan dalam hitungan detik saja. Saat ini, aplikasi yang paling digemari oleh kalangan generasi muda adalah TikTok, sebuah jejaring video pendek dalam format *vertikal* yang sangat dinamis. Kemudahan penggunaan serta keberagaman fitur menarik seperti latar musik, alat penyuntingan, dan *voice-over* menjadikannya sarana favorit bagi kaum muda untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui pembuatan konten yang sangat menghibur namun tetap memberikan informasi (Hanif et al., 2023; Lubis et al., 2022; Mardianto, 2023).

Meskipun memiliki potensi besar untuk kebaikan, kehadiran platform digital juga membawa tantangan etika yang cukup serius di tengah masyarakat saat ini. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak remaja dan anak-anak yang terpengaruh untuk membuat konten kurang pantas demi mendapatkan popularitas atau pengakuan di dunia maya. Beberapa video bahkan menampilkan perilaku yang menyimpang dan tidak layak dijadikan contoh, seperti tindakan menistakan agama melalui gerakan berjoget saat sedang menjalankan ibadah wajib.



Kondisi ini menciptakan kesenjangan besar antara fungsi ideal teknologi sebagai sarana edukasi dengan kenyataan yang justru menurunkan nilai-nilai kesopanan di ruang publik digital. Oleh karena itu, konten dakwah harus segera dikemas dengan cara yang lebih segar, relevan, dan menarik agar mampu bersaing secara kompetitif dengan jutaan informasi lain yang tersedia di internet. Kehadiran para kreator konten islami di platform populer ini secara tidak langsung mulai menarik minat generasi muda untuk kembali mendalami ajaran agama melalui metode penyampaian yang lebih ringan. Inspirasi yang diberikan oleh para pendakwah muda ini mendorong masyarakat untuk ikut membagikan pesan kebaikan tersebut kepada khalayak luas melalui jejaring sosial pribadi mereka secara aktif (Awaluddin, 2023; Hidayatullah et al., 2024; Parhan et al., 2022; Rozi et al., 2021).

Tantangan utama dalam dunia dakwah digital adalah memastikan validitas dan akurasi informasi yang disebarakan agar tidak menyesatkan para pencari ilmu di internet. Mudahnnya akses untuk berbagi data sering kali memunculkan konten keagamaan yang belum terverifikasi secara sah, yang berpotensi memberikan efek negatif pada pemikiran masyarakat yang belum memiliki dasar agama kuat. Selain itu, munculnya narasi dari kelompok radikal yang cenderung mengabaikan kearifan lokal dan merendahkan tradisi pesantren juga menjadi ancaman nyata bagi kerukunan umat beragama. Untuk mengantisipasi hal tersebut, para pendakwah perlu memastikan bahwa setiap materi yang diunggah ke media sosial bersumber dari literatur yang terpercaya dan selaras dengan prinsip moderasi. Dakwah pada dasarnya adalah proses mendidik masyarakat agar senantiasa taat pada perintah Tuhan serta mengikuti teladan nabi dalam setiap sendi kehidupan mereka. Di era modern ini, penyampaian pesan kebaikan tidak lagi terbatas pada mimbar fisik di masjid, melainkan telah berpindah ke ruang digital yang lebih progresif. Para da'i dituntut untuk bersikap dinamis dan inovatif dengan tidak hanya terpaku pada metode ceramah konvensional demi menjawab perubahan sosial yang sedang terjadi di tengah masyarakat global (Nuhaa et al., 2023; Ridho & Sabil, 2023; Sa'adah & Fahyuni, 2026; Zaman et al., 2023).

Keberhasilan adaptasi dakwah di era modern tercermin pada popularitas para pendakwah milenial yang sukses menguasai algoritma media sosial dengan konten yang mudah dipahami. Salah satu sosok yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah Husain Basyaiban, seorang pendakwah muda yang berhasil memanfaatkan platform video pendek untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif. Konsistensi dalam memproduksi materi yang berkualitas telah membuatnya mendapatkan kepercayaan luas dari jutaan pengikut, sehingga ia kini dikenal sebagai ikon da'i milenial yang sangat berpengaruh. Pada periode tahun 2025, akun dakwah miliknya telah berkembang pesat dengan capaian jutaan dukungan yang menunjukkan bahwa pesan moderat yang disampaikannya sangat diterima oleh lintas generasi. Inovasi penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang digunakannya untuk menjangkau audiens generasi *digital native* yang cenderung menyukai visual menarik. Dengan mengkaji pendekatan yang dilakukan oleh Husain, diharapkan dapat ditemukan model dakwah baru yang mampu menyelaraskan nilai-nilai agama yang luhur dengan tren teknologi masa kini. Media sosial terbukti memiliki potensi luar biasa sebagai sarana distribusi pengetahuan keagamaan asalkan dikelola dengan kreativitas tinggi dan tetap menjaga kesucian pesan dakwah yang ingin disampaikan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode fenomenologi untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana generasi *Digital Native* dapat



Komunikasi dan Penyiaran Islam agar bisa memanfaatkan TikTok sebagai sarana dakwah (Nurmaya et al., 2024). Pendekatan kualitatif digunakan karena memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali secara mendalam fenomena penggunaan platform digital sebagai media dakwah di generasi *Digital Native*, termasuk faktor pendorong, strategi yang diterapkan, serta berbagai tantangan yang dihadapi. Penelitian ini mengandalkan studi literatur dan analisis konten sebagai metode pengumpulan data dari berbagai sumber. Sumber tersebut mencakup jurnal ilmiah yang membahas topik terkait, seperti penggunaan media digital dalam dakwah, strategi dakwah di era digital, karakteristik Generasi *Digital Native*, serta pengaruh media digital terhadap penyebaran dakwah Islam.

Menganalisis pesan dakwah pada akun Kadam Sidik penting untuk memahami strategi penyampaian yang efektif serta pengaruhnya terhadap audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tema-tema yang diangkat, gaya komunikasi yang digunakan, serta respons audiens terhadap konten dakwah yang disampaikan. Dengan memahami metode yang diterapkan Kadam Sidik dalam menyampaikan pesan Islam, diharapkan dapat ditemukan pendekatan yang mampu memperkuat peran dakwah di platform digital serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunitas Muslim di era modern. Sementara itu, metode fenomenologi digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif Husain Basyaiban dalam menciptakan dan menyebarkan konten dakwah di TikTok, serta bagaimana Husain Basyaiban memaknai aktivitas tersebut. Pendekatan tersebut memberi ruang bagi peneliti untuk menautkan cerita dan pengalaman narasumber dengan strategi dakwah Husain Basyaiban dalam bingkai realitas sosial masa kini, sehingga temuan penelitian menjadi lebih relevan dengan konteks, sekaligus dapat diterapkan secara praktis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **A. Gambaran Umum Responden dan Dinamika Data**

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh generasi muda yang termasuk dalam kategori penduduk asli digital atau *digital native*. Mereka adalah kelompok yang tumbuh besar bersama teknologi internet, sehingga pola interaksi dan cara mereka mengonsumsi informasi sangat bergantung pada platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Responden menunjukkan keterpaparan yang sangat tinggi terhadap konten digital, yang secara otomatis memengaruhi cara mereka memahami serta merespons pesan-pesan keagamaan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner daring ini mencerminkan adaptasi metode penelitian terhadap gaya hidup modern yang serba cepat dan visual. Meskipun terdapat keberagaman latar belakang pendidikan dan tingkat literasi digital, mayoritas responden cenderung memilih konten dakwah yang dikemas secara kreatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menggambarkan adanya transformasi besar dalam komunikasi keagamaan, di mana media sosial bukan lagi sekadar alat penyebaran pesan, melainkan ruang interaksi partisipatif yang membentuk cara pandang baru bagi generasi muda terhadap ajaran agama Islam di tengah arus globalisasi.

#### **B. Tingkat Pemahaman Audiens terhadap Pesan Dakwah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman responden terhadap strategi dakwah yang diterapkan oleh Husain Basyaiban secara umum berada pada kategori cukup memahami. Capaian ini mengindikasikan bahwa dakwah digital telah berhasil menjangkau audiens secara luas, namun kedalaman materi yang diserap masih dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang lebih menonjolkan aspek visual dan kecepatan durasi. Sebagian



besar responden mampu menangkap intisari pesan dakwah secara umum, meskipun literasi keagamaan dan digital yang bervariasi menyebabkan adanya perbedaan dalam memaknai konten secara kritis. Dakwah digital ini berfungsi efektif sebagai pintu masuk bagi generasi muda untuk mulai mengenal nilai-nilai Islam dengan cara yang tidak kaku. Meskipun pemahaman yang terbentuk belum sepenuhnya mendalam secara teologis, konsumsi konten secara rutin terbukti memberikan dampak positif bagi kesejahteraan spiritual audiens. Dinamika ini memperlihatkan bahwa dakwah di ruang digital berperan penting dalam membangun kesadaran religius awal yang nantinya dapat berkembang seiring dengan intensitas interaksi dan ketertarikan audiens untuk mempelajari agama secara lebih lanjut.

### **C. Relevansi Konten Dakwah dengan Realitas Sosial**

Relevansi dakwah yang disampaikan melalui media digital dinilai sangat tinggi oleh mayoritas responden karena mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kehidupan modern masyarakat saat ini. Strategi penyampaian yang fleksibel dan mudah diakses menjadikan pesan keagamaan terasa lebih dekat dengan permasalahan nyata yang dihadapi oleh generasi muda dalam kehidupan sehari-hari. Konten yang diangkat sering kali membahas fenomena sosial yang sedang berkembang, seperti krisis moral, etika pergaulan, hingga tantangan mental di era teknologi, sehingga lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens. Pendekatan yang kontekstual ini membuat nilai-nilai agama tidak lagi dipandang sebagai ajaran yang jauh dari realitas, melainkan sebagai solusi atas berbagai persoalan hidup kontemporer. Relevansi ini juga mencakup pembentukan nilai-nilai sosial seperti empati dan toleransi yang sangat dibutuhkan dalam interaksi sosial di ruang digital. Keberhasilan dalam menghubungkan teks keagamaan dengan konteks sosial membuktikan bahwa dakwah digital mampu menjadi sarana transformasi sosial yang efektif untuk memperkuat identitas keagamaan masyarakat yang adaptif namun tetap memegang teguh prinsip-prinsip autentik ajaran Islam.

### **D. Efektivitas Jangkauan Dakwah di Era Digital**

Dakwah digital terbukti sangat efektif dalam menjangkau generasi muda karena memanfaatkan platform media sosial yang menjadi sumber informasi utama bagi kelompok *digital native*. Sifat media sosial yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu memungkinkan pesan dakwah tersebar secara luas dan cepat melampaui batas-batas geografis yang biasanya menghambat metode dakwah konvensional. Efektivitas ini juga terlihat dari tingginya tingkat keterlibatan audiens, seperti jumlah suka, komentar, dan berbagi konten yang menunjukkan adanya interaksi aktif antara pendakwah dan audiensnya. Konten yang ringkas, menarik secara visual, dan mudah dipahami menjadi kunci utama mengapa metode ini sangat diminati oleh audiens yang terbiasa dengan konsumsi informasi cepat. Selain sebagai media informasi, dakwah digital juga berperan dalam proses internalisasi nilai-nilai agama secara bertahap melalui paparan konten yang rutin muncul di beranda media sosial mereka. Inovasi dalam penyampaian pesan yang mengikuti perkembangan budaya digital membuat dakwah tetap relevan dan memiliki daya tarik kuat, sehingga mampu membangun keterikatan emosional yang mendukung keberhasilan penyebaran nilai-nilai islami di kalangan generasi muda saat ini.

### **E. Kontribusi Dakwah dalam Pembentukan Karakter Positif**

Kontribusi dakwah melalui media digital sangat signifikan dalam proses pembentukan karakter positif generasi muda, terutama sebagai benteng moral di tengah maraknya konten negatif di internet. Pesan-pesan yang disampaikan secara konsisten membantu menanamkan nilai-nilai moral, etika komunikasi, dan kepedulian sosial yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui proses internalisasi yang berlangsung secara berulang, audiens cenderung menunjukkan perubahan perilaku yang lebih religius dan santun dalam



berinteraksi di ruang publik maupun media sosial. Dakwah digital ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber pengetahuan, tetapi juga sebagai pedoman bimbingan nilai yang membantu generasi muda menyaring informasi agar tetap berada dalam koridor ajaran Islam. Partisipasi aktif audiens dalam mendiskusikan konten dakwah juga memperkuat proses pembinaan karakter karena mereka dilibatkan langsung sebagai subjek yang memaknai nilai-nilai kebaikan. Dengan demikian, kehadiran dakwah digital yang kreatif dan interaktif menjadi sarana yang sangat efektif untuk membangun identitas diri yang kuat, jujur, dan berakhlak mulia di tengah arus globalisasi yang penuh dengan tantangan moral bagi para pemuda.

### **Pembahasan**

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh generasi muda yang lahir di tengah pesatnya perkembangan teknologi atau sering disebut sebagai kelompok *digital native*. Kelompok ini memiliki kebiasaan unik dalam berinteraksi dengan dunia siber melalui 3 platform media sosial utama yakni Instagram, TikTok, dan YouTube. Karakteristik utama mereka adalah kecepatan dalam menyerap informasi visual serta sangat selektif terhadap konten yang dianggap relevan dengan kepentingan pribadi. Tingginya paparan media digital mengubah cara mereka mengakses pesan keagamaan yang kini tidak lagi terbatas pada sekat ruang fisik. Penggunaan kuesioner daring dalam proses pengumpulan data mencerminkan adaptasi riset terhadap perilaku audiens modern yang sangat bergantung pada koneksi internet. Meskipun efektif untuk menjangkau responden secara luas, terdapat keterbatasan berupa potensi bias jawaban serta rendahnya kontrol terhadap keseriusan pengisian data. Dinamika responden turut membentuk cara mereka memaknai pesan yang disampaikan oleh sosok pendakwah digital. Arus informasi yang deras membuat mereka lebih menyukai konten ringkas namun tetap memiliki daya tarik visual yang kuat. Hal ini menunjukkan transformasi signifikan dalam pola komunikasi dakwah yang bersifat interaktif, partisipatif, serta sangat masif (Hidayatullah et al., 2024; Nurziah & Mustopa, 2025; Thahir, 2023).

Tingkat pemahaman responden terhadap strategi dakwah Husein Basyaiban secara umum masuk ke dalam kategori cukup memahami yang memberikan gambaran awal mengenai efektivitas pesan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun dakwah digital mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar, kedalaman materi yang diserap sering kali masih terbatas pada permukaan saja. Karakteristik media sosial yang menuntut kecepatan penyampaian pesan sering kali mengorbankan detail substansi demi mengejar daya tarik visual yang bersifat instan kepada pengguna. Perbedaan tingkat pemahaman antar individu juga sangat dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan serta kapasitas literasi digital yang dimiliki oleh setiap responden. Beberapa individu mampu melakukan analisis kritis terhadap pesan yang diterima, sementara sebagian lainnya hanya menangkap makna secara umum tanpa pendalaman lebih lanjut. Namun demikian, dakwah melalui media baru ini tetap memiliki peran vital sebagai *entry point* bagi generasi muda untuk mengenal ajaran Islam secara lebih dekat. Intensitas paparan konten secara rutin terbukti memberikan dampak positif bagi kesejahteraan spiritual audiens meskipun pemahaman yang terbentuk bersifat gradual. Keterbatasan penelitian ini terlihat pada sulitnya mengukur kedalaman spiritualitas melalui kuesioner tanpa observasi perilaku langsung (AB et al., 2024; Amin & Sururi, 2025; Sirun & Surawan, 2025).

Relevansi dakwah yang disampaikan dinilai sangat tinggi karena mampu menyentuh berbagai fenomena nyata yang sedang dihadapi oleh masyarakat modern pada masa sekarang. 3 isu sensitif seperti pergaulan remaja, krisis moralitas, hingga tantangan hidup di era digital diangkat menjadi materi utama yang dikemas secara kontekstual. Pendekatan ini membuat audiens merasa pesan yang disampaikan berkaitan erat dengan realitas kehidupan mereka



sehari-hari sehingga menjadi lebih mudah untuk diterima. Transformasi praktik keagamaan dari cara konvensional menuju fleksibilitas media digital telah menciptakan ruang baru bagi penyebaran nilai luhur seperti toleransi dan empati. Dakwah kini tidak lagi dipandang sebagai sebuah doktrin kaku, melainkan sebagai solusi atas permasalahan sosial yang sedang berkembang di tengah masyarakat luas. Kemampuan pendakwah dalam menerjemahkan ajaran agama ke dalam bahasa populer menjadi kunci utama keberhasilan strategi komunikasi di era siber ini. Namun, tantangan besar tetap muncul dalam upaya menjaga keaslian substansi ajaran di tengah kuatnya tarikan komersialisasi dan risiko misinformasi di media sosial. Relevansi sosial ini juga berkontribusi besar pada pembentukan identitas keagamaan yang adaptif terhadap perubahan zaman tanpa harus kehilangan nilai (Parnawi et al., 2024; Suryani & Nadira, 2025; Syakhrani, 2022).

Efektivitas metode dakwah Husein Basyaiban terlihat jelas dari tingginya tingkat keterlibatan atau *engagement* audiens di berbagai platform digital yang sangat populer saat ini. Penggunaan format video pendek yang ringkas terbukti sangat ampuh dalam menarik perhatian generasi muda yang biasanya memiliki rentang fokus yang sangat terbatas. Interaksi aktif melalui fitur komentar, tanda suka, serta pembagian konten menunjukkan bahwa audiens tidak hanya bertindak sebagai obyek yang pasif. Mereka berperan aktif dalam mendistribusikan ulang pesan keagamaan sehingga jangkauan dakwah menjadi jauh lebih luas jika dibandingkan dengan metode ceramah tradisional. Keunggulan utama dari strategi digital ini adalah fleksibilitas akses yang memungkinkan audiens untuk menyimak pesan kapan saja dan di mana saja. Data riset menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih memilih konten yang disampaikan secara lugas dan mudah dipahami tanpa menggunakan bahasa berat. Meskipun efektif, strategi ini masih menghadapi kendala berupa gangguan dari konten hiburan lain yang bertebaran di linimasa media sosial yang padat. Hal ini menuntut pendakwah untuk terus melakukan inovasi dalam mengemas pesan agar tetap kompetitif di tengah arus informasi global yang berubah cepat (Fajrussalam et al., 2022; Hidayatullah et al., 2024; Nurani et al., 2025).

Kontribusi dakwah digital dalam membentuk karakter positif generasi muda sangatlah signifikan terutama dalam menanamkan etika komunikasi serta rasa kepedulian sosial yang tinggi. Melalui paparan konten yang dilakukan secara berulang, nilai moral islami secara bertahap mulai terinternalisasi ke dalam perilaku sehari-hari para pengguna media sosial. Dakwah berfungsi sebagai sebuah benteng moral yang melindungi generasi muda dari berbagai pengaruh negatif arus informasi yang tidak terkendali. Strategi penyesuaian yang dilakukan dengan beralih ke format visual serta interaktif merupakan langkah krusial agar pesan tetap relevan bagi para *digital native*. Pendekatan yang bersifat 2 arah ini memungkinkan terjadinya diskusi yang jauh lebih mendalam antara pihak pendakwah dan pengikutnya di ruang digital. Hal ini memperkuat hubungan emosional serta memudahkan proses pembelajaran agama yang bersifat lebih partisipatif bagi kaum muda di masa kini. Meskipun demikian, keterbatasan penelitian ini terletak pada jangkauan responden yang mungkin belum mewakili seluruh lapisan masyarakat karena adanya ketergantungan pada internet. Strategi dakwah masa depan harus tetap menjaga keseimbangan antara daya tarik kemasan dan kemurnian materi tanpa terjebak gaya hidup digital yang bersifat dangkal.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah Husain Basyaiban di TikTok terbukti efektif dalam menjangkau generasi digital native melalui pendekatan yang kreatif, singkat, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dakwah yang disampaikan mampu



menarik perhatian audiens, meningkatkan kesadaran religius, serta berkontribusi dalam pembentukan karakter positif generasi muda. Meskipun demikian, tingkat pemahaman audiens masih berada pada kategori cukup, sehingga diperlukan penguatan dalam kedalaman materi yang disampaikan. Selain itu, keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pendakwah dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan karakteristik generasi muda yang cenderung visual dan interaktif. Oleh karena itu, strategi dakwah ke depan perlu terus dikembangkan secara inovatif, tetap menjaga keaslian ajaran Islam, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif dan berkelanjutan dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- AB, M. J., Hasan, Z. A., & Uje, J. (2024). Pengaruh intensitas membaca Al-Qur'an terhadap kecerdasan spiritual santri Pondok Pesantren Hubbul Qur'an Diwrek Jombang. *Education Learning and Islamic Journal*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.33752/el-islam.v6i1.6076>
- Almujaddedi, M. S., & Hayati, R. (2022). Perspective of Islamic law on hate comments in social media: Tinjauan hukum Islam terhadap hate comment di media sosial. *Jurnal Cendekia Hukum*, 7(2). <https://doi.org/10.3376/jch.v7i2.466>
- Amin, F., & Sururi, A. A. (2025). Dakwah digital: Mengukur dampak dan efektivitas kampanye dakwah online terhadap audiens muda. *PROGRESIF: Jurnal Dakwah Sosial Dan Komunikasi*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i1.31>
- Amrullah, M. N. (2021). Dakwah dalam Al-Qur'an: Sebuah pijakan pengembangan metode dakwah kontemporer. *Studia Quranika*, 5(2), 159–159. <https://doi.org/10.21111/studiquran.v5i2.4717>
- Awaluddin, A. (2023). Dakwah digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam penyebaran syiar Islam moderat. *Idarotuna*, 5(2), 153–153. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25865>
- Fajrussalam, H., Nuratilah, A. S., Cahyani, A. P., Nada, M. C. R. P., & Fazrian, M. D. (2022). Keefektifan sense of humor sebagai media dakwah. *FONDATIA*, 6(2), 303–313. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i2.1820>
- Fitri, M., Junaidi, R., Saputra, H., & Rahman, A. (2024). Tinjauan terhadap surat Al-Maidah ayat 67 dan surat An-Nahl ayat 125 tentang metode pendidikan dalam Al-Qur'an. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 35–39. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i3.315>
- Hanif, D. R. A., Mahdalena, V., & Handayani, L. (2023). Efektivitas komunikasi kesehatan melalui short video bagi perubahan perilaku kesehatan. *Ekspresi Dan Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 218–228. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5725>
- Hidayatullah, R. R., Kamali, M., & T, N. A. (2024). Innovative dakwah strategies through social media: Case study of Islamic communication approaches in Indonesia. *INJIES Journal of Islamic Education Studies*, 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.34125/injies.v1i1.3>
- Lubis, N. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2022). Motif pengguna aplikasi Tik Tok di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial Ekonomi Budaya Teknologi Dan Pendidikan*, 1(12), 2835–2844. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.438>



- Mardianto, D. D. (2023). Komunikasi ekspresif penggunaan media sosial TikTok (Studi kasus generasi Z usia 18-23 tahun). *IKOMIK Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(2), 50–58. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.6481>
- Nuhaa, S. U., Hamidah, N., Nasikhah, A. D., Almunawaroh, M., & Afandi, A. J. (2023). Pengembangan dakwah moderasi beragama melalui media podcast dan media sosial berbasis digital. *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.217>
- Nurani, F., Bahar, R., & Munir, A. A. A. (2025). Aktualisasi nilai-nilai tasawuf sebagai solusi problematika sosial di era digital. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 8(1), 71–71. <https://doi.org/10.24014/ittizaan.v8i1.36887>
- Nurziah, E., & Mustopa, I. (2025). Transformasi komunikasi dakwah era digital: Peluang serta tantangan bagi pendidikan Islam kontemporer. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(2), 231–246. <https://doi.org/10.35878/muashir.v3i2.1629>
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Rastiadi, H. A., & Maysaroh, M. (2022). Analisis metode dan konten dakwah yang diminati pada remaja. *Anida*, 22(1), 65–75. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.16633>
- Parnawi, A., Idris, A., Zufriyatun, Z., & Rafiqi, R. (2024). Innovation in the development of Islamic religious education with a multicultural approach. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(1), 231–241. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.589>
- Ridho, H., & Sabil, A. (2023). Moderate dai in the era of digitalization; challenges and ethics of preaching on social-media according to Islam and local wisdom. *Jurnal Studi Sosial Keagamaan Syekh Nurjati*, 3(2), 185–212. <https://doi.org/10.24235/sejati.v3i2.64>
- Rozi, F., Kholil, S., & Sazali, H. (2021). Hijrah and look for millennial Muslim identity in Medan. *Dialogia*, 19(2), 381–401. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v19i2.3170>
- Sa'adah, N. F., & Fahyuni, E. F. (2026). Inovasi pembelajaran PAI berbasis dakwah kreatif: Pengalaman siswa MA Bilingual Al Amanah dalam mengembangkan keterampilan. *LEARNING: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2), 1324–1335. <https://doi.org/10.51878/learning.v6i2.9932>
- Sirun, A. K., & Surawan, S. (2025). Konsumsi konten dakwah digital dan kesejahteraan spiritual mahasiswa: Kajian empiris di kalangan generasi Z. *Indonesian Journal of Islamic Studies (IJIS)*, 1(2), 220–226. <https://doi.org/10.62567/ijis.v1i2.905>
- Suryani, A., & Nadira, T. (2025). Tradisi pesantren sebagai basis pembentukan karakter santri di tengah arus modernisasi dan perubahan sosial. *Jurnal Ekshis*, 3(2), 177–185. <https://doi.org/10.59548/je.v3i2.528>
- Syakhriani, A. W. (2022). Religious traditions in social change (A study on the transformation of Islamic education values among urang nagara in South Hulu Sungai Regency). *AL-BANJARI: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 21(1). <https://doi.org/10.18592/al-banjari.v21i1.6991>
- Thahir, M. A. (2023). Da'wah and the dynamics of modern communication. *Al-Ulum*, 23(1), 74–90. <https://doi.org/10.30603/au.v23i1.3484>
- Zaman, M. R., Ilman, M. R., & Maulidi, I. (2023). Transformasi gaya dakwah Islam di era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 165–177. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i2.9343>