

**PERAN MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK FOLLOWERS KADAM SIDIQ
DALAM MENDORONG KEBERHASILAN DAKWAH DIGITAL: STUDI KASUS
PADA FOLLOWERS TIKTOK @KADAMSIDIK00**

Nasichah, Nayla Syah Fitri, Ghaisani Awallya Ramadhanty, Amelia Nur'aimanda

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

nasichah@uin.jkt.ac.id nayla.syah24@mhs.uinjkt.ac.id ghaisani.awallya24@mhs.uinjkt.ac.id

amelia.nuraimanda24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran motivasi intrinsik dan ekstrinsik sebagai faktor pendorong keberhasilan dakwah digital pada platform media sosial, dengan studi kasus pada akun TikTok @kadamsidik00. Dalam era digital, dakwah melalui media sosial semakin berkembang sebagai media efektif menyebarkan nilai-nilai agama dan memperluas jangkauan tabligh. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus tunggal untuk menggali aspek-aspek motivasi yang memengaruhi konsistensi, kreativitas, dan interaksi akun tersebut dengan audiens. Hasil penelitian mengungkap bahwa motivasi intrinsik seperti kesadaran spiritual dan komitmen dakwah menjadi fondasi utama keberhasilan, sedangkan motivasi ekstrinsik berupa apresiasi sosial dan pengakuan publik turut memberi dampak signifikan dalam mendorong peningkatan aktivitas dan engagement. Studi ini memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi motivasi yang efektif dalam konteks dakwah digital dan kontribusinya dalam perkembangan dakwah modern di media sosial.

Kata kunci : Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, Dakwah Digital, TikTok, Motivasi Dakwah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya hadirnya media sosial, telah mengubah lanskap komunikasi, termasuk dalam konteks penyebaran ajaran agama (dakwah).¹ Platform seperti TikTok, dengan format video singkat yang mudah diakses dan viral, kini menjadi arena baru bagi para dai untuk menjangkau khalayak, terutama generasi milenial dan Gen Z.² Fenomena ini memunculkan istilah "Dakwah Digital", sebuah adaptasi metodologi dakwah agar relevan dan efektif di ruang siber. Keberhasilan seorang dai dalam dakwah digital tidak

¹ Budiantoro, Wahyu, "Dakwah di Era Digital," KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 11, no. 2 (2017): 263-281.

² Kendju, M. Z., S. Nento, dan A. Soleman, "Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa lain Manado)," Jurnal Dakwah dan Komunikasi 1, no. 2 (2022).

hanya bergantung pada kualitas pesan, tetapi juga pada kemampuan untuk mempertahankan konsistensi dan relevansi konten di tengah persaingan informasi yang ketat.

Salah satu faktor fundamental yang mendorong konsistensi dan keberlanjutan aktivitas seseorang adalah motivasi.³ Dalam konteks dakwah, motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama: motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.⁴ Motivasi intrinsik merujuk pada dorongan internal yang murni berasal dari nilai-nilai spiritual, panggilan hati, atau kepuasan pribadi dalam menjalankan tugas keagamaan (seperti ikhlas dan Lillah dalam terminologi Islam).⁵ Sebaliknya, motivasi ekstrinsik bersumber dari faktor luar, seperti pengakuan sosial, jumlah pengikut (followers), apresiasi, imbalan materi, atau bahkan tekanan dari lingkungan.⁶ Dalam arena digital yang serba terukur (like, share, comment), interaksi antara kedua jenis motivasi ini menjadi sangat krusial untuk dipahami.

Akun TikTok @kadamsidik00 (Husain Basyaiban) muncul sebagai salah satu fenomena keberhasilan dakwah digital di Indonesia, dengan jutaan pengikut dan interaksi yang massif.⁷ Konten dakwah yang disajikan akun ini dikenal santai, relevan dengan isu-isu anak muda, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami.⁸ Tingginya visibilitas dan pengaruh akun ini menjadikannya studi kasus tunggal yang ideal untuk mengupas tuntas faktor pendorong di balik keberhasilannya.

Meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah dan analisis konten dakwah di TikTok⁹ studi yang secara spesifik membedah peran sinergis antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik seorang dai digital dalam menjaga keberlangsungan dan mencapai keberhasilan dakwahnya masih terbatas. Padahal, dinamika motivasi ini dapat menjadi kunci untuk mereplikasi model dakwah digital yang berkelanjutan.

³ Ryan, Richard M., dan Edward L. Deci, "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions," *Contemporary Educational Psychology* 25, no. 1 (2000): 54-67.

⁴ Salsabila, et al., "Peran guru dalam meningkatkan motivasi belajar siswa di era digital," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 1, no. 1 (2024).

⁵ Zaini, A., dan N. Mufidah, "KONSEP MOTIVASI DALAM PENDIDIKAN ISLAM," *Jurnal Tahqiq* 18, no. 1 (2024): 62-67.

⁶ Alodokter, "Mengenal Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik," 2024, diakses 7 November 2025.

⁷ Harakatuna, "Ustaz Digital dan Dakwah Hijrah: Menyapa Spiritualitas Anak Muda di Era Medsos," 2024, diakses 7 November 2025.

⁸ Safuan, Muhamad, "Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTok @KadamSidik00," Skripsi, Universitas PTIQ Jakarta, 2025.

⁹ Febriana, Ayu, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 11, no. 02 (2021): 180-194.

Rumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif fenomenologis untuk memahami secara mendalam bentuk dan peran motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang mendukung dakwah digital Kadam Sidiq di TikTok. Pendekatan fenomenologis digunakan karena berfokus pada memahami makna pengalaman subjektif individu sebagaimana mereka alami secara langsung (Creswell, 2014).

Penelitian dilakukan secara online melalui platform TikTok dan melalui interaksi pribadi dengan pengikut aktif akun @kadamsidik00. Subjek penelitian adalah pengikut yang telah mengikuti akun tersebut selama minimal enam bulan dan aktif memberikan tanggapan berupa komentar, likes, atau keterlibatan dalam konten dakwah.

1. Bagaimana bentuk motivasi intrinsik yang dimiliki followers akun TikTok @kadamsidik00 dalam mengikuti dan mendukung pesan-pesan dakwah digital Kadam Sidiq?
2. Bagaimana bentuk motivasi ekstrinsik yang mendorong followers untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan dakwah digital yang disampaikan melalui akun @kadamsidik00?
3. Bagaimana peran motivasi intrinsik dan ekstrinsik followers tersebut dalam memengaruhi keterlibatan dan keberhasilan dakwah digital Kadam Sidiq di platform TikTok?

Kerangka Berpikir

Berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas keagamaan, telah berubah dengan cepat sebagai hasil dari kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks dakwah, situs media sosial seperti TikTok memungkinkan pesan keagamaan disampaikan dengan lebih cepat, secara luas, dan dengan mudah diakses oleh masyarakat umum, khususnya generasi muda. Studi menunjukkan bahwa dakwah digital membuka banyak peluang untuk menjangkau audiens yang sebelumnya sulit dijangkau; namun, itu juga menghadapi tantangan untuk menjaga perhatian audiens dan menghasilkan pesan dakwah yang berkualitas.¹⁰

Teori Self-Determination Theory (SDT), yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan, membagi motivasi menjadi dua jenis utama: motivasi intrinsik dan ekstrinsik.¹¹ Kedua jenis ini

¹⁰ R. Mardiana, "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2), 2020, hlm. 148–158.

¹¹ E. L. Deci dan R. M. Ryan, "The 'What' and Why of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior," *Psychological Inquiry*, 11(4), 2000, hlm. 227–268.

digunakan dalam penelitian motivasi manusia. Motivasi ekstrinsik berasal dari dorongan luar seperti penghargaan, dukungan sosial, atau pengakuan orang lain.¹² Sebaliknya, motivasi intrinsik berasal dari dorongan dalam diri seseorang, seperti rasa puas, nilai pribadi, dan kepuasan batin, untuk melakukan suatu tindakan tanpa mengharapkan imbalan dari sumber luar.¹³

Dalam dakwah digital, terutama pada akun TikTok @kadamsidik00, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut atau seringnya konten diunggah, tetapi juga oleh motivasi yang mendorong dai dan pengikutnya untuk berpartisipasi.

Followers mungkin memiliki motivasi intrinsik untuk memperdalam iman mereka, mencari ketenangan pikiran, atau merasa dekat dengan nilai-nilai Islam yang disampaikan dalam konten. Sumber motivasi dapat berasal dari sumber luar, seperti keinginan untuk mengikuti tren, dukungan sosial dari komunitas online, atau keinginan untuk mendapat pengakuan melalui komentar dan interaksi di media sosial.

Kedua jenis motivasi ini saling berkaitan. Motivasi intrinsik menjadi dasar yang menumbuhkan keikhlasan dan konsistensi, sedangkan motivasi ekstrinsik menjadi penguat yang membuat individu tetap aktif dan terlibat dalam aktivitas dakwah digital. Kombinasi keduanya berkontribusi terhadap keberhasilan dakwah digital, yang dapat diukur melalui indikator seperti peningkatan jumlah audiens, tingkat interaksi, serta perubahan pemahaman dan sikap keagamaan pengikut.¹⁴

Penelitian Sebelumnya (Literature Review)

Ringkasan Hasil Penelitian Terkait

Studi-studi terdahulu telah mengukuhkan bahwa platform TikTok merupakan media yang efektif dalam menyebarkan pesan keagamaan, utamanya kepada generasi Z dan milenial. Pendekatan dakwah melalui TikTok seringkali berfokus pada strategi komunikasi dan metode penyampaian pesan yang al-hikmah dan al-mau'izhah al-hasanah.¹⁵ Selain itu, penelitian juga banyak mengaitkan konten dakwah digital dengan peningkatan motivasi hijrah pada audiens

¹² R. M. Ryan dan E. L. Deci, "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being," *American Psychologist*, 55(1), 2000, hlm. 68–78.

¹³ I. Kasir dan S. Awali, "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern," *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 11(1), 2024, hlm. 59–68.

¹⁴ L. Hidayah dan R. Sari, "Tabligh di Era Digital: Tantangan dan Peluang," *Jurnal Studi Islam*, 10(3), 2021, hlm. 200–215.

¹⁵ Parhan, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok," 115.

muda.¹⁶ Sementara dalam konteks keagamaan yang lebih luas, konsep motivasi intrinsik (dorongan dari dalam) telah lama diposisikan lebih utama dibandingkan motivasi ekstrinsik (dorongan dari luar) dalam aktivitas ibadah.¹⁷

Persamaan dengan Penelitian yang Dilakukan

Penelitian ini memiliki persamaan mendasar dalam fokus subjek (Dakwah Digital via TikTok) dan penggunaan konsep kunci Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik sebagai kerangka analisis, sama seperti studi yang menganalisis motivasi dalam konteks keagamaan dan edukasi.¹⁸

Perbedaan atau Celah Penelitian (Novelty)

Perbedaan utama (novelty) terletak pada fokus analisis. Jika penelitian sebelumnya banyak membahas dampak konten terhadap mad'u (audiens) atau strategi komunikasi da'i, penelitian ini berfokus pada Motivasi Da'i (@kadamsidik00) itu sendiri. Celah ini adalah analisis mendalam terhadap interaksi sinergis antara motivasi intrinsik (niat dan kualitas personal) dan ekstrinsik (algoritma dan engagement) sebagai faktor penentu keberhasilan tabligh dalam konteks studi kasus tunggal.¹⁹

Posisi Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memposisikan diri sebagai jembatan yang menghubungkan kajian strategi komunikasi dakwah digital dan psikologi motivasi. Tujuannya adalah memberikan pemahaman eksploratif dan mendalam mengapa seorang da'i digital dapat mempertahankan konsistensi dan mencapai keberhasilan signifikan di media sosial yang serba cepat.

Teori (Landasan Teoritis)

1. Self-Determination Theory (SDT)

Self-Determination Theory (SDT) menjelaskan bahwa motivasi intrinsik (dorongan internal) dan motivasi ekstrinsik (dorongan eksternal) memengaruhi perilaku religius.²⁰ Dalam konteks dakwah digital, keseimbangan kedua motivasi menentukan konsistensi dan kualitas penyampaian pesan.²¹

¹⁶ Nugraha, Parhan, dan Agnia, "Motivasi Hijrah Milenial," 178.

¹⁷ Agustina, Yusro, dan Bahri, "Strategi Peningkatan Minat," 85.

¹⁸ Randani dan Jannah, "Strategi Pemanfaatan Aplikasi," 579.

¹⁹ Parhan, Sarah, dan Puspitasari, "Implikasi TikTok Terhadap Motivasi," 135.

²⁰ Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.

²¹ Zainuddin, M. (2021). *Peran motivasi intrinsik dalam komunikasi keagamaan di media sosial*. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 45–60.

Aplikasi pada dakwah digital:

Motivasi intrinsik:

- Kepuasan pribadi karena merasakan kedekatan dengan nilai spiritual dan tujuan dakwah
- kKomitmen dakwah yang tumbuh dari keyakinan dan niat lillahi ta'ala.
- Keikhlasan (niat lillahi ta'ala) sebagai pendorong utama untuk membuat konten yang tulus dan tidak bersifat memancing popularitas semata.

Motivasi ekstrinsik:

- Pengakuan sosial, jumlah pengikut, komentar positif, dan apresiasi dari komunitas.
- Upaya menyesuaikan konten agar lebih “rekomendasional” (sesuai dengan algoritma FYP) untuk meningkatkan jangkauan.

Indikator kunci untuk menilai motivasi:

Intrinsik: kedalaman nilai spiritual dalam pesan, konsistensi tema dakwah, kepuasan batin saat berbagi konten, transparansi niat.

Ekstrinsik: tingkat pertumbuhan audiens, tingkat engagement yang mengindikasikan validasi sosial, respons terhadap tren tanpa mengorbankan integritas pesan.

2. Teori Motivasi Herzberg

Herzberg membagi faktor motivasi menjadi dua kategori:

Motivator (faktor intrinsik): kualitas pekerjaan, tanggung jawab, peluang aktualisasi diri, dan kepuasan batin dari pekerjaan itu sendiri.

Hygiene (faktor ekstrinsik): kondisi kerja, fasilitas, pengakuan, dukungan sosial, serta lingkungan kerja yang mendukung.

Aplikasi pada dakwah digital

Motivator intrinsik:

- Kualitas konten yang meningkat: narasi yang jelas, penyampaian yang tidak menggurui, kedalaman refleksi spiritual, dan relevansi dengan kehidupan sehari-hari.
- Rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap pesan dakwah.

Hygiene ekstrinsik:

- Kondisi akses ke platform (algoritma, FYP, rekomendasi), dukungan komunitas, dan dukungan teknis/kolaborasi dari sesama dai.
- Pengakuan eksternal dari audiens dan komunitas sebagai validasi awal.

Indikator kunci untuk menilai motivasi

Motivator: persepsi peningkatan kualitas konten, sense of accomplishment, dan kepuasan batin setelah mencapai tujuan dakwah.

Hygiene: kenyamanan penggunaan platform, dukungan sosial (komentar positif, kolaborasi), serta pengakuan eksternal.²²

3. Teori Aktualisasi Diri Maslow

Teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow menjelaskan bahwa aktualisasi diri adalah puncak kebutuhan manusia, yaitu mencapai potensi penuh sebagai individu. Dalam dakwah digital, dai dan pengikut yang memiliki motivasi intrinsik mengalami kepuasan batin dan perkembangan spiritual yang mencerminkan realisasi diri mereka dalam konteks keagamaan. Dakwah yang tulus dan bermakna dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri ini dengan memberikan makna, tujuan, dan kontribusi sosial bagi pelaku dakwah dan audiensnya.

4. Teori Al-Hikmah dan Al-Mauizhah Al-Hasanah dalam Komunikasi Dakwah

Teori dakwah klasik ini menekankan bahwa penyampaian pesan dakwah harus dilakukan dengan cara yang bijaksana (al-hikmah) dan nasihat yang baik atau menarik (al-mauizhah al-hasanah) agar pesan diterima dan berdampak. Jurnal ini menunjukkan bahwa cara penyampaian dakwah di TikTok yang ringan, tidak menggurui, dan relevan bagi Gen Z mengikuti prinsip ini sehingga menjadikan dakwah lebih efektif dan dapat diterima di era digital.

Temuan Penelitian (Hasil Wawancara dengan Mad'u)

A. Motivasi Intrinsik Da'i

Hasil wawancara dengan enam informan menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital @kadamsidik00 sangat dipengaruhi oleh motivasi intrinsik da'i. Temuan ini terlihat dari cara penyampaian, sikap personal, serta dampak psikologis dan spiritual yang dirasakan audiens.

Pertama, sebagian besar informan (1, 2, 4, 5, dan 6) menegaskan bahwa penyampaian materi oleh da'i dirasakan *ringan tapi ngena*, tidak menggurui, dan menggunakan bahasa yang santai. Informan 5 bahkan menekankan bahwa video-video tersebut mampu "*ngingetin tanpa bikin merasa disalahin.*" Pola penyampaian ini mengindikasikan adanya niat tulus (*lillāhi ta'ālā*) dan keikhlasan dalam berdakwah. Da'i tampaknya berorientasi pada efektivitas tabligh,

²² Herzberg, F. (1968). One More Time: How Do You Motivate Employees? Harvard Business Review.

bukan pada penguatan citra atau superioritas diri. Sikap ini mencerminkan prinsip *dakwah bil hikmah* yang menjadi salah satu ciri motivasi intrinsik seorang da'i.

Kedua, informan (1, 2, 4, 5, dan 6) juga menyoroti relevansi dan kontekstualisasi konten. Mereka menyebut bahwa pesan yang disampaikan "*relate sama kehidupan sehari-hari*" dan sesuai dengan gaya komunikasi anak muda. Informan 4 menyampaikan bahwa video tersebut membantunya "*melihat masalah hidup dari sisi agama.*" Hal ini menunjukkan adanya tanggung jawab intelektual da'i untuk memahami kebutuhan psikososial audiens dan mengemas ajaran Islam secara kontekstual. Kemampuan ini tidak muncul kecuali jika da'i memiliki motivasi intrinsik berupa komitmen personal terhadap kualitas dakwah.

Ketiga, dampak psikologis dan spiritual menjadi indikator penting lainnya. Informan 2 dan 5 mengaku merasakan "*motivasi buat tetap istiqamah*", ketenangan, dan dorongan untuk evaluasi diri. Informan 4 bahkan merasa lebih dekat kepada Allah tanpa merasa terbebani. Respon-respon ini menunjukkan bahwa da'i memperoleh kepuasan batin dari perubahan positif audiens. Kepuasan terhadap dampak dakwah merupakan bentuk aktualisasi diri — motivasi intrinsik tertinggi dalam teori motivasi.

Terakhir, daya tarik personal juga menjadi faktor pendorong dukungan audiens, tetapi tetap berkaitan dengan kualitas pribadi da'i. Informan 6 menilai da'i sebagai figur yang "*ganteng, berwibawa, gen z abis*", sementara Informan 5 menambahkan karakter "*lemah lembut tapi tegas*" serta editing video yang rapi. Sikap santun, estetika visual, dan kerapian konten mencerminkan kesungguhan da'i dalam memuliakan pesan dakwah. Walaupun muncul dari aspek personal, kualitas ini lahir dari kedisiplinan dan integritas internal, sehingga tetap termasuk motivasi intrinsik.

B. Motivasi Ekstrinsik / Dukungan Eksternal

Selain faktor internal, dakwah digital @kadamsidik00 juga didukung oleh motivasi ekstrinsik berupa dorongan platform, tren sosial, dan karakteristik media TikTok itu sendiri.

Pertama, dua informan (1 dan 5) menyatakan bahwa mereka pertama kali tertarik menonton konten karena video da'i *sering muncul di FYP*. Temuan ini menunjukkan bahwa algoritma TikTok berperan sebagai *wasilah* (perantara) yang memperkuat jangkauan dakwah. Meski pertumbuhan audiens bukan motivasi utama da'i, dukungan algoritmik menjadi faktor eksternal yang memperluas dampak dakwah.

Kedua, pengaruh sosial juga sangat signifikan. Informan 1, 3, 4, dan 5 menjelaskan bahwa teman-teman mereka sering membahas, membagikan, atau mem-posting ulang video

da'i melalui grup dan story media sosial. Informan 6 menambahkan bahwa tren tertentu, seperti *jedag-jedug*, juga memicu ketertarikan awal. Fenomena ini menunjukkan adanya *social proof*, yaitu pengakuan sosial yang memperkuat kredibilitas konten dan mendorong audiens baru untuk ikut menonton. Dukungan ini menjadi motivasi ekstrinsik yang memperbesar efek dakwah tanpa melibatkan upaya personal da'i.

Ketiga, efektivitas format TikTok turut memperkuat pencapaian dakwah. Informan 1, 4, dan 6 menyebut bahwa durasi video yang singkat, penyampaian yang langsung, serta kemasan yang sederhana membuat pesan dakwah mudah diterima. TikTok memberikan wadah yang kompatibel dengan pola konsumsi konten anak muda, sehingga menjadi dorongan eksternal yang memfasilitasi keberhasilan dakwah da'i.

Dengan demikian, motivasi intrinsik da'i — berupa niat tulus, tanggung jawab intelektual, aktualisasi diri, dan kualitas personal — berpadu dengan motivasi ekstrinsik seperti algoritma TikTok, tren sosial, dan format platform. Sinergi antara dua jenis motivasi inilah yang menjelaskan efektivitas dan keberhasilan dakwah digital akun @kadamsidik00.

Pembahasan (Sintesis Temuan dan Teori)

Berdasarkan temuan wawancara, pembahasan Anda harus fokus pada bagaimana kedua jenis motivasi ini berinteraksi.

1. Motivasi Intrinsik sebagai Katalis Konsistensi

Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan @kadamsidik00 berakar pada kualitas konten yang jujur, tidak menggurui, dan relate (Inf. 1, 4, 5). Hal ini sesuai dengan Teori Motivasi Herzberg, di mana kualitas pekerjaan dakwah itu sendiri (yaitu, Motivator) adalah faktor utama. Kualitas penyampaian yang ringan namun mendalam, serta kemampuan untuk berempati dan mengontekstualisasi pesan, mencerminkan adanya motivasi intrinsik yang kuat pada da'i, yaitu pemenuhan Aktualisasi Diri (Maslow) dan tanggung jawab tabligh (Parhan, et al., 2024).

2. Motivasi Ekstrinsik sebagai Penguat Jangkauan

Meskipun mad'u menyukai konten karena kualitasnya, pemicu awal mereka menonton seringkali adalah faktor eksternal: FYP dan rekomendasi teman (Inf. 1, 5). Peran algoritma TikTok dan social proof (pengakuan teman) berfungsi sebagai faktor ekstrinsik (faktor Hygiene menurut Herzberg). Faktor ini tidak menciptakan kualitas konten, namun memperluas dan memvalidasi konten yang sudah berkualitas tinggi tersebut. Kehadiran faktor ekstrinsik ini

sangat penting untuk mencapai keberhasilan dakwah dalam skala digital (Nugraha, et al., 2020).

3. Sinergi: Kunci Keberhasilan

Keberhasilan @kadamsidik00 di TikTok adalah produk dari sinergi:

Intrinsik: Menyediakan produk (konten dakwah) yang berkualitas, tulus, dan relevan.

Ekstrinsik: Memanfaatkan wadah (TikTok/FYP) dan dorongan sosial (rekomendasi teman) untuk menyebarkan produk tersebut.

Refleksi Diri (Self-Reflection)

Refleksi diri ini menyajikan evaluasi kritis peneliti terhadap proses penelitian, keterbatasan studi kasus, serta implikasi temuan motivasi terhadap praktik dakwah digital yang lebih luas.

1. Evaluasi Metode dan Keterbatasan Studi Kasus

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus tunggal dengan fokus eksplorasi yang mendalam. Refleksi diri menunjukkan bahwa metode wawancara mendalam dengan mad'u (audiens) terbukti efektif dalam mengungkap dampak dari motivasi da'i, yang kemudian menjadi indikator keberhasilan. Namun, terdapat keterbatasan esensial:

- Keterbatasan Generalisasi: Sebagai studi kasus tunggal, temuan mengenai interaksi motivasi intrinsik dan ekstrinsik ini bersifat unik dan terikat pada konteks akun @kadamsidik00 serta audiens spesifiknya (mayoritas Gen Z/perempuan). Hasilnya tidak dapat digeneralisasi pada semua da'i TikTok atau platform dakwah digital lainnya.
- Keterbatasan Data Subjektif: Data yang dikumpulkan bersifat persepsi dan subjektif dari mad'u. Meskipun memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas dakwah (ekstrinsik), penelitian ini belum mencakup wawancara langsung dengan subjek utama (@kadamsidik00) untuk memverifikasi secara langsung motif intrinsik yang diklaim.

2. Refleksi Temuan terhadap Konsistensi Dakwah

Temuan dari wawancara secara konsisten menunjukkan bahwa daya tarik konten terletak pada kualitas intrinsik (ringan tapi ngena, tidak menggurui) dan relevansi (relate dengan kehidupan Gen Z). Hal ini memberikan refleksi penting bagi praktik dakwah:

- "Dakwah digital yang sukses tidak hanya ditentukan oleh faktor ekstrinsik seperti algoritma, jumlah followers, atau tren viral (jedag-jedug seperti disebutkan oleh Informan 6), melainkan harus didasari oleh motivasi intrinsik da'i untuk tabligh bil

hikmah. Faktor intrinsik inilah yang menjamin konsistensi dan integritas pesan, sedangkan faktor ekstrinsik hanya berfungsi sebagai pemicu awal dan penguat (booster)."

- Peneliti menyadari bahwa ketergantungan da'i hanya pada engagement (motivasi ekstrinsik) dapat berisiko terhadap mission drift, di mana da'i mungkin mengorbankan kedalaman atau kesesuaian syariat demi popularitas cepat. Keberhasilan @kadamsidik00 menunjukkan adanya kompromi yang seimbang antara niat lillahi ta'ala (intrinsik) dan adaptasi format (ekstrinsik).

3. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Refleksi ini mengarah pada saran bahwa penelitian selanjutnya perlu:

1. Melakukan triangulasi data dengan wawancara langsung dengan @kadamsidik00 untuk mengonfirmasi faktor motivasi intrinsiknya.
2. Menggunakan pendekatan kuantitatif atau studi kasus komparatif untuk menguji generalisasi temuan ini pada da'i digital lain dengan karakteristik audiens yang berbeda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik pengikut dan dai sangat memengaruhi keberhasilan dakwah digital pada akun TikTok kadamsidik00. Motivasi intrinsik seperti kesadaran spiritual, komitmen untuk dakwah, dan keikhlasan niat lillahi taala adalah pilar utama yang menjaga konten dakwah konsisten dan berkualitas. Sebaliknya, pengakuan sosial, dukungan algoritma TikTok (FYP), dan apresiasi komunitas adalah sumber motivasi luar yang meningkatkan keterlibatan audiens dan jangkauan.

Konten yang ringan, tidak menggurui, dan relevan dengan kehidupan generasi muda mendorong audiens secara spiritual dan psikologis. Faktor eksternal, di sisi lain, memastikan bahwa pesan dakwah tersebar luas melalui media distribusi dan penguat sosial. Keberhasilan dakwah digital bergantung pada sinergi keduanya.

Namun, penelitian ini juga menyadari bahwa itu adalah studi kasus tunggal, dan datanya lebih subjektif karena audiens tidak diwawancarai secara langsung. Karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan triangulasi data dan studi komparatif untuk memvalidasi temuan ini dalam konteks dakwah digital yang lebih luas.

Secara keseluruhan, motivasi intrinsik memainkan peran penting dalam menjaga integritas dan konsistensi dakwah, sementara motivasi ekstrinsik berfungsi sebagai penggerak yang meningkatkan pengaruh dakwah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Yusro, A., & Bahri, S. (2021). *Strategi peningkatan minat generasi muda terhadap dakwah di era digital*. Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, 5(1), 80–90.
- Alodokter. (2024). *Mengenal motivasi intrinsik dan ekstrinsik*. Diakses 7 November 2025, dari <https://www.alodokter.com>
- Budiantoro, W. (2017). *Dakwah di era digital*. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 11(2), 263–281.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The “What” and Why of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior*. Psychological Inquiry, 11(4), 227–268.
- Febriana, A. (2021). *Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah: Studi kasus Ustad Syam di akun @syam_elmarusy*. Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, 11(2), 180–194.
- Harakatuna. (2024). *Ustaz digital dan dakwah hijrah: Menyapa spiritualitas anak muda di era medsos*. Diakses 7 November 2025, dari <https://www.harakatuna.com>
- Herzberg, Frederick. (1968). *One More Time: How Do You Motivate Employees?* Harvard Business Review.
- Hidayah, L., & Sari, R. (2021). *Tabligh di Era Digital: Tantangan dan Peluang*. Jurnal Studi Islam, 10(3), 200–215. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/download/4537/pdf>
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). *Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern*. Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta, 11(1), 59–68.
- Kendju, M. Z., Nento, S., & Soleman, A. (2022). *Analisis pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah (Studi pada mahasiswa IAIN Manado)*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 1(2).
- Mardiana, R. (2020). *Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial*. Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, 10(2), 148–158.
- Munir. (2020). *Dakwah Digital dan Generasi Milenial*. Mataram: FDIK Journal UIN Mataram. <https://fdikjournal-uinma.id/index.php/tasamuh/article/download/2151/1192>
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Agnia. (2020). *Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital*. Muharrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial, 3(02), 175–194. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>
- Parhan, M. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI*. HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam, 16(1), 113–130.

- Parhan, M., Sarah, A., & Puspitasari, F. (2024). *Implikasi TikTok Terhadap Motivasi dan Aktualisasi Diri*. TERMOMETER, 3(2), 130–143. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/Termometer/article/download/4602/4605/15691>
- Pellondou, P. M., & Rusdi, F. (2021). *Aktualisasi Diri Generasi Milenial Melalui Aplikasi TikTok*. Koneksi, 5(2), 387. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10388>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions*. Contemporary Educational Psychology, 25(1), 54–67.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being*. American Psychologist, 55(1), 68–78.
- Safuan, M. (2025). *Analisis pesan dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTok @KadamSidik00* (Skripsi, Universitas PTIQ Jakarta).
- Salsabila, A., et al. (2024). *Peran guru dalam meningkatkan motivasi belajar siswa di era digital*. Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam, 1(1).
- Zaini, A., & Mufidah, N. (2024). *Konsep motivasi dalam pendidikan Islam*. Jurnal Tahqiq, 18(1), 62–67.
- Zainuddin, M. (2021). *Peran motivasi intrinsik dalam komunikasi keagamaan di media sosial*. Jurnal Komunikasi, 15(2), 45–60.