

FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL YANG MENGHAMBAT DAKWAH DIGITAL PADA PLATFORM TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @RISYAD_BAY

Najwa Aliea, Nasichah, Zahrotul Azkiyah, Nazhifa Nurul ‘Aini

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

nasichah@uin.jkt.ac.id zahrotul.azkiyah24@mhs.uinjkt.ac.id

najwa.aliea24@mhs.uinjkt.ac.id nazhifa.nurul24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pesatnya perkembangan dakwah digital sebagai media komunikasi keagamaan, khususnya pada platform TikTok yang memiliki basis pengguna besar dan beragam. Namun dakwah digital di TikTok menghadapi berbagai hambatan yang mempengaruhi efektivitas kinerjanya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang menghambat dakwah digital pada platform TikTok. Teknik pengumpulan data melibatkan seleksi informan dari pelaku dakwah digital dan pengguna aktif TikTok. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengungkap pola hambatan yang muncul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal seperti keterbatasan kemampuan teknologi, kurangnya kreativitas konten, dan manajemen waktu menjadi hambatan utama. Sementara itu, faktor eksternal meliputi persaingan konten hiburan yang ketat, kebijakan platform yang berubah-ubah, serta terdapat informasi-informasi yang tidak akurat. kesimpulannya, keberhasilan dakwah digital di TikTok sangat bergantung pada penguatan kapasitas internal (pelaku dakwah) dan adaptasi terhadap dinamika platform eksternal. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan pemahaman mendalam bagi penggiat dakwah digital untuk mengoptimalkan strategi komunikasi keagamaan di era digital.

Kata kunci : Dakwah Digital, TikTok, Hambatan Dakwah Digital, Faktor Internal, Faktor Eksternal

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, hampir semua orang memiliki akses ke internet dan media sosial. Dari anak-anak hingga orang dewasa, sebagian besar waktu mereka dihabiskan untuk melihat berbagai konten di dunia digital. Media sosial bukan hanya tempat untuk hiburan, tetapi juga sudah menjadi ruang baru untuk belajar, berdiskusi, bahkan berdakwah. Salah satu media sosial yang paling populer saat ini adalah TikTok. Aplikasi ini awalnya dikenal sebagai platform untuk berbagi video singkat yang bersifat hiburan, namun kini berkembang menjadi wadah bagi banyak orang untuk menyebarkan pesan positif, termasuk pesan-pesan keislaman.

Menurut The Global Statistics, pada tahun 2025 jumlah pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai 108 juta pengguna, menjadikannya salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh di antara kalangan muda. Fenomena ini mendorong banyak dai dan kreator muslim untuk memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah yang kreatif, edukatif, dan relevan dengan gaya komunikasi masyarakat digital. Melalui video singkat, musik, dan narasi ringan, pesan-pesan islam dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. (The Global Statistics. (2025). Indonesia TikTok Statistics 2025:.)

Fenomena dakwah di TikTok semakin banyak diminati karena cara penyampaiannya yang lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat, terutama kalangan muda. Melalui video berdurasi pendek, para dai dapat menyampaikan nilai-nilai Islam dengan gaya yang ringan, santai, dan tidak kaku seperti dakwah konvensional. Salah satu tokoh yang cukup dikenal dalam dakwah digital di TikTok adalah Risyad Baya'sud. Ia dikenal karena mampu menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang sederhana namun menyentuh, sehingga pesannya mudah diterima oleh penonton.

Namun, dalam perjalanan berdakwah di dunia digital, tentu tidak selalu berjalan lancar. Banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh para pendakwah, termasuk Risyad Baya'sud. Hambatan ini bisa datang dari dalam diri sang dai sendiri (faktor internal) maupun dari lingkungan luar (faktor eksternal).

Faktor internal misalnya seperti kurangnya kemampuan mengelola waktu, keterbatasan dalam menguasai teknologi, kurangnya kreativitas dalam membuat konten, hingga rasa lelah atau kejenuhan karena tekanan di media sosial. Sementara itu, faktor eksternal bisa berupa algoritma TikTok yang berubah-ubah, munculnya komentar negatif atau hujatan dari pengguna lain, serta adanya budaya pengguna media sosial yang lebih tertarik pada hiburan dibandingkan pesan dakwah.

Kondisi seperti ini sering membuat para pendakwah harus berpikir keras bagaimana caranya agar pesan yang mereka sampaikan tetap bisa diterima dengan baik oleh masyarakat tanpa kehilangan esensi dakwah itu sendiri. Tantangan di dunia digital memang berbeda dengan dakwah secara langsung di masjid atau majelis taklim. Di dunia maya, persaingan perhatian sangat ketat. Dalam beberapa detik saja, seseorang bisa berpindah dari satu konten ke konten lainnya. Karena itu, seorang pendakwah digital harus pandai menyesuaikan diri dengan pola komunikasi masyarakat digital agar pesan yang disampaikan tetap efektif.

Melihat fenomena ini, menarik untuk meneliti lebih dalam tentang faktor-faktor yang

menghambat dakwah digital, khususnya pada platform TikTok yang dikelola oleh Risyad Baya'sud. Dengan memahami apa saja hambatan yang muncul, baik dari dalam diri sang dai maupun dari luar, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang tantangan nyata yang dihadapi para pendakwah di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menjadi bahan masukan bagi para pendakwah muda lainnya agar lebih siap dan bijak dalam menghadapi dinamika dunia dakwah di media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada faktor internal dan faktor eksternal yang menghambat dakwah digital pada platform TikTok Risyad Baya'sud. Harapannya, dari penelitian ini akan muncul pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana dakwah digital bisa berkembang secara efektif tanpa terhambat oleh berbagai kendala, serta bagaimana para dai dapat beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa kehilangan nilai dan makna dakwah yang sesungguhnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan dakwah digital pada platform TikTok.

1. Apa saja faktor internal yang menghambat pelaksanaan dakwah pada platform TikTok?
2. Apa saja faktor eksternal yang menghambat pelaksanaan dakwah pada platform TikTok?
3. Bagaimana strategi menghadapi hambatan internal dan eksternal agar dakwah di TikTok lebih formal?

Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial seperti TikTok sebagai ruang baru dakwah Islam. Melalui platform ini, pesan keagamaan dapat disebarkan secara luas dan cepat, khususnya kepada generasi muda. Salah satu kreator dakwah yang aktif di TikTok adalah @risyad_bay, yang dikenal dengan gaya penyampaian santai namun bernilai edukatif.

Namun, efektivitas dakwah digital tidak lepas dari berbagai hambatan internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kemampuan dan kesiapan dai dalam memanfaatkan teknologi, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan karakter platform, audiens, dan lingkungan digital. Faktor Internal dan Eksternal mempengaruhi keberhasilan atau hambatan

dakwah digital. Jika faktor internal dikuatkan dan faktor eksternal dapat diantisipasi, maka dakwah digital akan berjalan efektif, beretika, dan adaptif. Pemahaman mendalam terhadap kedua faktor ini diperlukan untuk menilai sejauh mana keberhasilan dakwah digital yang dilakukan oleh akun @risiyad_bay, serta untuk menemukan strategi perbaikan dan penguatan di masa depan.

Indikator faktor internal dakwah digital	
Aspek	Indikator
Literasi dan keterampilan digital	- Menguasai editing video, algoritma, dan fitur TikTok. - Memahami karakter media digital.
Kualitas materi dakwah	- Pesan dakwah berdasarkan sumber yang sahih. - Relevan dengan isu sosial dan kebutuhan audiens.
Kreativitas dan gaya komunikasi	- Menggunakan bahasa ringan, menarik, dan sesuai dengan generasi muda. - Memadukan nilai agama dengan gaya populer
Konsistensi dan motivasi	- Memiliki niat ikhlas karena Allah. - Rutin membuat konten dan membangun personal branding.
Etika dan Tanggung Jawab Digital	- Tidak menyinggung pihak lain atau menyebar kebencian. - Menyampaikan kebenaran dengan santun dan profesional.

Indikator faktor eksternal dakwah digital	
Aspek	Indikator
Algoritma dan kebijakan platform	- Jangkauan konten dipengaruhi sistem FYP TikTok. - Kebijakan moderasi terhadap isu keagamaan.
Karakteristik dan minat audiens	- Preferensi pengguna yang mencari hiburan cepat. - Perbedaan demografi dan selera konten.
Persaingan Konten Non-Dakwah	- Dominasi konten hiburan dan tren viral yang menggeser perhatian dari konten religius.. - Kesulitan menembus arus konten populer.
Respon Sosial dan Netizen	- Ujaran kebencian, komentar negatif, atau misinformasi.

Dinamika Sosial dan Politisasi Agama	- Sensitivitas isu agama atau salah tafsir di media sosial. terhadap konten dakwah yang dapat memicu konflik..
--------------------------------------	--

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggali secara mendalam beragam faktor yang menghambat dakwah melalui media digital, baik dari aspek internal maupun eksternal. Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi nyata tanpa mengubah apa yang sedang dikaji.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yaitu dengan meneliti berbagai referensi seperti jurnal akademik, buku, artikel, dan sumber digital lain yang relevan. Sumber yang diteliti dalam studi ini berfokus pada akun-akun dai di platform TikTok seperti akun @risyad_bay, @nasehat_uda, @barengshifrun dan akun dai lainnya yang secara aktif menyebarkan pesan-pesan dakwah digital. melalui akun tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana pesan dakwah disampaikan, diterima, serta menghadapi berbagai hambatan dalam konteks media sosial. Setiap sumber dipilih secara hati-hati berdasarkan kesesuaian dengan topik dan keabsahannya. Data yang telah dikumpulkan lalu dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berkaitan dengan faktor-faktor penghalang dalam dakwah digital.

Topik ini masih kurang dieksplorasi secara mendalam, sehingga penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan yang lebih luas mengenai tantangan dakwah di zaman digital.

Landasan Teori

1. Teori hambatan internal dan eksternal dalam berdakwah

Teori hambatan internal dan eksternal dalam dakwah berasal dari pemikiran bahwa proses dakwah tidak berlangsung dalam kondisi yang hampa, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari diri pendakwah sendiri. Dakwah merupakan sebuah kegiatan sosial dan komunikasi yang melibatkan interaksi antara pendakwah, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, serta mad'u atau target dakwah. Oleh karena itu, kesuksesan dalam dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan pendakwah untuk menghadapi berbagai hambatan yang muncul, baik yang berasal dari aspek dalam diri maupun dari luar.

- Hambatan Internal dalam dakwah

- a) Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman Agama
 - b) Kurangnya kemampuan komunikasi dan retorika
 - c) Kelemahan motivasi
 - d) Faktor psikologi dan kepribadian
- Hambatan Eksternal dalam dakwah
 - a) Perbedaan latar belakang masyarakat
 - b) Kurangnya dukungan sosial dan lingkungan
 - c) Perkembangan teknologi dan arus informasi
 - d) Kritik dan penolakan dari masyarakat atau audiens

2. Teori hambatan internal dan eksternal dalam media digital

Teori hambatan internal dan eksternal dalam media digital berawal dari pemahaman bahwa suksesnya komunikasi dan distribusi pesan di ruang digital sangat dipengaruhi oleh aspek utama: faktor dari dalam diri pelaku komunikasi (internal) dan faktor dari lingkungan luar atau sistem digital itu sendiri (eksternal). Dalam konteks dakwah digital, kedua faktor ini menentukan sejauh mana pesan keagamaan dapat diterima, dipahami, dan berdampak pada audiens.

- Hambatan internal dalam media digital
 - 1) Keterbatasan literasi digital
 - 2) Kurangnya kreativitas dan inovasi konten
 - 3) Keterbatasan waktu
 - 4) Motivasi dan sikap profesionalitas yang rendah
- Hambatan eksternal dalam media digital
 - 1) Algoritma dan kebijakan platform digital
 - 2) Arus informasi yang terlalu cepat dan kompetitif
 - 3) Gangguan berupa komentar negatif dan cyberbullying
 - 4) Keterbatasan jaringan dan akses teknologi di masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian dakwah secara etimologis, menurut para ahli bahwa kata dakwah berakar pada kata da'a yad'u da'watan yang artinya adalah mengajak atau menyerukan. Secara terminologis, pengertian dakwah ialah mengajak ataupun menyeru pada manusia agar menempuh kehidupan di jalan Allah SWT. Sesuai dengan firman-Nya dalam QS. An-Nahl ayat

125, berikut artinya : “*serulah oleh kalian semua (umat manusia) pada jalan Tuhanmu dengan hikmah, nasihat-nasihat baik serta dengan cara yang baik*”.

Dalam konteks kehidupan modern, dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui beragam platform komunikasi digital. Penyebaran ajaran islam memerlukan pendekatan komunikasi yang efisiensi agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini mencakup pemahaman terhadap audiens, pemilihan media yang tepat, serta penyampaian pesan yang menarik dan relevan. Dengan strategi komunikasi yang tepat, dakwah dapat lebih mudah menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital.

Saat ini, salah satu cara orang menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang sangat berpengaruh adalah melalui aplikasi TikTok.¹ Konten dakwah yang dibagikan di TikTok sangat penting untuk mengajarkan dan memberikan motivasi keagamaan dengan cara yang cepat dan mudah dipahami. Banyak orang merasa lebih mudah mempelajari agama dengan menonton video pendek, ceramah, dan percakapan daring. Namun, dalam pelaksanaannya dakwah digital di TikTok juga memiliki beberapa tantangan dan hambatan. Hambatan-hambatan ini berasal dari faktor internal, seperti pengetahuan dan kesiapan orang yang membagikannya, dan faktor eksternal, seperti algoritma sosial, orang-orang yang menonton, dan lingkungan digital yang kompetitif.

Penulis memfokuskan penelitiannya kepada akun TikTok @risyad_bay yang merupakan salah satu akun dakwah digital yang cukup aktif dan populer dikalangan pengguna media sosial, khususnya generasi muda. Akun ini dikenal dengan gaya penyampaian dakwah yang santai, lugas, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Nama asli dari pemilik akun tersebut adalah Risyad Baya'sud. Ia mulai berkiprah dibidang dakwah semenjak tahun 2021. Melalui konten berdurasi singkat, Risyad Baya'sud menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan pendekatan yang komunikatif dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens. Saat ini pengikutnya di TikTok sudah mencapai 1,1 Juta pengikut, dengan jumlah yang menyukai kontennya sebanyak 79,7 Juta. Ia konsisten membagikan video dakwah di TikTok dengan durasi maksimal 3 menit. Penyampaiannya yang tegas dan jelas membuat banyak masyarakat yang mengikuti akun TikToknya. Setiap unggahannya sering kali mendapat beragam tanggapan, baik berupa dukungan maupun kritik. Namun, hal-hal tersebut

¹ Basri, “Dakwah Era Digital: Ajakan Al-Quran untuk Antisipasi Pengaruh Negatif Media Sosial TikTok”, Sadida 5/1 (2023).

tidak mengurangi nilai dakwah yang ingin ia sampaikan, justru memperlihatkan dinamika nyata dalam berdakwah di ruang digital.

Secara keseluruhan, akun TikTok Risyad Baya'sud memperlihatkan bagaimana dakwah bisa hadir dengan cara yang sederhana dan dekat dengan kehidupan anak muda masa kini tanpa kehilangan esensi pesan keagamaan yang ingin disampaikan.

Oleh karena itu, pembahasan ini akan mengkaji secara lanjut mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang menghambat dakwah digital pada platform TikTok, untuk memahami masalah yang dihadapi dan menemukan cara yang baik untuk meningkatkan efektivitas dakwah era digital.²

1) Faktor internal yang menghambat pelaksanaan dakwah digital pada platform TikTok

Faktor internal berkaitan dengan unsur-unsur yang berasal dari dalam diri pelaku dakwah itu sendiri. Aspek ini berkaitan dengan keterampilan, semangat, rencana, dan sumber yang dimiliki oleh para pendakwah untuk memanfaatkan platform digital, khususnya TikTok. Berikut beberapa faktor internal yang mempengaruhi dakwah digital pada platform TikTok.

a) Kemampuan Literasi Digital dan Teknologi

Keberhasilan dakwah melalui platform digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan seorang dai dalam menguasai teknologi serta memahami ciri khas dari platform TikTok. Kurangnya keterampilan dalam editing video, pemahaman algoritma, atau cara menarik perhatian audiens sering kali membuat pesan dakwah tidak tersampaikan secara efektif. Menurut Rochmah (2022) dalam jurnal QAULAN, tingkat literasi digil dai yang rendah merupakan salah satu kendala terbesar dalam penyebaran dakwah islam di media sosial.



² Ibad, "Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang", Al-Qudwah 1/2 (2022).

Gambar 1: Cuplikan konten TikTok @risyad_bay yang menunjukkan tampilan video dengan penyampaian sederhana tanpa banyak elemen editing visual.

Dari cuplikan tersebut Risyad Baya'sud lebih menekankan pada penyampaian verbal dibanding aspek visual. Penyampaian materi yang bertele-tele tidak pada intinya cenderung membuat audiens merasa bosan.

b) Kualitas Materi Dakwah

Konten yang disampaikan dalam dakwah tanpa referensi yang jelas atau yang terlalu dangkal dapat menimbulkan kebingungan di kalangan pendengar. Materi dakwah yang berkualitas, relevan, dan berlandaskan bukti menjadi faktor penting agar pesan dapat diterima dengan efektif. Aldi (2024) dalam studi yang dilakukannya menyatakan bahwa seorang dai harus memastikan bahwa isi yang disampaikan informatif dan sejalan dengan prinsip-prinsip Islam agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam hal keagamaan.



Gambar 2: Cuplikan dari akun lain yaitu @daionlineofficial yang menunjukkan isi dakwah seorang dai muda dengan pesan singkat tanpa menyertakan sumber rujukan yang jelas.

Dalam cuplikan ini akun @daionlineofficial memberikan tanggapan mengenai seorang dai muda yang mengatakan bahwa makna rokok adalah Allah sempurna jelas sekali pernyataan ini tidak memiliki sumber yang jelas.

c) Gaya Komunikasi dan Penyesuaian terhadap Audiens

Penggunaan TikTok umumnya berasal dari kalangan muda, Khususnya Generasi Z. Karenanya, penggunaan bahasa yang sederhana, cerita yang memikat, dan gaya komunikasi yang santai akan lebih mudah diterima dibandingkan penyampaian yang terlalu formal. Ketidakmampuan untuk menyesuaikan cara

berkomunikasi dapat menghalangi usaha untuk mencapai audiens yang lebih luas.³



Gambar 3: Dalam cuplikan ini, terlihat @risyad_bay yang sedang menyampaikan nasihat dengan gaya bicara yang tenang dan perlahan.

Pada **Gambar 3:** Risyad Baya'sud beberapa penonton di kolom komentar memberikan kritik terkait cara bicaranya yang dianggap terlalu lambat. Salah satu komentar menuliskan, “ngomongnya lambat banget ga seh?”, menunjukkan bahwa sebagian audiens merasa ritme penyampaiannya kurang cepat. Kritik seperti ini menggambarkan bahwa dalam dakwah digital, gaya komunikasi dai bisa menjadi perhatian utama audiens. Meskipun niatnya agar pesan lebih mudah dipahami, sebagian penonton mungkin menilai tempo bicara yang lambat sebagai hal yang kurang menarik.

d) Motivasi dan Konsisten dalam membuat konten

Faktor motivasi internal, seperti keinginan untuk berdakwah karena Allah SWT dan hasrat untuk menyebarkan ilmu, memainkan peran penting dalam keberlangsungan aktivitas dakwah. Namun, sejumlah pendakwah sering kali tidak rutin dalam memproduksi konten akibat terbatasnya waktu atau kurangnya dukungan dari tim, yang mengakibatkan penurunan interaksi dan pengaruh dakwah.⁴

e) Etika dan Tanggung Jawab Digital

³ Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 55–68

⁴ Rochmah, N. H. (2022). Effectiveness of Using the TikTok Application as a Digital Da'wah Media for Generation Z. *QAULAN: Journal of Islamic Communication Studies*, 3(2), 45–56.

Dakwah digital memerlukan etika dalam berkomunikasi dan menyampaikan pesan. Ketika seorang dai tidak berhati-hati dalam memilih topik, hal ini dapat memicu perdebatan. Oleh karena itu, tanggung jawab dalam menyaring informasi dan mempertahankan kesopanan dalam konteks digital menjadi hal yang sangat penting.



Gambar 4: Dalam cuplikan ini @risyad_bay menyampaikan materi yang memicu perdebatan.

Dalam cuplikan kedua video @risyad_bay tersebut terlihat adanya perdebatan dan perbedaan pendapat, pada gambar 5 salah satu penonton berkomentar bahwa Risyad Baya'sud tidak paham mengenai feodalisme dan gambar 6 penonton juga berkomentar mengenai kurang setuju dengan pendapat risyad yang menyalahkan pendidikan indonesia dengan mengatakan "Ada apa dengan pendidikan anak saat ini" konteks videonya ada seorang anak yang memukul ibu nya hanya karna tidak di kasih motor. Dari sini etikan dan tanggung jawab digital harus digunakan agar mad'u tidak mengalami kesalah pahaman dan kerancuan dalam menelan pesan dakwah.

Dengan demikian, faktor internal sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah digital di TikTok. Hambatan seperti kurangnya literasi digital, rendahnya kreativitas, dan ketidakmampuan menyesuaikan diri dengan karakter audiens menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi, etika, dan konsistensi pendakwah diperlukan agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif dan menarik di era digital.

2) Faktor Eksternal yang menghambat pelaksanaan dakwah digital pada platform TikTok

Faktor ekssternal merupakan elemen yang berasal dari luar diri pendakwah, seperti

peraturan platform, sifat audiens, serta situasi sosial yang terdapat di media sosial.

a. Algoritma dan kebijakan platform TikTok

Algoritma yang ada pada TikTok menentukan sejauh mana video akan terlihat di halaman *For You Page* (FYP). Apabila konten dakwah tidak sesuai dengan standar algoritma seperti durasi, interaksi, atau relevansi dengan tren maka jangkauannya akan sangat terbatas. Selain itu, kebijakan moderasi yang ketat di TikTok terhadap konten keagamaan tertentu juga sering kali menghalangi penyebaran pesan dakwah.⁵



Gambar 5: kebijakan platform tiktok yang menghambat pesan dakwah



Gambar 6: perbandingan jumlah penayangan antara konten velocity dengan konten dakwah yang mempengaruhi algoritma tiktok.

Algoritma TikTok bekerja dengan prinsip kecepatan interaksi semakin cepat suatu video memperoleh likes, komentar, dan penayangan, maka semakin besar peluangnya untuk masuk ke halaman “*For You Page*”. Kondisi ini membuat konten dakwah sering kali kalah bersaing dengan konten velocity yang lebih ringan dan cepat menarik perhatian pengguna.

b. Karakteristik dan Minat Audiens

Pengguna TikTok umumnya menginginkan hiburan yang cepat dan tidak rumit.

⁵ Khusairi, A., C Hidayat, M. (2025). TikTok Algorithms and the Escalation of Interfaith Conflict in Indonesia. *Analisa Journal of Social Science and Religion*, 30(2), 100–115.

Hal ini menjadi tantangan bagi pendakwah untuk menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang menarik tanpa menghilangkan substansinya. Jika konten dakwah dianggap kurang menarik atau terlalu berat, maka pengguna lebih cenderung melewatinya.⁶



Gambar 7: Konten Risyad Baya'sud tidak hanya berisikan tentang dakwah yang monoton tetapi diselengi dengan candaan

Setiap konten yang dibuat oleh @risyad_bay selalu dibarengi dengan candaan salah satunya seperti “laki-laki menggunakan cincin yang benar seperti apa” lalu endingnya ia seperti mengajak nikah para audiensnya, meskipun itu hanya candaan tetapi banyak penonton yang menyukai kontennya dan mengundang banyak komentar positif. Dari sinilah para dai harus mengetahui minat audiens meskipun konten candaan tapi tetap ada pesan dakwah yang disampaikan.

c. Persaingan dengan Konten Non-dakwah

Di tengah banyaknya konten hiburan, musik, dan tren viral, konten dakwah sering kali tidak sepopuler yang lainnya. Dominasi dari konten hiburan ini mendorong dakwah digital untuk berinovasi dalam cara penyampaian agar dapat bersaing dengan ribuan video yang diupload setiap hari.⁷

d. Respon Negatif dan Netizen Toxic

Seringkali, para dai harus menghadapi komentar yang negatif, perdebatan, bahkan ujaran kebencian dari pengguna lainnya. Keadaan ini dapat menurunkan motivasi dalam berdakwah dan menimbulkan beban psikologis bagi para

⁶ Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 55–68.

⁷ Aldi, M. (2024). Utilization of TikTok Application as Da'wah Media and Innovation in Conveying Islamic Values in the Digital Age. *Jurnal Komunikasi Islam Digital*, 5(1), 12–22.

pembuat konten dakwah. Faktor sosial ini menjadi penghalang eksternal yang cukup signifikan.⁸



Gambar 8: pada cuplikan ini @risyard_bay mendapatkan komentar negatif

e. Dinamika Sosial dan Politisasi Agama di Media Sosial

TikTok sebagai sebuah platform publik seringkali menjadi arena bagi pertikaian yang berkaitan dengan isu-isu agama dan politik. Jika konten dakwah disalahpahami atau terhubung dengan isu politik tertentu, hal ini dapat menimbulkan penolakan dan menggagalkan misi dakwah yang sebenarnya bertujuan edukatif⁹



Gambar 9: Audiens menghubungkan konten dakwah yang membahas politik sebagai sebuah konten politik yang dibalut agama

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah digital di TikTok sangat bergantung pada keseimbangan antara kemampuan internal pendakwah

⁸ Rochmah, N. H. (2022). Effectiveness of Using the TikTok Application as a Digital Da'wah Media for Generation Z. *QAULAN: Journal of Islamic Communication Studies*, 3(2), 45–56.

⁹ Khusairi, A., C Hidayat, M. (2025). TikTok Algorithms and the Escalation of Interfaith Conflict in Indonesia. *Analisa Journal of Social Science and Religion*, 30(2), 100–115.

(seperti kompetensi, kreativitas, dan etika) serta faktor eksternal (seperti dukungan platform, karakter audiens, dan lingkungan sosial). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang adaptif dan kreatif agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif di tengah dinamika dunia digital yang terus berubah.

3) Strategi menghadapi hambatan internal dan eksternal agar dakwah digital di tiktok lebih formal

Di era digital saat ini, berbagai cara digunakan oleh para Dai atau orang-orang yang ingin menyebarkan agama Islam dengan memanfaatkan teknologi dan media digital, contohnya media Tiktok. Para dai dapat memanfaatkan Tiktok untuk menyampaikan pesan Islam yang damai, inklusif, dan relevan. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan panduan literasi digital bagi dai serta memperkaya diskusi tentang dakwah berbasis teknologi dalam konteks media sosial modern.¹⁰

Adapun hambatan-hambatan dalam menyebarkan dakwah baik internal maupun eksternal. Berikut strategi untuk menghadapi hambatan-hambatan di platform Tiktok:

1. Mengatasi hambatan internal

- Membuat strategi membangun personal branding sebagai seorang dai untuk mendapatkan kepercayaan serta dapat dikenal dan diakui oleh masyarakat, sehingga dapat menarik masyarakat untuk mendengarkan dakwah.
- Meningkatkan Keterampilan Berbicara di Depan Kamera untuk Berdakwah di Media Digital termasuk cara menyusun naskah, memilih bahasa tubuh yang tepat, dan mengelola rasa gugup di depan kamera.¹¹
- Strategi menyampaikan pesan dapat secara singkat namun tetap memiliki bobot makna yang mendalam. Memerlukan kreativitas tinggi, karena pesan yang disajikan harus mampu mencakup esensi ajaran agama tanpa mengorbankan kedalaman pesan.¹²
- cara penyampaian dakwah harus dengan bahasa santun dan

¹⁰ Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa* Vol. 2, No. 2. Hal 145

¹¹ Abimanyu, H. et al. (2023). Strategi Dakwah di Era Digital. *Informatics UII*.

¹² Andayani, R. D. et al. (2025). Strategi Komunikasi Dai Muda di TikTok. *NAAFI*, 2(3), 455.

formal, seorang Dai dapat menyesuaikan bahasa dengan audiens dan seorang dai harus mempersiapkan materi yang akan di sampaikan kepada audiens melihat dari latar belakang audiens, Dengan beraneka ragam latar belakang kehidupan, akan lebih memacu seorang dai untuk memiliki keterampilan menyusun materi.¹³

2. Mengatasi Hambatan Eksternal

- Memperkuat kebenaran dalam informasi. Salah satu tantangan utama dalam dakwah di era digital adalah keberagaman informasi yang tersebar luas di internet. Informasi yang tidak terverifikasi dengan benar dapat memutar pemahaman agama dan memecah belah umat. Oleh karena itu, penting bagi kita sebagai umat Islam untuk menjadi pembaca yang kritis dan bijaksana. Sebelum menyebarkan informasi, kita perlu memastikan kebenaran dan kesahihan dari sumbernya.¹⁴
- Para dai diharapkan tidak hanya pandai dalam memproduksi konten, tetapi juga memahami etika digital, validitas sumber informasi, serta mampu menyaring isu- isu keagamaan yang beredar secara kritis. Hal ini penting agar dakwah yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendalam dan bertanggung jawab secara ilmiah dan spiritual. Penguatan literasi digital juga mencakup kemampuan mengedukasi audiens agar lebih selektif dalam mengakses dan membagikan informasi keagamaan.¹⁵
- Para Dai dapat memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada platform Tiktok secara optimal untuk menarik perhatian audiens. Hal ini mendukung temuan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan penyebaran dakwah digital dan memperluas jangkauan pesan keagamaan secara signifikan.¹⁶

¹³ Agus, J. & Kusnadi, E. (2020). Metode Dakwah Remaja di Mendara Ilir. *Mauizoh*, 4(1), 121.

¹⁴ Hidayat, H. N. et al. (2024). Dakwah di Era Digital. *Informatics UII*.

¹⁵ Andayani, R. D. et al. (2025). Strategi Komunikasi Dai Muda di TikTok. *NAAFI*, 2(3), 457.

¹⁶ Randani, Y. N. F. et al. (2021). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah Milenial. *At-Thullab*.

- Para dai penting untuk melakukan analisis pemahaman audiens yang mencakup analisis demografis, seperti usia, minat, dan lokasi, guna menyesuaikan konten dakwah agar lebih relevan dan menarik bagi mereka. Konten dakwah di TikTok harus dirancang agar singkat, padat, dan mudah dipahami untuk menarik perhatian pengguna, dengan menggunakan kreativitas dalam penyampaian seperti musik, efek visual, dan tantangan yang relevan.¹⁷

KESIMPULAN

Dakwah digital di platform TikTok menghadapi tantangan yang berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan literasi digital, kualitas materi dakwah, gaya komunikasi yang sesuai dengan audiens, motivasi, konsistensi, serta etika dan tanggung jawab dalam berdakwah secara digital. Adapun faktor eksternal meliputi algoritma dan kebijakan platform TikTok, karakteristik serta minat audiens, persaingan dengan konten non-dakwah, respon negatif dari pengguna, serta dinamika sosial dan politisasi agama di media sosial.

Untuk mengatasi tantangan tersebut diperlukan strategi adaptif dan kreatif, seperti membangun personal branding, meningkatkan keterampilan berbicara dan penyusunan materi, serta menyampaikan pesan dengan bahasa santun dan formal sesuai karakter audiens. Penguatan literasi digital dan penegakan validitas informasi juga sangat penting agar dakwah tidak hanya menarik tetapi bertanggung jawab. Selain itu, pemanfaatan fitur TikTok secara optimal dan analisis audiens yang komprehensif akan membantu perluasan jangkauan dakwah. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah digital di TikTok dapat menjadi media efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, H., Hilhamd Fatiha, W. H., & Supardi, H. A. (2023). *Strategi dakwah di era digital. Informatics*. UII.ac.id
- Agus, J., & Kusnadi, E. (2020). *Metode dakwah dalam mengatasi perilaku menyimpang remaja di Mendara Ilir*. *Jurnal Mauizoh*, 4(1), 121–130.
- Aldi, M. (2024). *Utilization of TikTok Application as Da'wah Media and Innovation in Conveying Islamic Values in the Digital Age*. *Jurnal Komunikasi Islam Digital*, 5(1).

¹⁷ Nashoihul Ibad, M. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di TikTok. *Pelita*, 2(2), 152.

- Andayani, R. D., Rahma, K., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). *Strategi komunikasi da'i muda dalam menyebarkan pesan dakwah di TikTok*. NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2(3), 455–457.
- Halizah, L. (2023) *Dakwah Digital: Pengaruh dan Potensi TikTok dalam Menyebarkan Ajaran Islam*. Journal of Society and Development, 3(1)
- Hidayat, H. N., Wicaksana, M. R. C., Irdana, M. Z., & Djohar, F. (2024). *Dakwah di era digital: Tantangan dan peluang di dunia maya*. Informatics. UII.ac.id
- Ibad, M. N. (2025). *Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang*. Pelita: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 6(1).
- Khusairi, A., & Hidayat, M. (2025). *TikTok Algorithms and the Escalation of Interfaith Conflict in Indonesia*. Analisa Journal of Social Science and Religion, 30(2).
- Maulidna, F., Uli, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). *Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi*. Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam, 3(2).
- Randani, Y. N. F., et al. (2021). *Strategi pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah untuk kaum milenial*. At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam.
- Rochmah, N. H. (2022). *Effectiveness of Using the TikTok Application as a Digital Da'wah Media for Generation Z*. QAULAN: Journal of Islamic Communication Studies, 3(2).