



Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sistem Informasi Dakwah dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z pada Akun TikTok Kadam Sidik

Hilda Rahmadani Harahap^{1*}, Afridal Hazaqi Tambunan², Daratul Laila³

¹Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

²⁻³Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: hilda1100000162@uinsu.ac.id, afridalhazaqi221098@gmail.com², daratullaila543@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: hilda1100000162@uinsu.ac.id

Abstract. *The digital era has transformed Islamic da'wah from conventional methods into more interactive and accessible forms through social media platforms such as TikTok. This research aims to analyze the utilization of social media as a da'wah information system in increasing Generation Z participation on Kadam Sidik's TikTok account (@basyasman). Using a qualitative descriptive method, data were collected through systematic observation, documentation, and analysis of audience interactions within the platform. The findings reveal that Kadam Sidik successfully attracts and maintains audience engagement by prioritizing logical, contextual, and substantial Islamic studies that are closely related to contemporary youth issues without relying on viral music trends or sensational content. Furthermore, the communication strategy employed, characterized by a casual, persuasive, and interactive approach through comment sections and live streaming features, effectively encourages active participation in the form of likes, comments, shares, and discussions. The study highlights that adaptive content presentation, credibility of the da'i, and audience-oriented communication are essential factors in ensuring the sustainability of digital da'wah. It concludes that an integrated information system on TikTok can transform the platform into a credible and effective medium for religious education among the digital generation.*

Keywords: *Da'wah Information System; Digital Da'wah; Generation Z; Kadam Sidik; TikTok.*

Abstrak. *Era digital telah mengubah dakwah Islam dari metode konvensional menjadi bentuk yang lebih interaktif dan mudah diakses melalui platform media sosial seperti TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sistem informasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z pada akun TikTok Kadam Sidik (@basyasman). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi sistematis, dokumentasi, dan analisis interaksi audiens di dalam platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kadam Sidik berhasil menarik dan mempertahankan keterlibatan audiens dengan mengutamakan kajian Islam yang logis, kontekstual, dan substantif yang berkaitan erat dengan isu-isu pemuda masa kini tanpa bergantung pada tren musik viral atau konten sensasional. Selain itu, strategi komunikasi yang diterapkan, yang ditandai dengan pendekatan santai, persuasif, dan interaktif melalui kolom komentar serta fitur siaran langsung (live streaming), secara efektif mendorong partisipasi aktif dalam bentuk suka (likes), komentar, bagikan (shares), dan diskusi. Penelitian ini menegaskan bahwa penyajian konten yang adaptif, kredibilitas dai, serta komunikasi yang berorientasi pada audiens merupakan faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dakwah digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem informasi yang terintegrasi di TikTok mampu mengubah platform tersebut menjadi media pendidikan keagamaan yang kredibel dan efektif bagi generasi digital.*

Kata Kunci: *Dakwah Digital; Generasi Z; Kadam Sidik; Sistem Informasi Dakwah; TikTok.*

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam aktivitas dakwah Islam. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini mulai berkembang melalui media digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Kehadiran media sosial membuat penyampaian pesan dakwah menjadi lebih mudah, cepat, dan mampu menjangkau masyarakat luas, khususnya Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, media sosial tidak

hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sistem informasi dakwah yang dapat digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. (Ummah, 2020). Ada beberapa platform media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah seperti TikTok. Platform ini memiliki fitur video pendek dan sistem algoritma yang memungkinkan suatu konten tersebar luas melalui fitur For Your Page (FYP). (Jannah et.al., 2025). Kondisi tersebut membuat banyak pendakwah muda mulai menggunakan TikTok sebagai media dakwah yang lebih relevan dengan karakter Generasi Z. Salah satu akun TikTok yang aktif menyebarkan konten dakwah adalah akun Kadam Sidik (@basyasman) milik Husain Basyaiban. Akun tersebut dikenal karena menyampaikan konten dakwah dengan bahasa yang ringan, santai, dan mudah dipahami oleh kalangan anak muda sehingga mampu menarik perhatian banyak pengguna TikTok.

Penelitian mengenai dakwah digital melalui TikTok sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian Janisa Kusumawati dan Achmad Junaedi Sitika (2024) menjelaskan bahwa TikTok memiliki peran penting sebagai media dakwah bagi Generasi Z karena mampu mempermudah akses informasi keagamaan secara digital. Selanjutnya, penelitian Ika dkk. (2025) menunjukkan bahwa akun TikTok Kadam Sidik menggunakan strategi komunikasi dakwah yang kreatif melalui storytelling, humor, dan interaksi aktif dengan audiens. Sementara itu, penelitian Rapit dkk. (2025) menyimpulkan bahwa dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik dinilai efektif dalam menyampaikan informasi keagamaan kepada mahasiswa melalui fitur FYP.

Meskipun demikian, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas strategi komunikasi dan efektivitas dakwah digital. Kajian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sistem informasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sistem informasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z pada akun TikTok Kadam Sidik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Sistem Informasi Dakwah serta menjadi referensi dalam pengembangan dakwah digital di era modern.

2. KAJIAN TEORITIS

Media sosial merupakan platform digital yang digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta membangun interaksi antar pengguna melalui internet. Dalam perkembangan dakwah digital, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga

digunakan sebagai media penyebaran pesan-pesan keislaman kepada masyarakat. TikTok menjadi salah satu platform yang banyak digunakan karena memiliki fitur video pendek, komentar, live streaming, dan sistem algoritma For Your Page (FYP) yang memungkinkan suatu konten tersebar luas dengan cepat. Dalam penelitian ini, pemanfaatan media sosial dikaji melalui penggunaan akun TikTok Kadam Sidik sebagai media penyampaian dakwah kepada Generasi Z. (Qadir & Ramli, 2024). Sistem Informasi Dakwah merupakan proses pengelolaan dan penyampaian informasi dakwah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Sistem informasi dakwah bertujuan untuk mempermudah penyebaran pesan-pesan Islam agar dapat diterima masyarakat secara efektif dan efisien. (Ansori & Jaya, 2025). Dalam penelitian ini, TikTok dipahami sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan informasi keagamaan melalui konten dakwah digital. Akun TikTok Kadam Sidik menjadi sarana penyebaran informasi Islam yang dikemas secara menarik, komunikatif, dan sesuai dengan perkembangan media digital saat ini.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga memiliki kedekatan yang tinggi dengan media sosial. Generasi ini cenderung lebih aktif memperoleh informasi melalui platform digital dibandingkan media konvensional. (Anisti et al., 2024). Dalam penelitian ini, partisipasi Generasi Z dikaji melalui keterlibatan audiens terhadap konten dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik, seperti memberikan komentar, menyukai konten, membagikan video, maupun mengikuti siaran langsung. Tingginya partisipasi audiens menunjukkan bahwa media sosial mampu membangun keterlibatan aktif Generasi Z dalam aktivitas dakwah digital. Akun TikTok Kadam Sidik (@basyasman) milik Husain Basyaiban merupakan salah satu akun dakwah digital yang aktif menyampaikan konten keislaman kepada kalangan anak muda. Akun ini dikenal karena menggunakan gaya penyampaian yang santai, komunikatif, dan mudah dipahami oleh Generasi Z. Selain membahas persoalan agama, akun tersebut juga sering mengangkat isu sosial dan pertanyaan keagamaan yang dekat dengan kehidupan remaja maupun mahasiswa. Pendekatan dakwah yang interaktif membuat akun TikTok Kadam Sidik mampu menarik perhatian audiens dan membangun komunikasi dua arah melalui media sosial.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan mengkaji penggunaan akun TikTok Kadam Sidik sebagai sistem informasi dakwah untuk meningkatkan partisipasi Generasi Z. Melalui observasi konten, dokumentasi, dan analisis interaksi, peneliti menemukan bahwa Kadam Sidik fokus pada materi kajian Islam yang logis

dan relevan dengan problematika anak muda tanpa mengandalkan tren musik viral. Hasilnya menunjukkan bahwa pengemasan kajian yang substansial dan terdokumentasi dengan baik serta interaktif, terbukti efektif memicu keterlibatan aktif Generasi Z, sehingga menjadikan TikTok sebagai sarana edukasi agama yang kredibel bagi generasi digital. (Sugiyono, 2023).

Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Digital

Media sosial ialah platform komunikasi mengandalkan internet yang digunakan untuk menyampaikan dan menerima informasi secara cepat dan luas. Kemajuan media sosial pada era digital sudah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah secara langsung, kini dakwah juga dapat dilakukan melalui media digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Kehadiran media sosial membuat proses penyebaran pesan dakwah menjadi lebih mudah dijangkau oleh masyarakat, khususnya Generasi Z yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. (Yati et al., 2023).

TikTok menjadi salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam aktivitas dakwah karena memiliki fitur video pendek, komentar, live streaming, dan For Your Page (FYP) yang memungkinkan suatu konten tersebar kepada banyak pengguna dalam waktu singkat. Dalam penelitian ini, akun TikTok Kadam Sidik memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan kepada Generasi Z. Konten yang disampaikan dikemas dengan bahasa yang santai dan mudah dipahami sehingga lebih sesuai dengan karakteristik anak muda. Pemanfaatan media sosial dalam dakwah menunjukkan bahwa perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap metode komunikasi dakwah di era modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana edukasi dan penyebaran nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Dengan demikian, media sosial memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan dakwah digital di tengah masyarakat modern. (Aslamiyah, 2024).

Sistem Informasi Dakwah pada Media Sosial

Sistem Informasi Dakwah merupakan proses penyampaian dan pengelolaan informasi keagamaan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi supaya pesan dakwah dapat diterima secara efektif oleh masyarakat. Pada penelitian ini, TikTok dipahami sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan informasi keislaman kepada audiens melalui konten dakwah digital. Sistem informasi dakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga mencakup proses interaksi antara pembuat konten dan audiens melalui media sosial. (Naufaldhi, 2024). Dari penelitian menunjukkan bahwa akun TikTok Kadam Sidik memanfaatkan fitur-fitur pada TikTok untuk mendukung penyebaran informasi dakwah. Fitur

komentar dan live streaming memungkinkan audiens untuk berinteraksi secara langsung dengan pembuat konten sehingga komunikasi yang terjadi tidak hanya bersifat satu arah. Selain itu, fitur For Your Page (FYP) membantu penyebaran konten dakwah kepada pengguna lain sehingga informasi keagamaan dapat menjangkau pemirsa yang lebih luas. (Rakatiwi et al., 2023).



Gambar 1.1 FYP Konten Dakwah Kadam Sidik.

Pemanfaatan TikTok sebagai sistem informasi dakwah menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan dalam menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif. Hal tersebut membuat dakwah digital menjadi lebih efektif karena pesan keagamaan dapat diterima oleh masyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang relevan dengan perkembangan teknologi informasi saat ini. (Aslamiyah 2024).

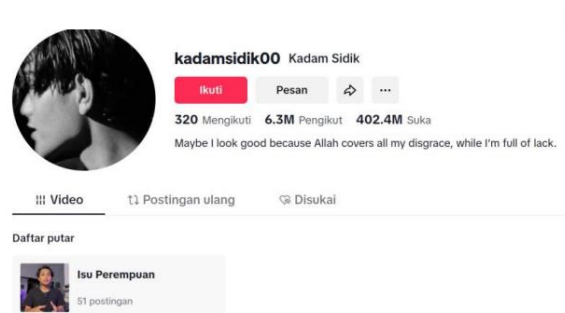
Partisipasi Generasi Z terhadap Konten Dakwah

Generasi Z ialah kelompok yang datang dan tumbuh pada era perkembangan teknologi digital sehingga memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial. Generasi ini lebih tertarik pada informasi yang disampaikan secara visual, singkat, dan interaktif daripada metode komunikasi konvensional. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi keagamaan kepada Generasi Z. (Anwar et al., 2025). Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi Generasi Z terhadap konten dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik tergolong cukup tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya komentar, jumlah suka, pembagian ulang video, serta keterlibatan audiens dalam siaran langsung (live streaming). Tingginya interaksi tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga ikut terlibat dalam aktivitas dakwah digital melalui media sosial. Selain itu, gaya penyampaian dakwah yang santai dan komunikatif

membuat Generasi Z lebih tertarik untuk mengikuti konten yang disampaikan. Materi dakwah yang dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari membuat audiens merasa lebih dekat dengan isi pesan yang dibahas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z mampu meningkatkan partisipasi audiens dalam aktivitas dakwah digital. (Siregar, 2025).

Akun TikTok Kadam Sidik sebagai Media Dakwah

Akun TikTok Kadam Sidik (@basyasman) milik Husain Basyaiban merupakan salah satu akun dakwah digital yang aktif menyampaikan konten keislaman kepada kalangan anak muda. Akun ini dikenal karena menggunakan gaya komunikasi yang santai, ringan, dan mudah dipahami sehingga mampu menarik perhatian Generasi Z. Konten dakwah yang disampaikan tidak hanya membahas persoalan agama, tetapi juga mengangkat isu sosial dan pertanyaan yang dekat dengan kehidupan remaja dan mahasiswa.



Gambar 1.2 *Profil Kadam Sidik.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan akun TikTok Kadam Sidik mampu membangun interaksi yang aktif dengan audiens. Penggunaan bahasa yang sederhana membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh pengguna media sosial. Selain itu, penyampaian konten yang mengikuti tren media sosial membuat audiens lebih tertarik untuk menonton dan berinteraksi dengan konten yang diunggah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Janisa Kusumawati dan Achmad Junaedi Sitika (2024) yang menyatakan bahwa TikTok memiliki peran penting sebagai media dakwah bagi Generasi Z karena mampu mempermudah akses informasi keagamaan secara digital. Penelitian ini juga mendukung penelitian Ika dkk. (2025) yang menjelaskan bahwa akun TikTok Kadam Sidik menggunakan strategi komunikasi yang kreatif dan interaktif dalam menyampaikan dakwah kepada audiens muda. Dengan demikian, akun TikTok Kadam Sidik dapat dikatakan berhasil memanfaatkan media sosial sebagai sistem informasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemanfaatan akun TikTok Kadam Sidik sebagai sistem informasi dakwah berhasil karena mengedepankan substansi kajian yang logis dan relevan bagi Generasi Z. Alih-alih mengandalkan tren musik viral, Kadam Sidik fokus pada materi keagamaan yang menjawab problematika anak muda dengan bahasa yang mudah dipahami. Melalui pengelolaan konten yang terstruktur dan pemanfaatan fitur video pendek, TikTok terbukti efektif berubah fungsi dari sekadar media hiburan menjadi sarana edukasi Islam yang kredibel di era digital.

Partisipasi aktif Generasi Z yang tinggi menunjukkan bahwa gaya dakwah interaktif dan santai sangat sesuai dengan karakter mereka. Keterlibatan audiens melalui fitur komentar, suka, dan siaran langsung menciptakan komunikasi dua arah yang memperkuat penyebaran nilai-nilai agama secara luas. Hal ini membuktikan bahwa keberhasilan dakwah digital di masa depan sangat bergantung pada kemampuan pendakwah dalam mengemas konten yang substansial namun tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi dan selera audiens muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Fadli, M. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah digital di kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 115–128.
- Ansori, I., & Jaya, C. K. (2025). Komunikasi dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860>
- Anwar, S., Hidayat, T., & Marzuq, M. (2025). Peran TikTok dalam perkembangan dakwah Islam di kalangan Generasi Z: The role of TikTok in the development of Islamic preaching among Generation Z. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 217–234. <https://doi.org/10.54396/qlb.v6i1.1520>
- Hidayatullah, M., & Rahman, A. (2023). Transformasi dakwah Islam di era digital: Peluang dan tantangan media sosial. *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(1), 29–45. <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.29-45>
- Ika, I., Az-Zahra, J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Menyebarkan nilai Islam di kalangan Gen-Z (Studi kasus strategi komunikasi dakwah digital pada akun TikTok Kadam Sidik). *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3), 421–433.
- Kusumawati, J., & Sitika, A. J. (2024). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah Islam bagi generasi “Z”. *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman*, 11(3), 271–283. <https://doi.org/10.31102/alulum.11.3.2024.271-283>
- Naufaldhi, M. R. (2024). *Strategi kreatif komunikasi dakwah di media sosial untuk Generasi Z: Studi kasus Realmasjid 2.0* (Disertasi doctoral, Universitas Islam Indonesia).
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (Definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.

- Rakatiwi, Y., Halwati, U., & Nawawi, N. (2023). FYP dakwah digital creator milenial melalui TikTok di era 5.0. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1583–1592. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2116>
- Rapit, R., Almuammar, F., Musi, S., Al Irsyad, Z., & Andraeni, S. (2025). Efektivitas dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik dalam pandangan mahasiswa. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.47435/retorika.v7i2.4219>
- Siregar, R. (2025). Strategi dakwah dan edukasi di media sosial untuk Generasi Z: Analisis konten dakwah kreatif di TikTok. *Al Huda: Journal of Islamic Education and Society*, 1(1), 85–108.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah digital dan generasi milenial (Menelisik strategi dakwah komunitas arus informasi santri nusantara). *Tasâmuh: Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 18(1), 54–78. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>
- Yati, P., Putri, M., Putri, S. Y., Junia, J., Susanti, R., & Natalia, A. C. (2023, December). Dakwah Islam melalui media sosial sebagai sarana pendidikan. Dalam *Proceeding Conference on Da'wah and Communication Studies* (Vol. 2, hlm. 50–56). <https://doi.org/10.61994/cdcs.v2i1.85>