KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK *@MASJID SEJUTA PEMUDA* DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

DHELLA MARIANA
NIM. 30422040

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2026

KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK *@MASJID SEJUTA PEMUDA* DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

DHELLA MARIANA
NIM. 30422040

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	DHELLA MARIANA
NIM	:	30422040
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	:	Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi	:	**KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK *@MASJID SEJUTA PEMUDA* DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis tulis sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima konsekuensi atau sanksi akademis dan dicabut gelarnya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan

Yang Menyatakan,



DHELLA MARIANA

NIM. 30422040

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (Dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dhella Mariana

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudari:

Nama : Dhella Mariana

NIM : 30422040

Judul : **KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK @MASJID SEJUTA PEMUDA DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 Oktober 2026
Pembimbing,

Mukoyimah M.Sos
NIP. 19920620219032016

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudari:

Nama : **Dhella Mariana**

NIM : **30422040**

Judul Skripsi : **KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK *@MASJID SEJUTA PEMUDA* DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 20 Oktober 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I	**Penguji II**
Dr. Lutfi Maulana, S. Ud., M. Ag	**Hanik Rosyidah, S.Sy , M.H**
NIP. 199407252025211010	**NIP. 199109072025212016**

Pekalongan, 27 Oktober 2026

Disahkan Oleh

Dekan

Dr. Amat Zuhri, S. Ag., M.Ag

NIP. 197204042001121001

iv

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut.

1. **Konsonan Tunggal**

   Konsonan Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

   Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)

غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	-	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vocal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
a = أ	-	ā = أ
i = إ	ia = أي	ī = إي
u = أ	ua = أو	ū = أو

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun*

jamīlah Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فا طمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad (tasydid*, giminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	*rabbanā*
البر	ditulis	*al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditrasnsliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	*asy-syamsu*
الرجل	ditulis	*ar-rojulu*
السيدة	ditulis	*as-sayyidinah*

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qomariyah" ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	*al-qamar*
البديع	Ditulis	*al-badi'*
الجال ل	Ditulis	*al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, hurus hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /`/.

Contoh:

أمرت	Ditulis	*umirtu*
شيء	Ditulis	*syai'un*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah swt. Yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. beserta keluarga sahabat, dan para pengikutnya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu, Allah SWT, sang maha pemilik arah. Terimakasih telah menjadi satu satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising, Terimakasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan disaat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. Kepada cinta pertamaku dan pintu surgaku, Ibu Sumirah dan Bapak Tarmuji , yang menjadi alasan terbesar penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan Pendidikan ini. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus,setiap pengorbanan yang tidak selalu terlihat, serta setiap dukungan yang diberikan tanpa pernah meminta balasan. Jika hari ini penulis sampai pada titik ini, ada doa dan perjuangan kalian yang selalu menyertai di setiap langkah penulis. Skripsi ini mungkin hanya tulisan sederhana, tetapi di dalamnya terdapat begitu banyak doa, air mata, perjuangan, dan harapan yang kalian titipkan kepada penulis.
3. Kepada Ibu Mukoyimah, M. Sos selaku dosen pembimbing Skripsi penulis terimakasih sebesar besarnya atas kesabaran, arahan ,perhatian serta nasihat . Sehingga seluruh proses bimbingan dapat dijalani dengan rasa aman dan nyaman
4. Kepada adikku tercinta Miftahul Jannah, terimakasih sudah menjadi salah satu pendorong agar jiwa ini terus berkembang dan mencoba hal-hal baru agar bisa memberikan senyuman indah dikala pulang rumah. Semoga kelak adikku bisa lebih sukses dari kakakmu.
5. Kepada teman penulis Irna isnaeni terimakasih kajine sudah mau mendengarkan keluh kesah urusan hati ataupun sedih dan selalu siap jika diajak inpo ngopi.

6. Kepada teman seperjuangan Kpi Angkatan 2022, terimakasih sudah memberi warna sudah memberikan cerita baru di hidup penulis mulai dari ilmu,pelajaran isi hati, serta selalu memberikan dukungan semangat dan membantu dalam kerumitan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada orang baik yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terimakasih banyak sudah menjadi orag baik dikehidupan penulis.
8. Terakhir penulis ingin menyampaikan terimakasih yang mendalam kepada diri sendiri. Terimakasih sudah berjuang hingga detik ini, perjuangan yang tidak mudah banyak tangisan disetiap langkah, tetapi rasa semangat semakin membara saat sudah menemui titik apa yang diharapkan. Kuliah serta bekerja bukanlah hal yang mudah, namun dirimu sungguh kuat menjalani ini semua hingga saat ini, terimakasih sudah mengerti disetiap keadaan yang sangat rumit. Saatnya menjalani episode yang lebih menyenangkan dan penuh hal-hal baru Dhella Mariana.

MOTO

“Remaja yang berdaya bukan hanya mereka yang meramaikan masjid, tetapi juga mereka yang membawa nilai-nilai kebaikan ke tengah masyarakat.”

ABSTRAK

Mariana, Dhella, 2026 "Kontruksi Dakwah Pembangunan pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Mengkampanyekan Nilai-Nilai Etika Islam", *Skripsi*, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,
Pembimbing Mukoyimah, M.Sos.
Kata Kunci: Dakwah Digital, Tiktok, Komunikasi Dakwah, Konstruksi Sosial, Remaja Masjid, Penggerak Peradaban.

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dakwah Islam di era modern. Jika sebelumnya dakwah berkisar pada mimbar dan kajian tatap muka, kehadiran platform media sosial berbasis video pendek seperti TikTok membuka ruang penyampaian pesan keagamaan yang lebih dinamis, visual, dan interaktif bagi Generasi Z serta remaja Muslim. Namun, di tengah maraknya pengaruh budaya hedonisme, individualisme, dan fenomena krisis moral digital, keberadaan media sosial sering kali menjauhkan generasi muda dari nilai-nilai spiritual dan kemasjidan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk komunikasi dakwah yang diterapkan pada akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda serta mengungkapkan bagaimana proses konstruksi sosial media massa yang terbentuk dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban di era digital.
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis konten (*content analysis*) dan berlandaskan paradigma konstruktivisme. Data primer diperoleh secara langsung dari empat unggahan video pada akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tingkat keterlibatan (*likes*, *comments*, dan *viewers*) terbanyak serta keterwakilan indikator dakwah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi terhadap visual, dialog, *caption*, serta respons audiens. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan pengodean (*coding*), kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan dengan mengintegrasikan konsep bentuk komunikasi dakwah (dakwah *bil-hal*, dakwah *bil-lisan*, dan dakwah *bil-qalam*) serta Teori Konstruksi Sosial Media dari Burhan Bungin (eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi).
Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk komunikasi dakwah dalam akun TikTok @Masjid Sejuta Pemuda memadukan dakwah *bil-hal*, *bil-lisan*. Dakwah *bil-hal* ditunjukkan melalui tindakan nyata dan keteladanan, seperti pelayanan kepada jamaah, kepedulian terhadap lansia, pelayanan sosial kepada pekerja informal, serta pembinaan kedisiplinan dan akhlak anak-anak di masjid. Dakwah *bil-lisan* diwujudkan melalui dialog dan nasihat yang komunikatif. Berdasarkan Teori Konstruksi Sosial Media, proses konstruksi sosial dianalisis melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga tahap tersebut menjelaskan bagaimana gagasan keislaman diekspresikan melalui tindakan dan konten digital, ditampilkan sebagai gambaran peran sosial masjid, serta diarahkan pada pemaknaan nilai-nilai dakwah oleh audiens.
Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian dakwah yang mengintegrasikan pesan verbal, tulisan, dan tindakan nyata. Peran remaja masjid sebagai penggerak peradaban dapat dipahami melalui tiga ranah, yaitu spiritual, sosial, serta kepemimpinan dan produktivitas digital. Dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai media representasi nilai-nilai Islam dan peran sosial masjid di era digital.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt. Yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, Hidayah serta Inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Kontruksi Dakwah Pembangunan pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Mengkampanyekan Nilai-Nilai Etika Islam" ini tanpa suatu halangan apapun.

Sholawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya dan pertolongan dihari kiamat kelak, Amin.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag. Ketua Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Amat Zuhri, M.Ag. Ketua Dekan FUAD UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah M. Sos. Selaku Ketua Prodi KPI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dr. Muhamad Rikzam Kamal, M.Kom. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan selama peneliti berkuliah.
5. Mukoyimah, M.Sos. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.
6. Segenap dosen FUAD yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta motivasi belajar di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu penulis dalam menjalani proses penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang ikut berperan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, semua itu dikarenakan

keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan dalam kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan, dan bermanfaat bagi dunia pendidikan, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 September 2026

Penulis,

DHELLA MARIANA

NIM. 30422040

DAFTAR ISI

JUDUL ..... Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **viii**
MOTO ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Tinjauan Pustaka 7
A. Penelitian Relevan 19
F. Metode Penelitian 24
G. Sistematika Penulisan 29
BAB II LANDASAN TEORI **31**
A. Dakwah Digital 31
B. Komunikasi Dakwah 34
C. Teori Konstruksi Sosial 38
D. Remaja Masjid 42
E. Peradaban Islam di Era Digital 43

F. Platform Tiktok 44
BAB III PROFIL OBJEK PENELITIAN 46
A. Profil Channel Tiktok Masjid Sejuta Pemuda 46
B. Dakwah Digital melalui Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban 48
C. Bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam membentuk remaja masjid sebagai penggerak peradaban 51
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN 62
A. Analisis Proses Kontruksi Sosial pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban
.....62
B. Konstruksi Sosial yang Terbentuk pada Akun TikTok @Masjid Sejuta Pemuda dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban
.....66
BAB V PENUTUP.....Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....70
B. Saran.....71
DAFTAR PUSTAKA..... 73
LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Konten Dakwah pada Akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Akun TikTok Sejuta Pemuda 47
Gambar 3. 2 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda 54
Gambar 3. 3 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda 56
Gambar 3. 4 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda 58
Gambar 3. 5 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda 60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup..... 78
Lampiran 2 Dokumentasi..... 79
Lampiran 3 Surat Keterangan Similarity Checking 81

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peradaban Islam pada masa dahulu dikenal sebagai peradaban yang maju dalam bidang ilmu pengetahuan, pendidikan, sosial, dan akhlak. Kemajuan tersebut lahir dari generasi muda Islam yang memiliki semangat belajar, berdakwah, dan membangun masyarakat.[1] Namun, di era digital saat ini muncul berbagai kekhawatiran terhadap kondisi generasi muda, seperti krisis moral, menurunnya minat terhadap kegiatan keagamaan, budaya hedonisme, pergaulan bebas, serta pengaruh negatif media sosial yang semakin marak. Banyak remaja lebih tertarik pada hiburan digital dibandingkan aktivitas yang dapat meningkatkan nilai spiritual dan sosial mereka. Kondisi ini menjadi tantangan besar bagi keberlangsungan peradaban Islam di masa depan karena remaja merupakan penerus dan penggerak utama peradaban umat.[2]

Dalam perkembangan teknologi komunikasi, masyarakat mulai mengalami perubahan yang signifikan dalam menerima informasi, termasuk dalam dakwah Islam. Penyampaian dakwah yang sebelumnya dilaksanakan di Masjid, majelis taklim, dan lain sebagainnya telah mengalami perkembangan misalnya, dengan melalui media digital seperti Youtube, Instagram dan Tiktok. Aplikasi Tiktok merupakan salah satu platform yang paling sering dipakai oleh generasi muda karena memiliki konsep video mudah dipahami, singkat, dan menarik. Kondisi tersebut menjadikan Tiktok dijadikan sebagai media efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada remaja melalui cara yang kreatif dan mengikuti zaman.[3]

---

[1] Harun Nasution, *Islam ditinjau dari berbagai aspeknya (jilid I)* (Jakarta: UI-Press, 2013), hlm. 57-74

[2] Friska Rahmita H,Grechia Perdana,dan Luluk Ludfia*,"Konten Dakwah:Sebagai Sumber Dukungan Spiritual dan Mental bagai Remaja di dunia digital."* Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi 22, no.13 (2025): hlm.83-84, https://doi.org/10.71287/elhikmah.v22i13,%20Januari.434

[3] Dhaefan Fahrudy dkk, "Dakwah Digital cara kreatif menyebarkan nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk genarasi-z." *Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah,Komunikasi dan Penyiaran Islam* 24,no.1 (2026), hlm.15-20, 10.59109/addawah.v24i1.148.

Dakwah digital hadir sebagai bentuk penyesuaian dakwah Islam terhadap kemajuan teknologi modern. Dakwah digital tidak digunakan untuk menyampaikan ajaran agama saja, akan tetapi menjadi sarana dalam membangun karakter dan kesadaran sosial generasi muda. Dengan melalui media sosial, pesan dakwah Islam dapat disampaikan dengan bahasa yang ringan, visual yang menarik, dan dekat dengan rutinitas keseharian para remaja. Maka dengan demikian, dakwah digital memiliki peluang besar untuk mengajak generasi muda kembali dekat dengan nilai-nilai Islam serta meningkatkan kepedulian mereka terhadap kegiatan masjid dan kehidupan sosial masyarakat.[4]

Remaja masjid berperan penting dalam meneruskan dakwah dan membangun kemajuan Islam. Kehadiran mereka memastikan agar nilai-nilai Islam tetap bisa dipahami dan dijalankan dengan baik oleh anak muda zaman sekarang.[5] Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menyajikan berbagai konten dakwah yang dikemas secara menarik, ringan, dan relevan dengan kehidupan remaja masa kini. Konten yang disampaikan tidak hanya membahas ibadah, tetapi juga motivasi hidup, kepedulian sosial. Seperti, memberikan makan gratis kepada jama'ah maupun orang disekitar masjid,menyediakan tempat singgah untuk musafir atau untuk orang beristirahat. Melalui strategi komunikasi digital yang kreatif, akun ini berupaya membangun remaja masjid agar menjadi generasi yang aktif, produktif, dan memiliki semangat membangun peradaban Islam di tengah perkembangan teknologi digital.[6]

Istilah "penggerak peradaban" dalam penelitian ini diartikan bukan sebagai perubahan besar pada skala peradaban dunia, melainkan kontribusi nyata remaja masjid dalam tiga ranah yang sesuai dengan segmentasi konten akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*, yaitu ranah spiritual, berupa penguatan pemahaman

---

[4] Dhaefan Fahrudy dkk, "Dakwah Digital cara kreatif menyebarkan nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk genarasi-z." *Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah,Komunikasi dan Penyiaran Islam* 24,no.1 (2026), hlm.15-30, 10.59109/addawah.v24i1.148.

[5] Ahmad Fauzi, "Dampak menonton Video Dakwah di Media Sosial Titok terhadap pengalaman Agama Remaja Masjid desa Medan Krio" *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 7,no.2 (2023), hlm.575-583. DOI: 10.22219/satwika.v7i2.29398.

[6] Nur Kholifah dan Alfiaj Nur H. "*The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*." *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4,no.2 (2024), hlm.73-84. DOI: 10.54150/syiar.v4i2.496

dan pengamalan ajaran Islam melalui konten edukasi keagamaan, ranah sosial, berupa kepedulian dan aksi nyata terhadap sesama, sebagaimana tercermin dalam konten pemberian makan gratis kepada jamaah dan penyediaan tempat singgah bagi musafir, ranah kepemimpinan dan produktivitas digital, berupa kemampuan remaja masjid memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana dakwah dan pemberdayaan generasi muda, bukan sekadar konsumen konten digital.[7] Ketiga ranah tersebut menjadi istilah "penggerak peradaban" yang digunakan dalam judul penelitian, sehingga analisis pada penelitian ini untuk melihat bagaimana konten akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merepresentasikan dan membentuk ketiga ranah tersebut, tanpa meluas ke pembahasan peradaban Islam secara global maupun lintas generasi.

Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merupakan media dakwah digital yang berorientasi menjangkau Generasi Z, remaja masjid, mahasiswa, dan pemuda Muslim. Segmentasi tersebut terlihat dari penggunaan bahasa yang komunikatif, video berdurasi singkat, visual yang menarik, mengikuti trend, akun *@Masjid Sejuta Pemuda* memiliki sekitar 656,7 ribu pengikut dan telah memperoleh lebih dari 23 juta *likes*, yang menunjukkan jangkauan dan keterlibatan audines terhadap konten yang dipublikasikan. Akun ini dikelola oleh Masjid Sejuta Pemuda (Masjid At-Tin) yang berlokasi di kota Sukabumi, Jawa Barat.[8] Penelitian ini memilih platform Tiktok sebagai objek kajian dibandingkan Instagram karena Tiktok memiliki karakteristik algoritma yang lebih mendorong penyebaran konten berdasarkan minat pengguna (*interest-based algorithm*), sehingga konten dakwah memiliki peluang menjangkau audiens yang lebih luas tanpa bergantung pada jumlah pengikut. Selain itu, format video pendek, fitur *For You Page* (FYP), serta tingginya tingkat interaksi pengguna menjadikan TikTok lebih efektif dalam menarik perhatian Generasi Z dibandingkan platform media sosial lainnya. Instagram cenderung lebih mengutamakan jaringan pengikut (*follower-based network*) dan lebih

[7] Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana. 2019). Hlm. 349-356

[8] Pitaloka, D., & Khatimah, H. (2026). *Peran Program Dakwah terhadap Gen-Z di Masjid Sejuta Pemuda*. J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 7(1), 227–242.

berorientasi pada dokumentasi visual, sedangkan Tiktok dirancang untuk mendorong penemuan konten (*content discovery*) melalui rekomendasi algoritmik. Tiktok dipandang lebih relevan sebagai media dakwah digital dalam menjangkau, membangun keterlibatan, dan membentuk pemahaman keagamaan generasi muda, sehingga sesuai dengan fokus penelitian ini.

Dakwah digital juga menghadapi berbagai tantangan. Maraknya konten hiburan, penyebaran berita hoax, hingga munculnya pemahaman agama yang dangkal di media sosial dapat memengaruhi pola pikir remaja. Oleh sebab itu, dakwah digital memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar pesan dakwah Islam dapat diterima dengan layak serta tidak menjadi tontonan semata. Dakwah yang efektif harus mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku, pemahaman agama, serta kesadaran sosial generasi muda sehingga mereka dapat menjadi bagian dari pembangunan peradaban Islam yang lebih baik.[9]

Remaja memiliki peran strategis dalam membangunan peradaban Islam di era digital. Peradaban yang maju tidak ditentukan oleh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan semata saja, akan tetapi pentingnya kualitas generasi mudanya. Sebagai bagian dari generasi penerus umat, remaja masjid memiliki tanggung jawab untuk menjaga nilai-nilai keislaman, menghidupkan kegiatan masjid, serta berkontribusi dalam kehidupan sosial masyarakat. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, remaja masjid dituntut untuk tidak aktif dalam kegiatan keagamaan, akan tetapi mampu melihat peluang media digital yang dapat dijadikan sebagai acuan sasaran dakwah, edukasi, dan penyebaran nilai keagamaan. Melalui kreativitas, kepemimpinan, dan kepedulian sosial yang dimiliki, remaja masjid dapat menjadi pondasi untuk memberikan perubahan yang signifikan agar terbentuknya masyarakat yang religius, berakhlak, serta memiliki kesadaran sosial yang tinggi. Penguatan peran remaja masjid menjadi penting karena mereka merupakan salah satu elemen yang dapat berkontribusi dalam pembangunan peradaban Islam yang efektif terhadap

[9] M.Nashoihul Ibad, *"Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tiktok: Tantangan dan Peluang."* Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa 2,no.2 (2025): hlm. 145-156, 10.38073/pelita.v2i2.2189

tantangan dan kebutuhan masyarakat di era modern.[10]

Perkembangan media sosial tidak hanya mempengaruhi cara generasi muda memperoleh informasi keagamaan, tetapi juga berperan dalam membentuk cara pandang, pemahaman, sikap, dan perilaku mereka terhadap kehidupan beragama maupun keibadah sosial. Melalui konten yang dipublikasikan secara berulang, media sosial dapat membentuk realitas sosial yang dipahami dan diyakini oleh audiens. Dalam konteks dakwah digital, akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keislaman, tetapi juga menghadirkan gambaran mengenai peran remaja masjid sebagai generasi yang religius, peduli terhadap sesama, aktif dalam kegiatan sosial, serta mampu berkontribusi sebagai penggerak peradaban. Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bentuk komunikasi dakwah yang disampaikan melalui konten akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda,* sekaligus menganalisis bagaimana konstruksi realitas sosial dibentuk melalui konten-konten tersebut dalam membangun pemahaman remaja masjid sebagai penggerak peradaban di era digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang diteliti yaitu:

1. Bagaimana Bentuk Komunikasi Dakwah Pembangunan yang dilakukan pada Akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda dalam mengkampanyekan nilai-nilai Etika Islam??
2. Bagaimana Kontruksi Sosial yang terbentuk pada Akun Tiktok *@masjid sejuta pemuda* dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban?

[10] Mawaddah, A. V. Jejak peradaban Islam di era budaya digital: Transformasi dan tantangan. *Jurnal Peradaban (Filsafat, Etika, dan Agama)* 5 No. 2. Hlm.74–78.(2025) https://doi.org/10.51353/v074mc71.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Bentuk Komunikasi Dakwah Pembangunan yang dilakukan pada akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda dalam mengkampanyekan nilai-nilai Etika Islam.
2. Untuk menganalisis Kontruksi Sosial yang terbentuk pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* Dalam Membangun Remaja Masjid sebagai penggerak peradaban.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentunya memberikan manfaat, yakni dalam aspek akademis maupun praktis. Semua manfaat tersebut disatukan menjadi sebuah rumusan masalah antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi Islam, khususnya mengenai dakwah digital melalui media sosial sebagai upaya mengahadapi isu sosial remaja di era digital dan membangun peradaban Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti: Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam memahami komunikasi dakwah dan konstruksi sosial melalui media digital, khususnya dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban.
b. Bagi Remaja Masjid: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, edukasi, kegiatan sosial, dan pengembangan potensi remaja sehingga dapat berperan sebagai penggerak peradaban.
c. Bagi Pengelola Dakwah Digital: Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sekaligus bahan pertimbangan dalam mengevaluasi dan

mengembangkan konten dakwah digital yang relevan dengan karakteristik remaja saat ini, sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan secara optiomal.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

a. Dakwah Digital

Secara etimologi (bahasa), dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya: menyeru, mengajak, serta memanggil kepada masyarakat. Dalam al-qur'an, dakwah sering digunakan untuk menggambarkan seruan Allah Swt kepada manusia agar mengikuti petunjuk-Nya dan memperoleh keselamatan dunia serta akhirat.[11] Dengan seiring perkembangan zaman, dakwah sekarang melalui media digital, dimana dalam era digital proses komunikasi dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Jika pada masa sebelumnya komunikasi dakwah bersifat satu arah (monolog), seperti ceramah di mimbar, maka dalam dakwah digital komunikasi menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam media sosial penonton tidak hanya memiliki peran sebagai penerima pesan dakwah, akan tetapi dapat berinteraksi secara langsung melalui berbagai fitur seperti komentar, like, dan share.[12]

Dakwah yang dilakukan dengan media sosial merupakan bentuk pengembangan dakwah yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media penyampaian pesan agama. Dakwah digital tidak mengubah substansi dakwah itu sendiri, melainkan mengubah metode dan media penyampaiannya agar sesuai dengan karakteristik masyarakat modern. Platform media sosial khususnya tiktok, yang memiliki daya tarik besar sebagai sarana dakwah karena mampu menjangkau audiens secara luas serta menyediakan berbagai fitur interaktif dan audiovisual yang menarik. Hal ini membuat penyampaian pesan dakwah melalui media sosial lebih gampang untuk dipahami

---

[11] Aziz, M. A. *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi). (Jakarta: Prenada Media. ISBN 9789793465593. 2019). Hlm 56

[12] Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2017). Hlm 67-70

dan diterima, khususnya oleh generasi muda yang aktif menggunakan teknologi digital.[13] Dakwah juga merupakan proses yang sistematis karena melibatkan beberapa unsur yaitu:

1) Da'i adalah individu atau kelompok yang menyampaikan pesan dakwah Islam dengan melalui media sosial. Dalam konteks media sosial, da'i tidak hanya berasal dari kalangan ulama atau ustaz, tetapi juga dapat berupa komunitas dakwah, lembaga Islam, maupun kreator konten yang memiliki pemahaman keislaman yang baik.[14]
2) Mad'u adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah bagi seorang da'i. Dalam dakwah digital, mad'u mencakup seluruh pengguna internet yang mengakses konten dakwah. Pada platform Tiktok, mayoritas pengguna berasal dari kalangan remaja dan Generasi Z sehingga penyampaian pesan perlu disesuaikan dengan kebutuhan, bahasa, dan karakteristik mereka agar lebih mudah diterima.[15]
3) Materi dakwah (Maddah) adalah substansi ajaran islam yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u, pada umumnya materi dakwah dikelompokan menjadi 3 yakni: aqidah (menyangkut keimanan), syari'ah (ketentuan yang berkaitan dengan Ibadah dan hubungan sosial kemasyarakatan), akhlak (meliputi akhlak terhadap makhluk dan kholiq atau tuhanya). Materi dakwah digital dapat berupa akidah, syariah, akhlak, motivasi Islami, kajian al-Qur'an serta ilmu hadis, maupun ajakan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial keagamaan. Materi yang disampaikan melalui media digital umumnya dikemas secara singkat, menarik, dan tepat dengan kehidupan remaja sehingga lebih mudah untuk dipahami.[16]
4) Media dakwah adalah merupakan sarana atau alat yang dimanfaatkan sebagai penyampaian nilai ajaran islam kepada masyarakat. Dalam dakwah

---

[13] Ilham Ansori, Candra Krisna J. "Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no.1 (2025), hlm.01-16. DOI: 10.22515/jmd.v3i1.10860.

[14] Munir, M., & Ilaihi, W. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015). Hlm.19-24

[15] Munir, M., & Ilaihi, W. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015). Hlm.24-29

[16] Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah. 2009). Hlm 8-13

digital media yang digunakan berupa platform berbasis internet seperti Tiktok. Media tersebut berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan dakwah sehingga informasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan berlangsung secara interaktif.[17]

5) Metode dakwah adalah hal yang berkaitan dengan wasilah yaitu metode yang terdiri dari dakwah *bil-hal* (berdakwah dengan perbuatan atau tindakan yang nyata faktual biasanya diambil dari kisah keteladanan. Seperti dengan tindakan amal wujud nyata), dakwah *bil-lisan* (berdakwah yang dilakukan melalui perkataan yaitu: ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain), dan dakwah *bil-qalam* (berdakwah melalui tulisan seperti surat kabar, majalah, buku, novel, ataupun di internet).[18]
6) Efek Dakwah adalah Setiap efek penyampaian dakwah pasti menimbulkan sebuah reaksi yakni berupa pengaruh dakwah yang disebut *feedback* berupa perubaha sikap komunikan setelah menerima dakwah. Dalam media sosial, efek tersebut dapat diamati melalui interaksi pengguna seperti jumlah tayangan, komentar, suka, bagikan, maupun perubahan perilaku keagamaan yang muncul setelah mengonsumsi konten dakwah.[19]

b. Komunikasi Dakwah

Komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk menciptakan kesamaan makna, memberikan informasi, mempengaruhi maupun mengubah perilaku penerima pesan. Dalam proses komunikasi terdapat beberapa unsur penting, yaitu komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikan sebagai penerima pesan. Menurut ahli Health dan Bryan Komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang melibatkan partisipasi individu maupun kelompok dalam penggunaan simbol-simbol tertentu untuk menciptakan sebuah makna.[20]

---

[17] Muhyiddin, Asep, & Safei, Ahmad Agus. Metode Pengembangan Dakwah. (Bandung: Pustaka Setia. 2002).Hlm 12-16

[18] Samsul Munir Amin. Ilmu Dakwah. (Jakarta:Amzah. 2009). Hlm 97-101

[19] Rizal, Khaerul., & Sumardi, Susanto**.** Dakwah dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8.No 2. (2024). Hlm 383–390. 10.31004/jptam

[20] Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010), Hlm 33

Komunikasi dakwah merupakan proses da'i menyampaikan ajaran islam kepada mad'u untuk tujuan mengajak pada kebaikan, memperdalam pemahaman agama, serta membentuk sikap dan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Menurut Yanto, Syafiqurrahman, dan Sunandar, komunikasi dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan keislaman yang berlandaskan al-quran dan hadits kepada individu maupun kelompok masyarakat, penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, baik secara verbal maupun non verbal. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tidak hanya untuk menyampaikan pesan agama, tetapi juga untuk membentuk karakter dan kepribadian masyarakat.[21]

Komunikasi dakwah tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan-pesan Islam kepada masyarakat, tetapi juga sebagai aktivitas yang dapat dilakukan melalui berbagai cara dan media sesuai dengan kebutuhan serta kondisi mad'u. Perlu dipahami berbagai bentuk komunikasi dakwah yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam.

1) Dakwah Bil-Hal

Dakwah bil-hal adalah komunikasi dakwah yang disampaikan melalui perbuatan, seperti gerak tubuh, mimik, dan bahasa isyarat yang terlihat dalam amal shaleh dan keteladanan. Menurut A.Hasyimi Dakwah adalah perilaku, akhlak dan keteladan.[22] Rasulullah sebagai teladan telah ditegaskan Allah dalam al-Qur'an surat al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللهَ وَالْيَوْمَ الْاٰخِرَ وَذَكَرَ اللهَ كَثِيْرًا

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.[23]

---

[21] Yanto, Y., Syafiqurrahman, S., & Sunandar, D.Komunikasi dakwah dalam pembentukan karakter remaja. *El-Fatih: Jurnal Dakwah dan Penyuluhan Islam* 2.2.(2023),63–70. https://doi.org/10.65178/elfatih.v2i2.23

[22] Hasimy, Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an, Bulan Bintang Jakarta 1994, h. 369

[23] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya,* CV. Toha Putra Semarang, 2004 h.366

2) Dakwah Bil- Lisan

Dakwah bil-lisan adalah dakwah yang dilakukan dengan cara menyampaikan pesan secara verbal, seperti ceramah, pidato, khutbah, pengajian, maupun diskusi keagamaan. Bentuk dakwah ini menjadi metode yang paling umum serta yang sering digunakan dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat.[24] Dalam perspektif ilmu komunikasi, dakwah bil-lisan termasuk ke dalam komunikasi verbal karena menggunakan bahasa sebagai sarana utama dalam penyampaian pesan dakwah. Dakwah bil-lisan dapat dilakukan melalui komunikasi antarpribadi maupun komunikasi kelompok dan massa. Dakwah yang dilakukan secara antarpribadi dikenal sebagai dakwah fardiyah, yaitu penyampaian pesan Islam kepada individu secara langsung dengan pendekatan yang lebih personal. Sementara itu, dakwah yang ditujukan kepada kelompok atau khalayak luas dapat dilakukan melalui ceramah umum, pengajian, maupun media penyiaran seperti radio dan televisi.

Seiring perkembangan teknologi, dakwah bil-lisan juga mengalami transformasi ke media digital melalui podcast, siaran langsung *(live streaming)*, YouTube, Instagram, dan Tiktok. Kehadiran media digital memungkinkan pesan dakwah disampaikan kepada audiens yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah bil-lisan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara seorang da'i, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman terhadap prinsip-prinsip psikologi dan ilmu komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh mad'u.[25]

3) Dakwah Bil-Qalam

Dakwah bil-qalam yakni dakwah yang dilakukan dengan melalui media tulisan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan Islam. Karena menggunakan bahasa tulis, dakwah ini termasuk ke dalam komunikasi verbal yang disampaikan secara tertulis. Sejak masa Rasulullah Saw, dakwah bil-qalam telah digunakan sebagai media penyebaran Islam, salah satunya melalui surat-surat

[24] Rohman, Abdul, Abdul Rahman, dan Amin. "Ragam Komunikasi Dakwah bi Al-Lisan dalam Perspektif Al-Qur'an." *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 2 No. 2.

[25] Kamaluddin. "Bentuk-bentuk Komunikasi dalam perspektif Dakwah Islam". Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah, 2,2 (2022), 262-263

yang dikirim kepada para pemimpin dan raja di berbagai wilayah untuk mengajak mereka memeluk agama Islam. Dalam perkembangannya, dakwah Bil-Qalam diwujudkan dalam berbagai bentuk tulisan, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, majalah, surat kabar, buletin, brosur, maupun karya sastra yang mengandung nilai-nilai Islam. Pada era digital, dakwah Bil-Qalam juga berkembang melalui media sosial, website, blog, dan berbagai platform digital lainnya yang memungkinkan pesan dakwah disebarluaskan kepada masyarakat secara lebih luas. Salah satu keunggulan dakwah bil-kitabah adalah kemampuannya menjangkau audiens dalam jumlah besar dan dapat diakses dalam jangka waktu yang relatif lama.[26]

c. Teori Konstruksi Sosial Media

Teori konstruksi sosial media adalah teori yang menjelaskan bahwa media tidak sekedar menjadi alat penyampaian informasi, akan tetapi juga mempunyai peran penting untuk membentuk perilaku masyarakat, pola pikir, dan pemahaman.[27] Teori ini dikembangkan oleh Burhan Bungin berdasarkan teori konstruksi sosial yang sebelumnya diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut teori ini, realitas sosial yang dipahami oleh masyarakat tidak muncul secara spontan, melainkan terbentuk melalui proses komunikasi dan interaksi yang berlangsung secara terus-menerus melalui media. Dalam era digital saat ini, media sosial seperti Tiktok mempunyai peran penting dalam membentuk pandangan dan perilaku penggunanya karena informasi yang diterima secara berulang dapat memengaruhi cara seseorang memahami suatu fenomena. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya menjadi alat untuk komunikasi, tetapi juga menjadi wadah pembentukan realitas sosial di masyarakat.[28]

Dalam teori konstruksi sosial media terdiri tiga proses utama yaitu:

---

[26] Wahidin Saputra,Pengantar Ilmu Dakwah, Raja Grapindo Persada Jakarta, 2011 h.78

[27] Bungin, Burhan.*Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana. 2008). Hlm 203-208

[28] Kussanti, Devy Putri. Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas Tiktok di Masyarakat. *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3. No. 2, hlm. 119–122.(2022) https://doi.org/10.31294/jpr.v3i2.1639

1) Eksternalisasi merupakan proses ketika individu atau kelompok mengekspresikan ide, nilai, pengalaman, maupun pengetahuan ke dalam bentuk tindakan, simbol, atau pesan yang dapat diterima oleh masyarakat.[29] Dalam penelitian ini, eksternalisasi diwujudkan melalui berbagai konten yang dipublikasikan akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*, seperti video dakwah, motivasi Islami, ajakan memakmurkan masjid, kegiatan berbagi makanan gratis, penyediaan tempat singgah bagi musafir, serta aktivitas sosial lainnya.
2) Objektivasi merupakan proses ketika pesan, nilai, atau realitas yang telah dipublikasikan diterima dan dipahami oleh masyarakat sebagai suatu kenyataan yang dianggap benar atau penting.[30] objektivasi dapat dilihat dari bagaimana audiens memberikan respons terhadap konten dakwah akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*. Respons tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya diterima sebagai informasi, tetapi juga dimaknai sebagai nilai yang layak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
3) Internalisasi merupakan proses ketika nilai-nilai yang telah diterima individu menjadi bagian dari kesadaran diri sehingga memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.[31] Internalisasi dianalisis melalui bagaimana konten dakwah akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* mampu membentuk pemahaman remaja mengenai pentingnya memakmurkan masjid, meningkatkan kepedulian sosial, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah.

Melalui proses tersebut, media sosial dapat membentuk cara pandang remaja terhadap peran mereka dalam masyarakat. Remaja yang terus-menerus mengonsumsi konten dakwah yang positif akan memperoleh pemahaman bahwa mereka memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi dalam kegiatan keagamaan, sosial, dan pembangunan masyarakat. Dengan demikian, media

---

[29] Bungin, Burhan.*Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana. 2008). Hlm 210-214

[30] Rifa'i, Badru. Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media. *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 3.No.01, hlm. 29–42.(2024)

[31] Fathilah, Sultan Akrabu, Fitrayani, Ana, & Bahtiar, Syamsul. Konstruksi Realitas Sosial melalui Algoritma Media Digital dalam Perspektif Ilmu Sosial Modern Indonesia. PERSEPTIF: *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 3.No. 4.Hlm, 174–182.(2025) 10.70716/perseptif

sosial dapat menjadi sarana yang tepat dalam membangun karakter, meningkatkan kesadaran keagamaan, serta menumbuhkan semangat kepemimpinan pada generasi muda.[32]

d. Remaja Masjid

Remaja masjid merupakan suatu kelompok atau organisasi pemuda Islam yang berada di lingkungan masjid dan memiliki peran aktif dalam memakmurkan masjid mulai dari kegiatan keagamaan, sosial, dan pendidikan. Secara konseptual, remaja masjid tidak hanya dipahami sebagai kumpulan individu usia muda, tetapi sebagai tempat pembinaan generasi Islam yang memiliki kesadaran spiritual, sosial, dan intelektual.[33] Dalam kajian akademik, remaja masjid didefinisikan sebagai bentuk kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih remaja yang mempunyai keterkaitan dengan masjid untuk mencapai tujuan bersama dalam kegiatan dakwah dan pengembangan masyarakat. Hal ini menjadi bukti bahwa remaja masjid mempunyai dimensi organisasi yang terstruktur, sehingga mereka mampu menjalankan fungsi dakwah secara sistematis. Dalam penelitian ini, menjadi penting karena menegaskan bahwa remaja masjid adalah aktor utama dalam proses dakwah, bukan sekadar objek pembinaan. Dengan demikian, remaja masjid dapat diposisikan sebagai subjek aktif yang mampu menyebarkan, memproduksi dan mengembangkan pesan keislaman, termasuk melalui media digital seperti Tiktok. Keberadaan mereka juga menunjukkan bahwa masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah, dan sebagai sarana pembinaan generasi muda Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman.[34]

Secara Etimologis, remaja masjid dapat diartikan sebagai wadah pembinaan generasi muda Islam yang berfungsi untuk meningkatkan kualitas keimanan, keilmuan, dan keterampilan sosial melalui aktivitas yang berpusat di masjid. Menurut Didin Hafidhuddin, generasi muda Islam memiliki tanggung

---

[33] Siswanto. *Panduan Praktis Organisasi Remaja Masjid*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2005). Hlm 48-50

[34] Muh.Santoso,Ahmad,Indra Kristianto.” Implementasi Sistem Informasi Dakwah dan Organisai Remaja Masjid Nur Rohman Berbasis Web,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pamulang* 3,No. 2 (2022), hlm. 143-150. (openjournal.unpam.ac.id)

jawab besar dalam melanjutkan dakwah dan menjaga nilai-nilai keislaman dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, remaja masjid perlu dibina agar memiliki pemahaman agama yang baik serta mampu berkontribusi dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Namun, di era digital saat ini, remaja menghadapi berbagai tantangan seperti pengaruh budaya global dan penggunaan media sosial yang kurang terarah. Hal ini menyebabkan menurunnya minat terhadap kegiatan keagamaan. Diperlukan pendekatan dakwah yang lebih relevan dengan kehidupan remaja, salah satunya melalui media digital.[35]

e. Peradaban Islam di Era Digital

Peradaban Islam di era digital merupakan kondisi ketika nilai-nilai Islam tetap dijaga, diterapkan, dan dikembangkan di tengah kemajuan teknologi dan perkembangan media digital yang sangat pesat.[36] Kehidupan masyarakat saat ini mengalami banyak transformasi akibat hadirnya internet dan media sosial. Perubahan tersebut terlihat dari cara manusia berkomunikasi, mencari informasi, belajar, hingga membangun hubungan sosial. Media sosial seperti tiktok, instagram, facebook dan youtube telah menjadi bagian penting dari rutinitas harian masyarakat, khususnya generasi Z. Hampir seluruh aktivitas remaja saat ini tidak lepas dari penggunaan media digital, baik untuk hiburan, pendidikan, maupun komunikasi. Kondisi tersebut menjadikan media sosial mempunyai efek yang besar terhadap perilaku, cara berpikir dan gaya hidup generasi muda Islam di era modern.[37]

Perkembangan era digital memberikan dampak positif sekaligus negatif terhadap kehidupan umat Islam. Dampak positifnya adalah masyarakat menjadi lebih mudah mendapatkan informasi dan pengetahuan Islam melalui media digital. Perkembangan media digital juga memunculkan berbagai persoalan sosial yang menjadi tantangan bagi peradaban Islam. Saat ini banyak remaja

---

[35] Didin Hafidhudin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press. 1998), ISBN: 979-561-498-3.

[36] Harun Nasution*Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya* Jilid I. (Jakarta: UI-Press. 2013) hlm. 82–90.

[37] Arini Vina Mawaddah. "Jejak Peradaban Islam di Era Budaya Digital: Transformasi dan Tantangan." Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Paramadina, Vol. 7 No. 1, 2025, hlm. 45–58. https://doi.org/10.51353/v074mc71

terpengaruh budaya hedonisme, individualisme, pergaulan bebas, konten negatif, cyber bullying, hingga kecanduan media sosial. Selain itu, maraknya ujaran kebencian, berita hoaks dan pemahaman agama yang tidak tepat di media sosial juga menjadi kekhawatiran tersendiri. Kondisi tersebut dapat memengaruhi moral dan akhlak generasi muda apabila tidak diimbangi dengan pemahaman agama yang baik. Banyak remaja yang lebih aktif di media sosial dibandingkan di lingkungan sosial maupun kegiatan keagamaan seperti masjid. Hal ini menjadi perhatian penting karena generasi muda merupakan penerus umat Islam dan memiliki peran besar dalam menjaga keberlangsungan peradaban Islam di masa depan.[38]

Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menjadi salah satu contoh pemanfaatan media digital dalam membangun peradaban Islam di era modern. Akun tersebut sebagai media dakwah untuk mengajak generasi muda lebih dekat dengan masjid dan nilai Islam. Konten yang disampaikan bukan hanya berupa ceramah agama, tetapi juga motivasi 7Islami, ajakan memakmurkan masjid, pembahasan kehidupan remaja, dan isu sosial yang sedang berkembang di masyarakat. Penggunaan bahasa ringan, visual menarik, dan konsep video pendek membuat pesan dakwah sangat mudah diterima oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang efektif dalam membangun kesadaran keagamaan dan memperkuat identitas Islam di kalangan remaja.[39]

Peradaban Islam di era digital bukan cuman berbicara mengenai kemajuan teknologi, tetapi juga tentang bagaimana umat Islam mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara bijak dan positif. Peradaban Islam dapat berkembang apabila generasi mudanya memiliki ilmu pengetahuan, akhlak yang baik, kepedulian sosial, dan semangat dakwah yang kuat. Oleh karena itu, dakwah digital mempunyai peran penting dalam menjaga nilai-nilai Islam di

[38] Khaerul Rizal dan Susanto Sumardi. "Dakwah dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Syiar Islam." Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3 No. 1, 2024, hlm. 25–38. (journal.as-salafiyah.id)

[39] Firmansyah Nugroho Nurokhman dkk. "Dakwah Bil Hal by the Onsight Foundation to Address the Clean Water Crisis", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2025). Hlm. 258-262 10.54150/syiar

tengah perkembangan zaman. Melalui media sosial, dakwah dapat menjangkau lebih banyak generasi muda dan membantu membangun remaja masjid sebagai generasi penerus yang mampu menjadi penggerak peradaban Islam di masa depan. Dengan demikian, pemanfaatan media digital dalam dakwah bukan hanya untuk kebutuhan, tetapi juga bagian dari usaha menjaga keberlangsungan nilai-nilai Islam di era modern.

f. Platfrom Tiktok

Tiktok merupakan salah satu media sosial berbasis video pendek yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk membuat, mengunggah, dan membagikan berbagai jenis konten. Aplikasi ini dikembangkan oleh ByteDance dan mulai dikenal secara luas setelah bergabung dengan aplikasi Musical.ly pada tahun 2018. Sejak saat itu, Tiktok berkembang menjadi salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang sangat besar, terutama di kalangan remaja dan Generasi Z. Berbeda dengan media sosial lainnya, Tiktok memungkinkan pengguna memperoleh berbagai informasi melalui sistem rekomendasi konten berdasarkan minat pengguna (*interest-based algorithm*), sehingga setiap video memiliki peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa bergantung pada banyaknya jumlah pengikut.[40]

Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merupakan salah satu akun dakwah digital yang menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat, khususnya Generasi Z, remaja masjid, mahasiswa, dan pemuda Muslim. Akun ini dikelola oleh Masjid At-Tin (Masjid Sejuta Pemuda) yang berada di Kota Sukabumi, Jawa Barat. Konten yang dipublikasikan tidak hanya berisi ceramah keagamaan, tetapi juga menampilkan berbagai kegiatan sosial, seperti berbagi makanan kepada jamaah, menyediakan tempat singgah bagi musafir, mengajak masyarakat memakmurkan masjid, serta memberikan motivasi Islami yang dikemas secara sederhana dan relevan dengan kehidupan generasi muda.[41]

Tiktok menghadirkan sejumlah karakteristik yang membedakan dakwah

---

[40] Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2017). Hlm. 11–20.

[41] Masjid Sejuta Pemuda "Tidur tiduran dimasjid! musafir dipaksa bangun sama marbotnya" video 8 Mei 2026 tiktok.com https://vt.tiktok.com/ZS4ehwQ2S/

digital dengan dakwah konvensional. Karakteristik berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada remaja masjid sebagai sasaran utama dakwah digital.[42]

1. Karakteristik pertama adalah Interaktif. Media digital menyediakan ruang untuk terjadinya proses komunikasi menjadi dua arah diantaranya bagi da'i dan mad'u melalui berbagai fitur interaktif, seperti misalnya, siaran langsung, komentar, pesan langsung, serta diskusi daring. Kehadiran fitur-fitur tersebut memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih aktif sehingga dapat membantu audiens dalam memahami dakwah secara efektif dan efisien.
2. Karakteristik kedua adalah tidak terbatas ruang dan waktu. Konten dakwah digital dapat dimanfaatkan kapan saja selama pengguna terhubung dengan jaringan internet. Karakteristik ini membuat penyebaran pesan Islam menjadi lebih luas dan efisien.
3. Karakteristik ketiga adalah visual dan kreatif. Dakwah digital memanfaatkan berbagai unsur multimedia yaitu gambar, video, musik, animasi, serta desain grafis untuk menarik perhatian audiens. Pada platform Tiktok, pesan dakwah umumnya disampaikan melalui video singkat yang dikemas secara menarik sehingga lebih mudah untuk diterima oleh generasi mudah dibandingkan metode ceramah yang panjang.
4. Karakteristik keempat adalah cepat dan mudah menyebar. Konten dakwah yang tersebar melalui media digital memiliki kelebihan dalam menjangkau khalayak yang lebih luas secara cepat dan efesien.[43]

2. Penelitian Relevan

a. Skripsi yang ditulis Reski berjudul *"Analisis Dakwah Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Remaja Masjid Sumarambu"*

[42] McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011). Hlm. 148–150.

[43] Indriyani, P. I., & Khadiq. Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era: Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wah. Jurnal Dakwah, 24(2), 175–192.(2023) https://doi.org/10.14421/jd.2023.24205

pada tahun 2026. Membahas peran dakwah digital dalam meningkatkan pemahaman agama remaja masjid melalui media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan wawasan keagamaan, identitas religius, serta motivasi berupa remaja masjid. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian tersebut berfokus pada pemahaman agama remaja masjid secara umum, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* sebagai media pembentukan remaja masjid yang berperan sebagai penggerak peradaban.[44]

b. Skripsi yang ditulis Sabaniyati Sholehah berjudul *"Pesan Dakwah Tentang Akhlak untuk Remaja pada TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun @risyad_bay)"* pada tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah yang dikemas secara sederhana dan sesuai dengan kehidupan sehari-hari remaja mampu memberikan pemahaman mengenai akhlak kepada audiens. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji dakwah digital melalui platform Tiktok. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, yaitu lebih menekankan analisis isi pesan dakwah tentang akhlak, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada peran akun Tiktok dalam membangun remaja masjid sebagai agen perubahan dan penggerak peradaban Islam.[45]

c. Skripsi yang ditulis oleh Nur Kholifah dengan judul *"The Use of Digital as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque"* tahun 2024 menjelaskan penggunaan media digital oleh Masjid Sejuta Pemuda sebagai sarana dakwah melalui Instagram dan Tiktok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menujukan bahwa media digital dimanfaatkan untuk memperkenalkan masjid sebagai pusat solusi bagi kehidupan masyarakat sekaligus sarana dakwah modern yang sesuai dengan perkembangan zaman. Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena dakwah di media digital dan mengkaji pemanfaatan

[44] Reski. (2026). Analisis Dakwah Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Remaja Masjid Sumarambu. Skripsi. Universitas Islam Negeri Palopo.

[45] Sholehah, S. (2023). Pesan Dakwah Tentang Akhlak untuk Remaja pada TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun @risyad_bay). Skripsi. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

platform Tiktok sebagai media penyebaran pesan-pesan Islam. Selain itu, kedua penelitian sama-sama melihat media digital sebagai sarana yang efektif untuk menjangkau generasi muda dan memperluas jangkauan dakwah di era digital. Adapun perbedaan, terletak pada fokus dan tujuan kajiannya. Penelitian ini berfokus sebagai sarana dakwah Masjid Sejuta Pemuda, termasuk strategi penggunaan media, jenis konten yang dipublikasikan, serta tantangan yang dihapadi,sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak hanya mengkaji penggunaan media digital, tetapi juga menganalisis bagaimana pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui Tiktok dapat membentuk kesadaran, karakter, kepemimpinan, dan peran sosial remaja masjid sebagai agen perubahan serta penggerak peradaban Islam di era digital.[46]

d. Jurnal yang ditulis oleh Sintia Putri Andani dan Parihat Kamil berjudul *"Analisis Isi Pesan Dakwah Da'i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna Tiktok"* pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi *(content analysis)* untuk mengkaji konten dakwah digital pada platform Tiktok Husein Basyaiban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan menggunakan bahasa sederhana, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan remaja sehingga mudah dipahami oleh audiens. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji dakwah digital melalui media sosial Tiktok serta menganalisis konten dakwah yang ditujukan kepada generasi muda. Adapun perbedaan, terletak pada objek dan fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah seorang da'i muda, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada akun *@Masjid Sejuta Pemuda* serta perannya dalam membentuk remaja masjid sebagai penggerak peradaban Islam.[47]

e. Jurnal yang ditulis oleh Andriani,Y yang berjudul *"Dari Mimbar ke Platform Digital: Transformasi Dakwah Islam di YouTube dan TikTok"* pada tahum

[46] Nur Kholifah dan Alfiaj Nur H. "*The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*." *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4,no.2 (2024): hlm. 84-90. 10.54150/syiar

[47] Andani, S. P., & Kamil, P. Analisis isi pesan dakwah da'i muda Husain Basyaiban di kalangan remaja pengguna TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 3.No 2, (2023). Hlm 69–74. 10.29313/bcsibc.v3i2.7717

2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis media dan teori media baru *(New Media Theory)*. Penelitian ini menjelaskan bahwa dakwah mengalami transformasi dari model konvensional ke model digital yang lebih interaktif dan partisipatif. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas transformasi dakwah di Tiktok. Perbedaannya, penelitian tersebut membahas transformasi dakwah secara umum di dua platform (YouTube dan Tiktok), sedangkan penelitian ini secara khusus berfokus pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* serta dampaknya terhadap pembentukan remaja masjid sebagai penggerak peradaban.[48]

f. Jurnal yang ditulis oleh Ahmad Syaefudin, R.D. Estuningtya, Kristipo, dan R. Basari berjudul *"Peran Mikroinfluencer Muslim dalam Dakwah Islam di Tiktok: Analisis Konten dan Strategi Komunikasi Digital"* pada tahun 2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan *(field research)*, penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan konten edukatif, pendekatatan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, serta pemanfaatan trend yang ada di media sosial menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian audiens muda dn meningkatkan interaksi dakwah di media digital. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji dakwah digital melalui platform Tiktok serta menggunakan pendekatan kualitatif dalam memahami fenomena dakwah di media sosial. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian, di mana penelitian ini lebih fokus pada strategi komunikasi para mikrooinfluencer Muslim dalam berdakwah, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada peran dakwah digital dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak.[49]

3. Kerangka Berpikir

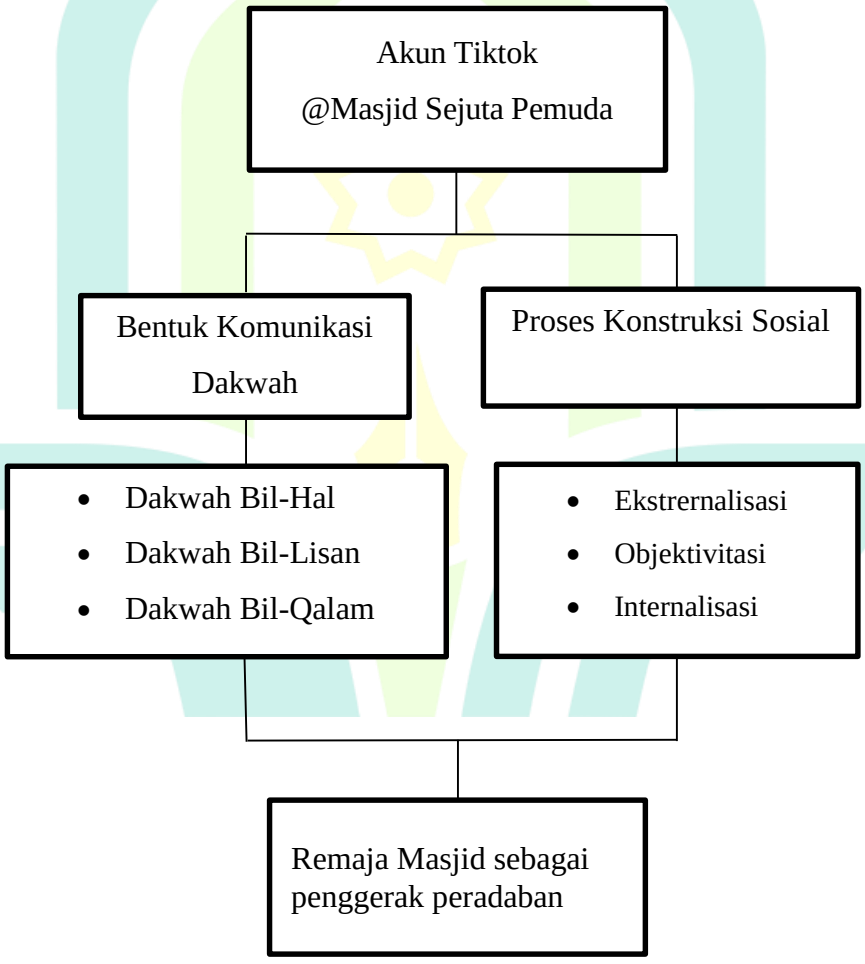
Perkembangan media sosial telah mengubah cara generasi muda memperoleh informasi keagamaan. Tiktok menjadi salah satu platform yang

[48] Yuli Andriani. "Dari Mimbar ke platform Digital; Transformasi Dakwah Islam di Youtube dan Tiktok". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10.No.4 (2025). Hlm 427-444. 10.15575/tabligh

[49] Syaefudin dkk.Peran Mikroinfluencer Muslim dalam Dakwah Islam di TikTok: Analisis Konten dan Strategi Komunikasi Digital. *Muqaddimah* 16.No.2 (2025).Hlm 92–103. https://doi.org/10.71247/1bkkjg55

banyak digunakan karena mampu menyajikan informasi melalui video yang singkat, menarik, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, penelitian ini memilih akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* sebagai objek penelitian untuk menganalisis bentuk komunikasi dakwah yang digunakan dalam kontennya, yaitu dakwah bil-hal, dakwah bil-lisan, dan dakwah bil-qalam. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Sosial Media dari Burhan Bungin melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi untuk memahami bagaimana konten dakwah membentuk pemahaman dan perilaku remaja. Melalui analisis tersebut, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* berkontribusi dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban.

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir



F. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Dalam Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah cara pandang bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi dan pemaknaan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada bagaimana akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menyampaikan pesan-pesan dakwah digital yang dapat membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku remaja masjid. Melalui konten yang disajikan, media sosial tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media yang membangun nilai-nilai keislaman dan semangat berkontribusi dalam kegiatan masjid. Oleh karena itu, paradigma konstruktivisme digunakan untuk memahami bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui Tiktok dapat mendorong remaja masjid menjadi penggerak peradaban Islam di era digital. Paradigma ini juga selaras dengan Teori konstruksi sosial media yang dikemukakan oleh Burhan bungin, yang menjelaskan media mempunyai peran dalam pembentukan realitas sosial melalui proses eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi.[50]

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang tujuannya untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai suatu fenomena berdasarkan data yang ditemukan di lapangan. Pendekatan kualitatif berfokus pada pengungkapan makna, interpretasi, dan pemahaman terhadap fenomena sosial yang diteliti, sehingga tidak menekankan pada pengukuran kuantitatif maupun analisis statistik. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam tentang makna, pesan, serta proses yang terjadi dalam suatu objek penelitian. Menurut Hasan dkk, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang fokus pada penggalian data secara mendalam untuk memahami perilaku, persepsi, motivasi, dan pengalaman

[50] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann* (Jakarta: Kencana, 2008)

subjek penelitian. Penelitian kualitatif menekankan pada proses pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti sehingga menghasilkan data yang kaya dan komprehensif. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana dakwah digital melalui akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban.[51]

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini analisis konten *(content analysis)*. Analisis konten adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji dan memahami isi pesan yang terdapat dalam berbagai bentuk komunikasi, baik berupa teks, gambar, audio, video, maupun dokumen digital. Melalui analisis konten, peneliti dapat mengidentifikasi tema, makna, pola komunikasi, serta pesan-pesan yang terkandung dalam suatu media. Menurut Sitasari, analisis konten merupakan metode yang dapat digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi, seperti siaran radio, surat kabar, dan iklan televisi, media sosial, maupun bentuk dokumentasi lainnya. Analisis konten bertujuan menemukan makna, tema, dan pola tertentu yang terdapat dalam data yang diteliti.[52]

Pemilihan analisis konten dalam penelitian ini didasarkan pada objek penelitian yang berupa konten video dakwah pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*. Penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah yang disampaikan melalui konten-konten Tiktok, meliputi bentuk komunikasi dakwah, karakteristik dakwah digital, pesan-pesan keislaman, serta representasi remaja masjid sebagai penggerak peradaban. Dengan menggunakan analisis konten, peneliti dapat memahami bagaimana akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* mengonstruksi pesan dakwah dan menyampaikannya kepada audiens, khususnya generasi muda.

---

[51] Hasan, M., Iqbal, M., Hasbi, A. M., dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*.(Sukoharjo: Tahta Media Group). (2022). H 89-90

[52] Yuli Andriani. "Dari Mimbar ke platform Digital; Transformasi Dakwah Islam di Youtube dan Tiktok". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10.No.4 (2025). Hlm 455-460. 10.15575/tabligh

3. Sumber Data

Sumber data merupakan perolehan data dari sumber yang diambil. Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh secara langsung dari subjek atau objek penelitian tanpa melalui perantara. Sementara itu, data sekunder merupakan informasi pendukung yang berasal dari beberapa literatur yakni dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan dokumen lain yang selaras, yang digunakan untuk memperkuat analisis serta sebagai landasan teori dalam membahas hasil penelitian.[53]

a. Sumber data primer pada penelitian ini dihasilkan dari konten video yang diunggah oleh akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda.* Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik ini dipilih karena tidak seluruh konten pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dianalisis, melainkan hanya konten yang dianggap paling relevan dengan fokus penelitian mengenai dakwah digital dan pembangunan remaja masjid sebagai penggerak peradaban.

   Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini meliputi:

   1) Konten memiliki jumlah *(like)* terbanyak
   2) Konten memiliki jumlah penonton *(viewers)* terbanyak
   3) Konten memiliki komentar terbanyak
   4) Mewakili indikator metode dakwah bil hal dan dakwah bil lisan

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti menetapkan sebanyak 4 video sebagai sampel penelitian. Keempat video tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan metode analisis konten untuk mengidentifikasi bentuk komunikasi dakwah, karakteristik dakwah digital, serta pesan-pesan yang berkaitan dengan pembentukan remaja masjid sebagai penggerak peradaban di era digital.

[53] Trisna Rukhmana, 'Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25', *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2.2 (2021), 28–33.

b. Sumber data sekunder yang didapat dari literatur, jurnal, buku, artikel, atau penelitian terdahulu yang membahas dakwah digital, media sosial Tiktok, serta peran generasi muda dalam transformasi sosial dan keagamaan. Data ini menjadi dasar penting dalam memperkuat analisis mengenai bagaimana dakwah digital berkontribusi dalam membentuk remaja masjid sebagai penggerak peradaban.[54]

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dalam proses penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang valid agar bisa menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.[55] Langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi, serta dokumentasi yang berfokus pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*, metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dalam riset ini ialah:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara sistematis terhadap objek penelitian untuk memperoleh data yang relevan. Observasi digunakan untuk mengamati fenomena atau aktivitas yang berkaitan dengan penelitian.[56] Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara *nonpartisipan* dengan mengamati konten pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*, meliputi bentuk komunikasi dakwah, interaksi pengguna, serta konten yang berkaitan dengan peran remaja masjid sebagai penggerak peradaban.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

---

[54] Dhaefan Fahrudy, Evril Rizkya Haryani, Nazwa Nur Aulia Rahman, dan Muhammad Parhan, "Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial TikTok untuk Generasi Z," *Ad-DA'WAH: Jurnal Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran Islam* 24, no. 1 (2026): 15–30. 10.59109/addawah.v24i1.148

[55] Dhaefan Fahrudy, Evril Rizkya Haryani, Nazwa Nur Aulia Rahman, dan Muhammad Parhan, "Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial TikTok untuk Generasi Z," Ad-DA'WAH: Jurnal Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran Islam 24, no. 1 (2026): 40-45. 10.59109/addawah.v24i1.148

[56] Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, hlm. 224.

melalui pengumpulan berbagai dokumen, termasuk foto atau gambar, untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai suatu peristiwa atau fenomena yang diteliti.[57] Dokumentasi dalam penelitian ini berupa tangkapan layar (*screenshot*) konten Tiktok, caption, serta dokumen lain yang berkaitan dengan aktivitas dakwah digital akun @Masjid Sejuta Pemuda. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk memperkuat hasil observasi sehingga analisis penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis konten *(content analtysis)*. Analisis konten adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji, mengidentifikasi, dan menafsirkan isi pesan yang terdapat dalam suatu media secara sistematis. Melalui analisis konten, peneliti dapat memahami makna, tema, pola komunikasi, dan pesan dakwah yang disampaikan. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap 4 video pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* yang telah dipilih melalui teknik purposive sampling:

a. Pengodean Data

Tahap pertama adalah pengodean atau coding. Pada tahap ini, peneliti menonton dan mengamati setiap video yang menjadi sampel penelitian, kemudian mencatat bagian-bagian penting yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data yang ditemukan diberi kode berdasarkan unsur-unsur yang muncul dalam konten, seperti bentuk komunikasi dakwah, pesan keislaman, aktivitas sosial, pembinaan remaja masjid, dan nilai-nilai peradaban Islam. Coding menjadi langkah penting dalam analisis konten karena membantu peneliti mengidentifikasi informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

b. Kategorisasi Data

Setelah proses coding selesai, data yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Kategori tersebut disusun

[57] Safarudin, R,., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694

berdasarkan tema-tema yang muncul dalam konten, misalnya dakwah bil-lisan, dakwah bil-hal, motivasi keislaman, kepedulian sosial, aktivitas kemasjidan, dan penguatan peran remaja masjid. Tahap kategorisasi bertujuan memudahkan peneliti dalam melihat pola dan kecenderungan pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda.*

c. Interpretasi Data

Pada tahap interpretasi, peneliti menafsirkan makna dari setiap kategori yang telah ditemukan. Penafsiran dilakukan dengan menghubungkan temuan penelitian dengan teori dakwah digital, komunikasi dakwah, dan media baru yang digunakan dalam penelitian. Melalui tahap ini, peneliti dapat memahami bagaimana pesan dakwah dikonstruksi dan disampaikan kepada audiens, khususnya remaja masjid sebagai penggerak peradaban di era digital.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil coding, kategorisasi, dan interpretasi data yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti merumuskan temuan penelitian untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana dakwah digital melalui akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dimanfaatkan dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban.[58]

G. Sistematika Penulisan

Penulis menggunakan pembahsan yang terstruktu yaitu:

BAB I Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Bab ini berisi landasan teori yang menjadi dasar dalam penelitian, meliputi dakwah digital, komunikasi dakwah, teori konstruksi sosial

[58] Safitri, D., Saufi, A., & Sakti, D. P. B. (2022). Penerapan analisis konten kualitatif pada studi revisit intention wisatawan Muslim ke Lombok dalam konteks pariwisata halal. *JMM UNRAM (Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram)*, 11(4), 308–320. 10.29303/jmm.v11i4.740

media, remaja masjid, peradaban islam di era digital.

BAB III Bab ini berisi penyajian data penelitian yang diperoleh dari konten-konten video pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* yang menjadi sampel penelitian. Data yang disajikan meliputi deskripsi konten, bentuk komunikasi dakwah, pesan-pesan dakwah, aktivitas sosial keagamaan, serta pemanfaatan media Tiktok dalam menyampaikan dakwah kepada generasi muda.

BAB IV Bab ini memaparkan analisis terhadap data yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Analisis dilakukan menggunakan konsep dakwah digital dan teori konstruksi sosial media untuk menjelaskan strategi dakwah digital, bentuk pesan dakwah, serta pemanfaatan platform Tiktok dalam membangun remaja masjid sebagai penggerak peradaban Islam di era digital

BAB V Bagian akhir dari skripsi yang berisi kesimpulan, saran, dan kata penutup.

BAB II
LANDASAN TEORI

a. Dakwah Digital

da'watan yang artinya menyeru, mengajak, serta memanggil kepada masyarakat. Dakwah pada dasarnya merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengajak manusia kepada jalan kebaikan dan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah didalam Al-Qur'an sering digunakan untuk menggambarkan seruan Allah Swt. kepada manusia agar mengikuti petunjuk-Nya dan memperoleh keselamatan dunia serta akhirat.[59],

Seiring perkembangan zaman, dakwah juga memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian pesan keislaman. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan terhadap pola kehidupan masyarakat, termasuk dalam memperoleh dan menyampaikan informasi keagamaan. Pada bentuk dakwah tertentu, komunikasi cenderung berlangsung satu arah, misalnya ceramah di mimbar. Sementara itu, media digital memungkinkan interaksi melalui komentar, pesan langsung, dan fitur lainnya.[60]

Dakwah yang dilakukan dengan media sosial merupakan bentuk pengembangan dakwah yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media penyampaian pesan agama. [61] Dakwah digital tidak mengubah substansi dakwah itu sendiri, melainkan mengubah metode dan media penyampaiannya agar sesuai dengan karakteristik masyarakat modern.[62] Artinya, nilai dan ajaran Islam yang menjadi isi utama dakwah tetap dipertahankan, sedangkan cara penyampaiannya disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi. Platform media sosial khususnya Tiktok,

---

[59] Aziz, M. A. *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi). (Jakarta: Prenada Media. ISBN 9789793465593. 2019). Hlm 56

[60] Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2017). Hlm 67-70

[61] Husna, Z. Z., & Muhid, A. Perkembangan dakwah melalui media sosial Instagram (Literature review). *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 5*(2), 197–208. (2021)

[62] Ansori, I., & Jaya, C. K. Komunikasi dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah, 3*(1), 1–16.

yang memiliki daya tarik besar sebagai sarana dakwah karena mampu menjangkau audiens secara luas serta menyediakan berbagai fitur interaktif dan audiovisual yang menarik. Karakteristik audiovisual media sosial dapat membantu penyajin pesan dakwah menjadi lebih menarik dan mudah diakses oleh audiens.[63]

Dakwah juga merupakan proses yang sistematis karena melibatkan beberapa unsur. Unsur-unsur tersebut saling berkaitan dan memiliki fungsi masing-masing dalam proses penyampaian pesan dakwah.

1. Da'i

   Da'i merupakan individu atau kelompok yang menyampaikan pesan dakwah Islam kepada masyarakat melalui media sosial.[64] Perkembangan media digital membuat peran *da'i* menjadi semakin luas karena seseorang maupun kelompok dapat menyampaikan pesan keagamaan melalui akun media sosial yang dikelolanya. Dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial, *da'i* tidak hanya dituntut memiliki pemahaman terhadap materi keislaman, tetapi juga perlu memahami cara menyampaikan pesan melalui karakteristik media yang digunakan. Bahasa, bentuk penyajian, durasi, visual, dan cara berkomunikasi menjadi bagian yang perlu diperhatikan agar pesan dakwah dapat diterima oleh *mad'u*.

2. Mad'u

   Mad'u merupakan individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah bagi seorang *da'i*. Dalam dakwah digital, *mad'u* mencakup seluruh pengguna internet yang mengakses konten dakwah. Berbeda dengan dakwah secara langsung yang sasaran audiensnya dapat lebih mudah ditentukan berdasarkan tempat dan kegiatan yang diikuti, dakwah melalui media digital memiliki jangkauan *mad'u* yang lebih luas. Pada platform Tiktok, mayoritas pengguna berasal dari kalangan remaja dan Generasi Z sehingga penyampaian pesan perlu disesuaikan dengan kebutuhan, bahasa, dan karakteristik mereka agar

[63] Ilham Ansori, Candra Krisna J. "Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no.1 (2025), hlm.01-16. DOI: 10.22515/jmd.v3i1.10860.

[64] Munir, M., & Ilaihi, W. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015). Hlm.19-24

lebih mudah diterima.[65] Penggunaan bahasa yang komunikatif dan penyajian konten yang menarik menjadi salah satu hal yang penting karena generasi muda memiliki kebiasaan mengakses informasi melalui konten digital yang singkat dan mudah dipahami. Dengan demikian, pemahaman terhadap karakteristik *mad'u* menjadi bagian penting dalam proses dakwah digital agar pesan yang disampaikan dapat sesuai dengan sasaran dakwah.

3. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan hal yang berkaitan dengan *wasilah*, yaitu cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. Metode dakwah terdiri dari dakwah *bil-hal*, *bil-lisan*, dan *bil-qalam*. Dakwah *bil-hal* merupakan dakwah yang dilakukan melalui perbuatan atau tindakan yang nyata dan faktual, biasanya diambil dari kisah keteladanan. Dakwah *bil-hal* dapat diwujudkan melalui tindakan nyata berupa amal atau perbuatan yang memberikan manfaat kepada orang lain. Dakwah *bil-lisan* merupakan dakwah yang dilakukan melalui perkataan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Sementara itu, dakwah *bil-qalam* merupakan dakwah yang dilakukan melalui tulisan seperti surat kabar, majalah, buku, novel, ataupun melalui internet.[66]

Dalam konteks media digital, ketiga metode tersebut dapat digunakan sesuai dengan bentuk konten yang disampaikan. Dakwah *bil-lisan* dapat terlihat melalui penyampaian nasihat, ceramah, atau pesan keagamaan dalam bentuk video. Dakwah *bil-hal* dapat ditampilkan melalui dokumentasi kegiatan sosial maupun tindakan nyata yang memiliki nilai keislaman. Sementara itu, dakwah *bil-qalam* dapat diwujudkan melalui tulisan atau teks yang terdapat dalam konten digital. Dengan demikian, media digital memberikan ruang bagi berbagai metode dakwah untuk ditampilkan dalam satu platform. Hal tersebut menjadi penting dalam melihat bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan melalui akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*.

---

[65] Munir, M., & Ilaihi, W. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015). Hlm.24-29

[66] Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah. 2009). Hlm 8-13

4. Efek Dakwah

Setiap efek penyampaian dakwah pasti menimbulkan sebuah reaksi yakni berupa pengaruh dakwah yang disebut *feedback* berupa perubahan sikap komunikan setelah menerima dakwah. Efek dakwah merupakan bagian yang berkaitan dengan respons yang muncul setelah *mad'u* menerima pesan yang disampaikan oleh *da'i*. Dalam media sosial, efek tersebut dapat diamati melalui interaksi pengguna seperti jumlah tayangan, komentar, suka, bagikan, maupun perubahan perilaku keagamaan yang muncul setelah mengonsumsi konten dakwah.[67]

Berbagai bentuk interaksi tersebut menunjukkan adanya respons pengguna terhadap konten yang disampaikan. Namun, respons yang terlihat melalui media sosial tidak selalu dapat secara langsung menunjukkan perubahan perilaku keagamaan seseorang. Oleh karena itu, dalam melihat efek dakwah melalui media digital perlu memperhatikan bentuk respons yang dapat diamati melalui interaksi pada konten. Hal tersebut dapat menjadi salah satu gambaran mengenai penerimaan masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial.[68]

b. Komunikasi Dakwah

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan menciptakan kesamaan pemahaman atau makna. Proses komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk memengaruhi sikap, membentuk pemahaman, serta mendorong perubahan perilaku penerima pesan. Dalam proses tersebut terdapat beberapa unsur yang saling berkaitan, yaitu komunikator sebagai pihak yang menyampaikan pesan, pesan sebagai informasi atau gagasan yang disampaikan, media sebagai sarana penyampaian pesan, komunikan sebagai pihak yang menerima pesan, serta efek yang muncul setelah pesan diterima. Menurut Heath dan Bryant,

---

[67] Muhyiddin, Asep, & Safei, Ahmad Agus. Metode Pengembangan Dakwah. (Bandung: Pustaka Setia. 2002).Hlm 12-16

[68] Rima dkk, "The effectiveness of Instagram and TikTok as Islamic Da'wah media: Their influence on audience religiosity. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, 4*(1), 83–98

komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang melibatkan partisipasi individu maupun kelompok dalam penggunaan simbol-simbol tertentu untuk menciptakan suatu makna.[69]

> Menurut Yanto, Syafiqurrahman, dan Sunandar, komunikasi dakwah merupakan "kegiatan menyampaikan pesan-pesan keislaman yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadis kepada individu maupun kelompok masyarakat. Penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal."[70]

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dakwah memiliki cakupan yang luas. Pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui kata-kata atau ceramah, tetapi juga dapat diwujudkan melalui tindakan, keteladanan, tulisan, gambar, video, maupun berbagai bentuk komunikasi lainnya. Perkembangan komunikasi dakwah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui majelis taklim, pengajian, ceramah, khutbah, maupun media cetak, kini dapat dilakukan melalui media digital. Media sosial memungkinkan da'i menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan cara yang lebih fleksibel, interaktif, dan mudah diakses. Kondisi tersebut menyebabkan komunikasi dakwah tidak lagi terbatas pada pertemuan secara langsung, tetapi dapat berlangsung melalui ruang digital.

komunikasi dakwah menjadi landasan untuk melihat bagaimana akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada pengguna media sosial, khususnya generasi muda. Komunikasi yang dilakukan melalui akun tersebut tidak hanya dapat dilihat dari isi pesan yang disampaikan, tetapi juga dari cara pesan dikemas, bahasa yang digunakan, bentuk visual, penggunaan audio, interaksi dengan audiens, serta respons yang muncul dari pengguna Tiktok. Dengan demikian, komunikasi dakwah dalam penelitian ini dipahami sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam melalui konten digital yang ditujukan untuk

---

[69] Bambang S.Ma'arif, Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010), Hlm 33

[70] Yanto, Y., Syafiqurrahman, S., & Sunandar, D. "Komunikasi dakwah dalam pembentukan karakter remaja" . *El-Fatih: Jurnal Dakwah dan Penyuluhan Islam* 2.2.(2023),63–70. https://doi.org/10.65178/elfatih.v2i2.23

memberikan pemahaman sekaligus mendorong perubahan positif pada kehidupan remaja.

Berdasarkan bentuk penyampaiannya, komunikasi dakwah dapat diwujudkan melalui beberapa bentuk, di antaranya:

a. Dakwah Bil-Hal

Dakwah bil-hal merupakan bentuk dakwah yang disampaikan melalui perbuatan nyata, tindakan, perilaku, dan keteladanan. Berbeda dengan dakwah yang menekankan penyampaian pesan melalui kata-kata, dakwah bil-hal menyampaikan nilai-nilai Islam melalui tindakan yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Dalam konteks ini, perilaku seorang da'i maupun lembaga dakwah dapat menjadi pesan yang memiliki pengaruh terhadap mad'u. A. Hasjmy menjelaskan bahwa dakwah berkaitan dengan perilaku, akhlak, dan keteladanan.[71] Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang dapat menyampaikan pesan dakwah bukan hanya melalui perkataan, tetapi juga melalui tindakan yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Keteladanan menjadi penting karena mad'u tidak hanya mendengar pesan yang disampaikan, tetapi juga melihat bagaimana nilai tersebut diwujudkan dalam kehidupan nyata.

Landasan mengenai keteladanan tersebut salah satunya terdapat dalam firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللهَ وَالْيَوْمَ الْاٰخِرَ وَذَكَرَ اللهَ كَثِيْرًا

Artinya:"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah."[72]

Ayat tersebut memperlihatkan bahwa keteladanan merupakan salah satu aspek penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Rasulullah Saw. tidak hanya menyampaikan ajaran Islam melalui perkataan, tetapi juga

[71] Hasimy, Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an, Bulan Bintang Jakarta 1994, h. 369

[72] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya,* CV. Toha Putra Semarang, 2004 h.336

memperlihatkan penerapannya melalui kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dakwah bil-hal memiliki kekuatan karena pesan yang disampaikan dapat diamati melalui tindakan nyata.

Hal ini memiliki relevansi dengan aktivitas *@Masjid Sejuta Pemuda.* Ketika akun tersebut menampilkan kegiatan nyata yang dilakukan oleh komunitas atau remaja masjid, konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga dapat menjadi media untuk menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diwujudkan melalui tindakan sosial. Remaja yang melihat konten tersebut dapat memperoleh gambaran bahwa menjadi remaja masjid tidak hanya berkaitan dengan mengikuti kegiatan keagamaan, tetapi juga dapat diwujudkan melalui kepedulian sosial, pelayanan kepada masyarakat, kebersamaan, dan kegiatan positif lainnya. Dengan demikian, dakwah bil-hal melalui media digital memiliki dua fungsi sekaligus. Pertama, sebagai dokumentasi kegiatan nyata yang dilakukan oleh pelaku dakwah. Kedua, sebagai media keteladanan yang dapat memberikan inspirasi kepada audiens.

b. Dakwah Bil-Lisan

Dakwah bil-lisan merupakan bentuk dakwah yang dilakukan melalui penyampaian pesan secara verbal atau menggunakan bahasa sebagai sarana utama komunikasi. Bentuk dakwah ini dapat ditemukan dalam kegiatan ceramah, khutbah, pidato, pengajian, diskusi keagamaan, kajian, maupun nasihat yang disampaikan secara langsung kepada mad'u. Dalam perspektif ilmu komunikasi, dakwah bil-lisan termasuk dalam komunikasi verbal karena pesan disampaikan melalui penggunaan bahasa, baik secara langsung maupun melalui media.[73]

Perkembangan teknologi digital kemudian memberikan ruang baru bagi dakwah bil-lisan. Pesan yang sebelumnya disampaikan melalui ceramah secara langsung kini dapat dikemas dalam bentuk video pendek, podcast, siaran langsung, maupun konten audiovisual yang dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial. Perubahan tersebut membuat dakwah bil-lisan menjadi

[73] Rohman, Abdul, Abdul Rahman, dan Amin. "Ragam Komunikasi Dakwah bi Al-Lisan dalam Perspektif Al-Qur'an." *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 2 No. 2.
Kamaluddin. "Bentuk-bentuk Komunikasi dalam perspektif Dakwah Islam". Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah, 2,2 (2022), 262-263

lebih fleksibel karena audiens dapat menerima pesan sesuai dengan waktu dan tempat yang mereka pilih. Tiktok menjadi salah satu media yang memungkinkan dakwah bil-lisan dikemas secara lebih singkat dan menarik. Karakteristik video pendek membuat penyampai dakwah perlu menyusun pesan secara padat agar inti pesan dapat dipahami oleh audiens dalam waktu yang relatif singkat. Penggunaan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari juga menjadi penting, khususnya ketika sasaran dakwah adalah remaja.[74]

Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda,* dakwah bil-lisan dapat dilihat dari konten yang menyampaikan pesan keislaman melalui ucapan. Misalnya, ketika narasumber menyampaikan nasihat mengenai pentingnya menjaga salat, pergaulan remaja, akhlak, kepedulian sosial, peran pemuda, maupun pentingnya memakmurkan masjid. Pesan tersebut kemudian dikemas dalam bentuk video Tiktok sehingga dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Namun, keberhasilan dakwah bil-lisan melalui Tiktok tidak hanya bergantung pada materi yang disampaikan. Cara penyampaian juga menjadi bagian penting dari komunikasi dakwah. Bahasa yang terlalu formal dan sulit dipahami dapat membuat pesan kurang menarik bagi remaja. Sebaliknya, penggunaan bahasa yang komunikatif dan sesuai dengan konteks kehidupan generasi muda dapat membantu menciptakan kedekatan antara komunikator dengan audiens.

c. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial merupakan teori yang menjelaskan bahwa media tidak sekadar menjadi alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku, pola pikir, serta pemahaman masyarakat terhadap suatu realitas. Melalui pesan yang disampaikan secara terus-menerus, media dapat memengaruhi bagaimana seseorang melihat, memahami, dan memberikan makna terhadap suatu fenomena yang terjadi di lingkungan sosialnya.[75] Dengan demikian, media memiliki posisi yang cukup penting dalam proses

[74] Kamaluddin. ”Bentuk-bentuk Komunikasi dalam perspektif Dakwah Islam”. Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah, 2,2 (2022), 262-263

[75] Bungin, Burhan.*Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana. 2008). Hlm 203-208

terbentuknya pemahaman masyarakat karena informasi yang disampaikan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan, tetapi juga dapat membentuk cara pandang tertentu terhadap suatu realitas.

Teori konstruksi sosial dikembangkan oleh Burhan Bungin berdasarkan teori konstruksi sosial yang sebelumnya diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial pada dasarnya terbentuk melalui proses sosial yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat. Realitas tersebut tidak hadir begitu saja dan diterima secara langsung oleh individu, melainkan terbentuk melalui proses interaksi, komunikasi, serta pemberian makna yang dilakukan secara terus-menerus. Dalam perkembangannya, konsep konstruksi sosial juga dapat digunakan untuk melihat bagaimana media berperan dalam proses pembentukan realitas di tengah masyarakat.[76]

Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk melakukan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi wadah dalam pembentukan realitas sosial di masyarakat.[77] Realitas yang dibangun melalui media dapat terlihat dari bagaimana suatu pesan diproduksi, disebarkan, diterima, kemudian dimaknai oleh masyarakat. Dalam penelitian ini, proses tersebut digunakan untuk memahami bagaimana akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menyampaikan pesan dakwah serta bagaimana pesan tersebut dapat membentuk pemahaman remaja mengenai peran mereka dalam kehidupan keagamaan dan sosial.

Dalam teori konstruksi sosial, terdapat tiga proses utama yang digunakan untuk melihat bagaimana suatu realitas sosial terbentuk, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga proses tersebut saling berkaitan dan berlangsung secara berkelanjutan. Eksternalisasi berkaitan dengan proses ketika gagasan atau nilai dituangkan ke dalam tindakan maupun pesan, objektivasi berkaitan dengan proses ketika pesan tersebut diterima sebagai suatu kenyataan yang memiliki makna, sedangkan internalisasi berkaitan dengan proses ketika nilai yang telah diterima

---

[76] Kussanti,Devi Putri. "Kontruksi Sosisal Media pada makna Realitas Tiktok di Masyarakat. *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3. No 2, hlm 119-122. (2022)

[77] Kussanti, Devy Putri. Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas Tiktok di Masyarakat. *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3. No. 2, hlm. 119–122.(2022) https://doi.org/10.31294/jpr.v3i2.1639

kemudian menjadi bagian dari kesadaran individu.

1. Eksternalisasi

Menurut Burhan Bungin "Eksternalisasi merupakan proses ketika individu atau kelompok mengekspresikan ide, nilai, pengalaman, maupun pengetahuan ke dalam bentuk tindakan, simbol, atau pesan yang dapat diterima oleh Masyarakat". [78] Pada tahap ini, sesuatu yang sebelumnya berada dalam pemikiran atau gagasan individu maupun kelompok kemudian diwujudkan dalam bentuk nyata sehingga dapat dilihat, diketahui, dan dipahami oleh orang lain.

Konten dakwah yang dipublikasikan juga memperlihatkan bagaimana aktivitas keagamaan dan sosial tidak hanya dilakukan secara langsung di lingkungan masjid, tetapi dapat diperkenalkan kepada masyarakat melalui media digital. Misalnya, kegiatan berbagi makanan gratis dan penyediaan tempat singgah bagi musafir dapat menjadi bentuk penyampaian nilai kepedulian dan pelayanan kepada masyarakat. Ketika kegiatan tersebut ditampilkan melalui konten Tiktok, aktivitas nyata yang dilakukan oleh pihak masjid kemudian menjadi pesan yang dapat diketahui oleh masyarakat yang lebih luas.

2. Objektivasi

Objektivasi merupakan proses ketika pesan, nilai, atau realitas yang telah dipublikasikan diterima dan dipahami oleh masyarakat sebagai suatu kenyataan yang dianggap benar atau penting.[79] Pada tahap ini, pesan yang sebelumnya merupakan hasil dari proses penyampaian gagasan mulai memperoleh makna dalam kehidupan sosial. Masyarakat tidak lagi hanya melihat pesan sebagai informasi yang disampaikan oleh media, tetapi mulai memberikan pemahaman dan penilaian terhadap pesan tersebut.

Objektivasi dapat dilihat dari bagaimana audiens memberikan respons terhadap konten dakwah akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*. Respons tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya diterima sebagai informasi,

---

[78] Bungin, Burhan.*Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana. 2008). Hlm 210-214

[79] Rifa'i, Badru. Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media. *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 3.No.01, hlm. 29–42.(2024)

tetapi juga dimaknai sebagai nilai yang layak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya respons dari audiens, pesan yang disampaikan melalui konten digital menjadi bagian dari proses interaksi antara pengelola akun dengan masyarakat.

Pada tahap ini, konten dakwah yang awalnya dibuat oleh pengelola akun kemudian mendapatkan makna dari audiens. Misalnya, konten mengenai ajakan memakmurkan masjid dapat dipahami sebagai ajakan untuk meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan masjid. Begitu pula dengan konten mengenai kegiatan sosial dapat dimaknai sebagai contoh penerapan nilai kepedulian dan berbagi kepada sesama.

3. Internalisasi

Internalisasi merupakan proses ketika nilai-nilai yang telah diterima individu menjadi bagian dari kesadaran diri sehingga memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.[80] Pada tahap ini, nilai yang sebelumnya diterima melalui proses komunikasi tidak hanya berhenti pada pemahaman, tetapi mulai masuk ke dalam diri individu. Nilai tersebut kemudian dapat menjadi dasar dalam menentukan sikap dan tindakan seseorang.

Internalisasi dianalisis melalui bagaimana konten dakwah akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* mampu membentuk pemahaman remaja mengenai pentingnya memakmurkan masjid, meningkatkan kepedulian sosial, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah. Konten yang menampilkan kegiatan keagamaan dan sosial dapat menjadi contoh bagi remaja mengenai bentuk keterlibatan mereka dalam kehidupan masyarakat. Pemahaman mengenai pentingnya memakmurkan masjid dapat mendorong remaja tidak hanya menjadikan masjid sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang untuk melakukan berbagai kegiatan positif. Sementara itu, konten yang memperlihatkan aktivitas sosial dapat menumbuhkan kesadaran bahwa remaja juga mempunyai peran dalam membantu dan memberikan manfaat kepada orang

[80] Fathilah, Sultan Akrabu, Fitrayani, Ana, & Bahtiar, Syamsul. Konstruksi Realitas Sosial melalui Algoritma Media Digital dalam Perspektif Ilmu Sosial Modern Indonesia. PERSEPTIF: *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 3.No. 4.Hlm, 174–182.(2025) 10.70716/perseptif

lain.

Melalui ketiga proses tersebut, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, media sosial dapat membentuk cara pandang remaja terhadap peran mereka dalam masyarakat. Ketiga proses tersebut menunjukkan adanya hubungan antara pesan yang diproduksi, pesan yang diterima dan dimaknai, serta nilai yang kemudian masuk ke dalam kesadaran individu.

d. Remaja Masjid

Remaja masjid merupakan suatu kelompok atau organisasi pemuda Islam yang berada di lingkungan masjid dan memiliki peran aktif dalam memakmurkan masjid melalui kegiatan keagamaan, sosial, dan pendidikan. Secara konseptual, remaja masjid tidak hanya dipahami sebagai kumpulan individu usia muda, tetapi sebagai wadah pembinaan generasi Islam yang memiliki kesadaran spiritual, sosial, dan intelektual.[81]

Remaja masjid menjadi penting karena diposisikan sebagai aktor utama dalam proses dakwah, bukan sekadar objek pembinaan. Remaja masjid dapat menjadi subjek aktif yang mampu menyebarkan, memproduksi, dan mengembangkan pesan keislaman, termasuk melalui media digital seperti Tiktok. Keberadaan mereka juga menunjukkan bahwa masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai sarana pembinaan generasi muda Islam yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.[82]

Secara etimologis, remaja masjid dapat diartikan sebagai wadah pembinaan generasi muda Islam yang berfungsi meningkatkan kualitas keimanan, keilmuan, dan keterampilan sosial melalui aktivitas yang berpusat di masjid. Menurut Didin Hafidhuddin, generasi muda Islam memiliki tanggung jawab besar dalam melanjutkan dakwah dan menjaga nilai-nilai keislaman dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, remaja masjid perlu dibina agar memiliki

---

[81] Siswanto. *Panduan Praktis Organisasi Remaja Masjid*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2005). Hlm 48-50

[82] Muh.Santoso,Ahmad,Indra Kristianto.” Implementasi Sistem Informasi Dakwah dan Organisai Remaja Masjid Nur Rohman Berbasis Web,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pamulang* 3,No. 2 (2022), hlm. 143-150. (openjournal.unpam.ac.id)

pemahaman agama yang baik serta mampu berkontribusi dalam kegiatan sosial dan keagamaan.[83]

e. Peradaban Islam di Era Digital

Peradaban Islam di era digital merupakan kondisi ketika nilai-nilai Islam tetap dijaga, diterapkan, dan dikembangkan di tengah kemajuan teknologi serta perkembangan media digital yang semakin pesat.[84] Kehadiran internet dan media sosial telah membawa perubahan dalam cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, belajar, dan membangun hubungan sosial. Media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan YouTube telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi Z. Kondisi tersebut menjadikan media digital memiliki pengaruh terhadap pola pikir, perilaku, dan gaya hidup generasi muda Islam.[85]

Dalam buku Sejarah Peradaban Islam: Jejak dan Relevansi dari Masa Klasik ke Era Digital, Sabanul Yamin dan rekan-rekan membahas perjalanan peradaban Islam sekaligus relevansinya dengan kehidupan masyarakat masa kini. Perkembangan sejarah tersebut dapat menjadi bahan pembelajaran bagi umat Islam untuk memahami warisan peradaban terdahulu dan mengambil nilai-nilai positif yang dapat diterapkan pada masa sekarang.[86] Perkembangan era digital memberikan dampak positif sekaligus negatif bagi kehidupan umat Islam. Di satu sisi, masyarakat semakin mudah memperoleh informasi dan pengetahuan Islam. Namun, di sisi lain, muncul berbagai tantangan seperti hedonisme, individualisme, pergaulan bebas, konten negatif, cyberbullying, kecanduan media sosial, hoaks, ujaran kebencian, serta

---

[83] Didin Hafidhudin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press. 1998), ISBN: 979-561-498-3.

[84] Khodafi, M., Zulaili, I. N., Juma, & Sa'adah, S. I. (2024). Islamic civilization in the digital era: The diversity of Muslim religious expression in social media. *JUSPI (Jurnal Sejarah Peradaban Islam), 8*(1), 70–88. https://doi.org/10.30829/juspi.v8i1.19137

[85] Arini Vina Mawaddah. "Jejak Peradaban Islam di Era Budaya Digital: Transformasi dan Tantangan." Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Paramadina, Vol. 7 No. 1, 2025, hlm. 45–58. https://doi.org/10.51353/v074mc71

[86] Yamin, S., Khumaidi, M. W., Syahyudi, A., Khoiri, A., Jaya, H., & Rudiansyah, F. (2025). Sejarah peradaban Islam: Jejak dan relevansi dari masa klasik ke era digital. Penerbit Adab.

pemahaman agama yang kurang tepat.[87]

Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menjadi salah satu contoh pemanfaatan media digital dalam membangun peradaban Islam di era modern. Akun tersebut digunakan sebagai media dakwah untuk mengajak generasi muda lebih dekat dengan masjid dan nilai-nilai Islam. Kontennya tidak hanya berupa ceramah agama, tetapi juga motivasi Islami, ajakan memakmurkan masjid, pembahasan kehidupan remaja, dan isu sosial yang berkembang di masyarakat. Penggunaan bahasa yang ringan, visual yang menarik, dan video pendek membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran keagamaan dan memperkuat identitas Islam di kalangan remaja.[88]

f. Platform Tiktok

Tiktok merupakan media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengunggah, dan membagikan berbagai jenis konten. Karakteristik Tiktok yang mengutamakan video singkat, visual, dan interaksi menjadikannya salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi, edukasi, maupun pesan keagamaan. Media sosial juga memungkinkan pesan disebarluaskan secara cepat dan dapat menjangkau pengguna yang lebih luas melalui interaksi dan penyebaran konten antarpengguna.[89]

Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah menjadi relevan karena generasi muda, khususnya Generasi Z, memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Penelitian Kusumawati dan Sitika menunjukkan bahwa Tiktok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam bagi Generasi Z karena pesan keagamaan dapat dikemas secara lebih interaktif, menarik, dan sesuai dengan

---

[87] Khaerul Rizal dan Susanto Sumardi. "Dakwah dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Syiar Islam." Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3 No. 1, 2024, hlm. 25–38. (journal.as-salafiyah.id)

[88] Firmansyah Nugroho Nurokhman dkk. "Dakwah Bil Hal by the Onsight Foundation to Address the Clean Water Crisis", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2025). Hlm. 258-262 10.54150/syiar

[89] Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2017). Hlm. 11–20.

perkembangan teknologi.[90] Penelitian Nabillah dan Romadi juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan penyampaian yang menyesuaikan karakteristik generasi muda dapat menarik perhatian Generasi Z terhadap konten dakwah di Tiktok.[91]

Salah satu akun yang memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah digital adalah akun *@Masjid Sejuta Pemuda*. Akun ini tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keislaman, tetapi juga menampilkan berbagai kegiatan sosial dan aktivitas masjid, seperti berbagi makanan, membantu musafir, mengajak masyarakat memakmurkan masjid, serta memberikan motivasi Islami. Salah satu kontennya menampilkan kepedulian terhadap musafir yang singgah di masjid.[92] Pemanfaatan media digital tersebut memiliki kaitan dengan peran remaja masjid sebagai generasi muda yang dapat berkontribusi dalam kegiatan keagamaan dan sosial. Melalui media sosial, kegiatan masjid dapat diperkenalkan kepada masyarakat secara lebih luas dan generasi muda dapat didorong untuk terlibat dalam kegiatan yang positif.

[90] Kusumawati, Janisa & Sitika, Ahmad Junaedi. (2024). "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi Z." *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan, Penelitian dan Pemikiran Keislaman*, 11(3), 271–283

[91] Nabillah, Aini & Romadi, Pipir. (2024). "Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul." *Idarotuna*, 6(1), 51–64.

[92] Putra, Robby Aditya, Adde, Exsan & Fitri, Maulida. (2023). "Media Dakwah TikTok untuk Generasi Z." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1).

BAB III
PROFIL OBJEK PENELITIAN

A. Profil Channel Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Masjid Sejuta Pemuda merupakan masjid yang berada di Kota Sukabumi, Jawa Barat. Gagasan pendirian Masjid Sejuta Pemuda berawal dari keinginan untuk menghadirkan masjid yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga menjadi tempat yang nyaman dan terbuka bagi pemuda, anak-anak, musafir, serta masyarakat sekitar. Masjid ini didirikan atas inisiatif Ustadz Anggy F. Sulaiman bersama para pemuda sebagai bentuk upaya menghadirkan ruang yang dapat mewadahi berbagai aktivitas keagamaan, sosial, dan kepemudaan. Sebelum masjid diresmikan, tim media Masjid Sejuta Pemuda telah terbentuk dan menjalankan berbagai kegiatan di sejumlah masjid di wilayah Kota Sukabumi, salah satunya melalui kegiatan *Marbot Camp*.[93]

Gagasan tersebut mulai muncul pada tahun 2021 dan kemudian diwujudkan dengan berdirinya Masjid Sejuta Pemuda pada 9 Maret 2024. Nama "Sejuta Pemuda" mencerminkan semangat untuk melibatkan generasi muda dalam berbagai aktivitas masjid serta menjadikan pemuda sebagai bagian penting dalam pengembangan kehidupan masjid. Dalam perkembangannya, aktivitas Masjid Sejuta Pemuda tidak hanya dilakukan secara langsung di lingkungan masjid, tetapi juga dikembangkan melalui media digital. Penggunaan media digital dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, program, pelayanan, serta pesan-pesan dakwah kepada masyarakat yang lebih luas.[94]

[93] Munandar, S. A., & Jumala, N. (2025). *Pengelolaan dan pemberdayaan fungsi masjid: Layanan inovatif dan inklusif bagi semua kalangan di Masjid At-Tin Kota Sukabumi*. 4(1), 63–83.

[94] Pitaloka, D., & Khatimah, H. (2026). Peran program dakwah terhadap Gen-Z di Masjid Sejuta Pemuda. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 7*(1), 227–242. https://doi.org/10.53429/j-kis.v7i1.2441



Gambar 3. 1 Akun TikTok Sejuta Pemuda

Sumber : Channel Tiktok Masjid Sejuta Pemuda. Diakses pada 1 September 2026

Akun Tiktok *@masjid sejuta pemuda* menjadi salah satu sarana komunikasi digital Masjid Sejuta Pemuda dalam memperkenalkan kegiatan dan menyampaikan pesan kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Melalui akun tersebut, aktivitas yang berlangsung di lingkungan masjid dapat disampaikan dalam bentuk konten digital sehingga tidak hanya dapat dilihat oleh masyarakat yang datang secara langsung, tetapi juga dapat menjangkau pengguna media sosial secara lebih luas. Pemanfaatan Tiktok ini juga menunjukkan adanya upaya Masjid Sejuta Pemuda untuk menyesuaikan penyampaian dakwah dengan pola komunikasi yang dekat dengan kehidupan generasi muda. [95]

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 1 september 2026, akun Tiktok *@masjid sejuta pemuda* memiliki sekitar 656,7 ribu pengikut dan 23,2 juta suka (*likes*)**.** Jumlah tersebut menunjukkan bahwa akun Tiktok Masjid Sejuta Pemuda memiliki jangkauan yang cukup luas dan mendapatkan respons dari pengguna media sosial. Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan akun ini relevan untuk diteliti, terutama dalam melihat bagaimana komunikasi dakwah disampaikan melalui media digital kepada masyarakat dan generasi muda.[96]

---

[95] Kholifah, Nur, & Alfiah Nur Hikmah. (2024**).**"The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque." *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 73–84. https://doi.org/10.54150/syiar.v4i2.496

[96] Masjid Sejuta Pemuda. (1 september 2026).

Konten yang disampaikan melalui akun Tiktok tersebut tidak hanya berupa penyampaian pesan keagamaan secara verbal, tetapi juga memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Masjid Sejuta Pemuda. Konten tersebut dapat berupa kegiatan kajian, aktivitas pemuda, kegiatan sosial, pelayanan kepada masyarakat, informasi program masjid, serta berbagai kegiatan yang menunjukkan keterlibatan pemuda dalam kehidupan masjid. Penggunaan media digital di Masjid Sejuta Pemuda juga berkaitan dengan penyampaian informasi mengenai fasilitas, pelayanan, serta kegiatan sosial dan dakwah yang dilakukan oleh masjid.

Karakter konten tersebut memperlihatkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui akun Tiktok *@masjid sejuta pemuda* tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga menampilkan kegiatan nyata yang dilakukan oleh masjid. Pesan yang disampaikan tidak hanya berbentuk kata-kata atau nasihat, tetapi juga dapat terlihat melalui aktivitas sosial, pelayanan, pendidikan, dan keterlibatan pemuda dalam kajian Ilmu Dakwah menginterpretasikan dakwah bil haal. Hal ini sejalan dengan konsep Masjid Sejuta Pemuda yang mengembangkan berbagai kegiatan keagamaan, pendidikan, sosial, pelayanan masyarakat, serta pemberdayaan pemuda.

B. Dakwah Digital melalui Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban

Dakwah digital merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Tiktok menjadi salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh Masjid Sejuta Pemuda sebagai sarana dakwah digital. Pemanfaatan platform ini relevan dengan tingginya penggunaan Tiktok di Indonesia, yang pada tahun 2026 tercatat mencapai 31,8%.[97] Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi sebagai sarana penyebaran pesan dakwah yang dapat menjangkau

https://www.tiktok.com/@masjidsejutapemuda?_r=1&_t=ZS-99uAnSTluGw

[97] Rendanianti, A. (2026, 2 Juni). *TikTok jadi media sosial yang paling sering diakses publik RI 2026*. GoodStats Data. https://data.goodstats.id/

masyarakat secara lebih luas.

Dakwah digital menjadi penting di era perkembangan teknologi informasi karena penyampaian pesan-pesan keagamaan perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan media komunikasi dan pola konsumsi informasi masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media digital dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan penyebaran dakwah serta meningkatkan aksesibilitas pesan-pesan Islam kepada masyarakat.

Remaja Masjid di Masjid Sejuta Pemuda ingin menularkan prinsip intergrasi dakwah dan media digital kepada masjid lain. Membangun masjid menjadi pusat peradaban bukanlah hal yang mudah apalagi era segkarang. Dmana remaja tidak lain banyak berminat untuk berkegiatan keagamaan utamanya dilingkungan masjid. Sejarah Islam mencatat bahwa masjid memiliki peran penting sebagai pusat peradaban, yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelaksanaan ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, pembinaan umat, musyawarah, dan pelayanan sosial kemasyarakatan. Fungsi tersebut menunjukkan bahwa masjid memiliki peran strategis dalam membentuk kehidupan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai keislaman.[98]

Realitas kegiatan yang ditampilkan melalui akun tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merepresentasikan peran masjid dalam membangun kepedulian sosial dan menjaga nilai-nilai keagamaan. Melalui konten yang menampilkan bantuan kepada jamaah yang mengalami kesulitan, pelayanan kepada masyarakat, serta edukasi mengenai ketertiban dalam beribadah. Representasi kegiatan tersebut dapat menjadi sumber pembelajaran mengenai pengembangan peran masjid bagi generasi muda dan berpotensi menjadi inspirasi bagi pengelolaan kegiatan dakwah di masjid lain. Dengan demikian, pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan praktik pelayanan sosial dan pembinaan keagamaan yang dilakukan di lingkungan masjid.

Penggerak peradaban hari ini tidak cukup mumpuni jika tidak mampu

[98] Bramantyo, A., dkk. Peran masjid dalam membangun peradaban manusia: The role of mosque in building human civilization. MAQOSID: Jurnal Studi Keislaman dan Hukum Ekonomi Syariah, 14(1), 44–53 (2026)

menyesuaikan diri dengan media. Sebab sebaran informasi sangat mudah dilakukan melalui media. Utamanya bahwa media berfungsi sebagai penyebaran informasi yang dapat memberikan persuasi kepada audiens

Remaja masjid sebagai penggerak peradaban, pemanfaatan media digital menunjukkan bahwa kontribusi generasi muda tidak hanya terbatas pada aktivitas keagamaan di lingkungan masjid, tetapi juga dapat diwujudkan melalui penyebaran pesan positif dan kepedulian sosial di ruang digital. Remaja masjid dapat berperan sebagai penggerak peradaban dengan menjaga nilai-nilai spiritual, membangun hubungan sosial yang baik, serta menggunakan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab. Peran tersebut direpresentasikan melalui akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* yang menampilkan berbagai aktivitas dan persoalan di lingkungan masjid dalam bentuk konten video.[99] Melalui konten tersebut, nilai-nilai seperti kepedulian terhadap jamaah, sikap saling membantu, tanggung jawab sosial, dan ketertiban dalam beribadah dapat diperkenalkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan Tiktok dalam penelitian ini dipahami sebagai salah satu bentuk pemanfaatan media digital untuk merepresentasikan peran remaja masjid sebagai penggerak peradaban dalam ranah spiritual, sosial, serta kepemimpinan dan produktivitas digital

Remaja masjid sebagai penggerak peradaban dipahami melalui tiga aspek, yaitu spiritual, sosial, serta kepemimpinan dan produktivitas digital. Aspek spiritual berkaitan dengan penguatan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Aspek sosial berkaitan dengan kepedulian dan sikap saling menghormati. Sementara itu, aspek kepemimpinan dan produktivitas digital berkaitan dengan kemampuan generasi muda memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan positif dan dakwah Islam.Berdasarkan ketiga aspek tersebut, akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dikaji untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah digital merepresentasikan peran remaja masjid sebagai penggerak peradaban. Analisis ini dilakukan melalui konten-konten yang menjadi sampel penelitian dengan

[99] Kusumawati, J., & Sitika, A. J. Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi "Z".*Al-Ulum: Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke-Islaman*, 11(3), 271–283. (2024)

memperhatikan pesan, dialog, dan tindakan yang ditampilkan dalam video.

C. Bentuk Komunikasi Dakwah yang dilakukan pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Membentuk Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban

Berdasarkan hasil penelitian terhadap konten dakwah pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda,* penulis telah mengidetifikasi 4 konten.

1. Bentuk Komunikasi Dakwah *Bil Haal* yang direpresentasikan oleh Akun Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Komunikasi dakwah bil-hal merupakan bentuk penyampaian pesan dakwah melalui tindakan nyata, perilaku, dan keteladanan yang mencerminkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Berbeda dengan dakwah bil-lisan yang lebih menekankan penyampaian pesan melalui perkataan, dakwah bil-hal menekankan praktik atau perbuatan yang dapat memberikan gambaran mengenai penerapan ajaran Islam. Gunawan dan Muhid menjelaskan:

> "*strategi komunikasi dakwah bil-hal dapat diwujudkan melalui komunikasi, aksi sosial, keteladanan, dan aktivitas yang berkaitan dengan masjid. dakwah bil-hal tidak hanya dipahami sebagai penyampaian ajaran agama secara verbal, tetapi juga melalui tindakan yang memperlihatkan nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan sosial*".[100]

Bentuk komunikasi dakwah bil-hal dikaji melalui tindakan dan pesan yang direpresentasikan dalam empat konten akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*. Konten-konten tersebut menampilkan berbagai situasi di lingkungan masjid, seperti perhatian terhadap keamanan dan ketertiban, bantuan kepada jamaah lanjut usia, interaksi dengan masyarakat, serta perilaku yang berkaitan dengan ketertiban dalam pelaksanaan ibadah.

2. Bentuk Komunikasi Dakwah *Bil Lisan* yang direpresentasikan oleh Akun Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Komunikasi dakwah bil-lisan direpresentasikan melalui penggunaan bahasa lisan dalam bentuk dialog, teguran, ajakan, dan penyampaian edukasi.

---

[100] Gunawan, R., & Muhid, A. The strategy of da'wah bil hal communication: Literature review. KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 14(1), 33–50.(2022)

Dakwah bil-lisan merupakan bentuk penyampaian pesan dakwah melalui perkataan yang bertujuan memberikan pemahaman serta mengarahkan seseorang pada perilaku yang lebih baik. Dalam konten yang diteliti, komunikasi verbal tersebut terlihat melalui interaksi antara marbot dan orang-orang yang berada di lingkungan masjid.

Ma'arif menjelaskan bahwa komunikasi dakwah bil-lisan dapat diwujudkan melalui penggunaan perkataan yang baik dan sesuai dengan konteks serta lawan bicara. Dalam konten yang diteliti, komunikasi verbal tersebut terlihat melalui interaksi antara marbot dan orang-orang yang berada di lingkungan masjid. Dialog dan ajakan yang disampaikan marbot dapat dianalisis sebagai bentuk komunikasi dakwah apabila isi perkataannya menunjukkan penyampaian pesan atau nilai yang mengarah pada kebaikan.[101]

Maka temuan bentuk komunikasi dakwah dalam penggerak peradaban remaja masjid melalui media digital tiktok Masjid Sejuta Pemuda ialah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Konten Dakwah pada Akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda

No	Judul	Link	Like	Komentar	Viewers	Mewakili Indikator Dakwah Bil-Hal dan Bil-Lisan
1	Dari awal sudah curiga marbot pantau terus gerak gerik bapak dan anak ini ditoilet masjid	https://vt.tiktok.com/ZSq39cJjT/	35,8rb	512	794,2rb	Kepedulian dan menjaga keamanan jamaah
2	Kaki marbot	https://vt.tiktok.com/ZSq3unCWs/	1.860	38	107,9rb	Kepedulian terhadap

[101] Ma'arif, Bambang Saiful. 2010. Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.hlm 36

	ditarik saat mau keluar masjid oleh seorang kakek					jamaah lansia
3	Apa salahnya ojol makan di area masjid malah ditegur pengurus	https://vt.tiktok.com/ZSq39K8RT/	7.770	107	303,2rb	Kepedulian dan pelayanan sosial kepada masyarakat
4	Bocil bercanda waktu sholat langsung kena imbasnya	https://vt.tiktok.com/ZSq39TTMe/	1.541	47	35,1rb	Menjaga ketertiban dan kekhusyukan ibadah

Sumber : Channel Tiktok Masjid Sejuta Pemuda https://www.tiktok.com/@masjidsejutapemuda?_r=1&_t=ZS-99uAnSTluGw Diakses pada 1 September 2026

Berdasarkan hasil penelitian terhadap konten dakwah pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* selama periode Agustus 2026, penulis mengidentifikasi empat konten yang mewakili indikator dakwah Bil- Haal dan Bil-Lisan. Keempat konten tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui perkataan, tetapi juga melalui tindakan nyata yang berkaitan dengan kehidupan sosial dan aktivitas di lingkungan masjid.

3. Konten "Dari awal sudah curiga marbot pantau terus gerak-gerik bapak dan anak ini di toilet masjid"



Gambar 3. 2 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Plot: Nampak seorang bapak dengan anaknya yang sedang berwudhu,tetapi terjadi kejanggalan karena pada saat berwudhu anaknya membantu bapaknya berjalan, kemudian marbot melihat kejadian itu langsung membantu.

Konten pertama menunjukkan bentuk komunikasi dakwah melalui tindakan serta lisan yang berkaitan dengan kepedulian dan menjaga keamanan jamaah. Dari segi dakwah bil-hal, tindakan marbot menunjukkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap jamaah. Sementara itu, dakwah bil-lisan dapat dilihat melalui komunikasi verbal yang dilakukan marbot ketika berinteraksi dan memberikan bantuan kepada jamaah. Perkataan tersebut berfungsi untuk membangun komunikasi serta memberikan respons terhadap kondisi orang

yang membutuhkan pertolongan.[102]

Konten tersebut memberikan gambaran bahwa pengelolaan masjid juga membutuhkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap kondisi jamaah. Ketika tindakan tersebut dikemas dalam bentuk video Tiktok, nilai kepedulian tersebut dapat diketahui oleh masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda. Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi media untuk memperlihatkan contoh perilaku yang memiliki nilai keagamaan dan sosial.

Jika dikaitkan dengan remaja masjid sebagai penggerak peradaban, konten ini memiliki keterkaitan dengan aspek kepedulian sosial dan tanggung jawab terhadap lingkungan masjid. Nilai tersebut penting karena remaja masjid tidak hanya berperan dalam kegiatan ibadah, tetapi juga dapat ikut menjaga kenyamanan, keamanan, dan ketertiban lingkungan masjid. konten ini memberikan gambaran bahwa kepedulian terhadap lingkungan masjid merupakan salah satu bentuk kontribusi generasi muda dalam kehidupan sosial dan keagamaan.

[102] Mutiawati, & Ramadhani, S. (2023). Efektivitas Dakwah Bil-Hal sebagai Solusi Penyampaian Pesan Dakwah kepada Mitra Dakwah. Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam, 10(1).

4. Konten "Kaki marbot ditarik saat mau keluar masjid oleh seorang kakek"



Gambar 3. 3 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Plot: menampilkan interaksi antara seorang marbot masjid dan seorang kakek yang mengalami kesulitan dalam berjalan. Ketika marbot hendak keluar dari masjid, kakek tersebut menarik kakinya sehingga marbot menyadari kondisi yang dialami oleh kakek tersebut. Dalam konten ini, marbot kemudian menunjukkan kepeduliannya dengan membantu dan menemani kakek tersebut, serta mengajaknya untuk makan

a. Dialog dalam Video

Video ini menampilkan seorang marbot masjid yang hendak meninggalkan area masjid. Namun, langkahnya dihentikan oleh seorang kakek yang menarik kakinya. Setelah itu, marbot tersebut mendekati kakek dan berinteraksi dengannya. Dalam video juga ditampilkan keterangan bahwa kakek tersebut mengalami kesulitan berjalan dan membutuhkan bantuan untuk mendapatkan makan siang di masjid.

Beberapa potongan dialog yang terlihat dalam video antara lain:

No	Menit	Dialog
1.	00.07-00.09	Kakek: "Saya tidak bisa jalan."

2.	00.10-00.12	Marbot: "*Sama sama ayo dipegangin aman*."
3.	00.13-00.16	Marbot: "*Ayo kita makan bareng*."
4.	00.25-00.27	Marbot: "*Silahkan, Pak*."

konten ini mengandung unsur dakwah bil-lisan, yaitu penyampaian pesan dakwah melalui perkataan. Hal tersebut terlihat dari respons marbot ketika mendengarkan kondisi kakek, menawarkan bantuan, dan mengajaknya makan bersama. Ucapan tersebut menunjukkan adanya komunikasi yang bersifat persuasif dan menenangkan, sehingga kakek merasa diperhatikan serta memperoleh bantuan sesuai kebutuhannya.

Konten ini juga memperlihatkan unsur dakwah bil-hal, yaitu penyampaian pesan dakwah melalui tindakan nyata. Marbot tidak hanya memberikan respons secara verbal, tetapi juga membantu kakek tersebut dan menemaninya untuk makan. Tindakan ini mencerminkan nilai kepedulian sosial, tolong-menolong, dan penghormatan kepada orang yang lebih tua.[103]

Dalam kaitannya dengan remaja masjid sebagai penggerak peradaban, konten ini berkaitan dengan aspek kepedulian sosial, sikap saling membantu, dan penghormatan terhadap orang yang lebih tua. Nilai tersebut dapat menjadi contoh bagi generasi muda untuk membangun hubungan sosial yang dilandasi kepedulian. Remaja masjid dapat menerapkan nilai tersebut melalui keterlibatan dalam pelayanan jamaah,

[103] Alimin, A. (2024). Metode Dakwah Bil Haal Ustadzah Zainiyah Menumbuhkan Karakter Disiplin Siswa Ma'hadul Qur'an Putri Ponpes Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo. Jurnal Multidisiplin Ibrahimy, 2(1), 80–87. https://doi.org/10.35316/jummy.v2i1.5474

kegiatan sosial, serta perhatian terhadap masyarakat yang membutuhkan bantuan.

5. Konten "Apa salahnya ojol makan di area masjid malah ditegur pengurus"



Gambar 3. 4 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Plot: Video ini diawali dengan menampilkan seorang pengemudi ojek online yang sedang makan di area masjid. Situasi tersebut kemudian memperlihatkan kedatangan marbot masjid yang menghampiri dan menegur pengemudi ojek online karena makan di area tersebut.

No	Menit	Dialog
1.	00.03-00.06	Marbot: "eh pak-pak jangan makan disini, bungkus lagi aja pak makananya"
2.	00.07-00.08	Bapak: "Baik Pak"
3.	00.08-00.09	Marbot: "Parkirnya dimana pak?"

4.	00.11-00.13	Bapak: “Parkirnya dibawah pak”
3.	00.13-00.30	Marbot: “ Ayo kebawah aja. Pak,sebentar kenapa dipindahin kebawah. Soalny dibawah lagi ada bagi makan-makan gratis”
4.	00.35-00.41	Ojol: “Alhamdulillah Kebetulan, teman saya belum makan”

Dakwah bil-lisan pada konten ini yaitu berupa teguran dan perkataan marbot yang menunjukkan adanya komunikasi verbal dalam menyikapi situasi di lingkungan masjid. Dialog tersebut menjadi bagian dalam penyampaian pesan karena memperlihatkan bagaimana komunikasi dilakukan ketika pengurus masjid berinteraksi dengan masyarakat. Perkataan marbot yang menawarkan makanan juga menunjukkan ajakan untuk menerima bantuan.

Sementara itu, dakwah bil-hal terlihat melalui tindakan memberikan makanan kepada pengemudi ojek online yang membutuhkan. Tindakan tersebut menunjukkan kepedulian sosial dan pelayanan kepada masyarakat. Dengan demikian, konten ini memperlihatkan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui perkataan yang komunikatif sekaligus tindakan nyata yang memberikan manfaat.

Konsep remaja masjid sebagai penggerak peradaban pada konten ini memiliki keterkaitan dengan aspek kepedulian sosial dan pelayanan kepada masyarakat. Remaja masjid sebagai generasi muda dapat mengambil peran dalam berbagai kegiatan sosial dan pelayanan masyarakat. Keberadaan masjid tidak hanya dipahami sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai tempat yang

dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat.[104]

6. Konten "Bocil bercanda waktu sholat langsung kena imbasnya"



Gambar 3. 5 Konten Tiktok Masjid Sejuta Pemuda

Plot: Video ini diawali dengan menampilkan seorang anak yang bercanda ketika shalat berlangsung di lingkungan masjid. Kemudian marbot mengarahkan ke sebuah ruangan, didalam ruangan tersebut mereka diberikan edukasi. Perilaku tersebut menjadi fokus utama dalam video karena berkaitan dengan ketertiban dan kekhusyukan ibadah. Selanjutnya, video memperlihatkan respons terhadap perilaku anak tersebut, sebagaimana digambarkan melalui judul "Bocil bercanda waktu sholat langsung kena imbasnya". Rangkaian peristiwa tersebut menunjukkan adanya persoalan mengenai sikap dan perilaku seseorang ketika berada dalam suasana ibadah.

Dakwah bil-lisan dalam konten ini yaitu penyampaian pesan dakwah melalui perkataan. Unsur tersebut terlihat dalam proses pemberian arahan dan edukasi oleh marbot kepada anak-anak. Melalui komunikasi verbal, marbot berupaya memberikan pemahaman mengenai perilaku yang sesuai dengan suasana ibadah. Namun, untuk memperkuat analisis ini, dialog yang

[104] Samanto, H. dkk. (2024). Optimalisasi Peran Remaja Masjid dalam Meningkatkan Kegiatan Sosial dan Keagamaan di Masjid Desa Kismoyoso. BUDIMAS: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2).

disampaikan marbot perlu dicantumkan sesuai dengan ucapan yang benar-benar terdengar dalam video.

Konten ini juga menunjukkan unsur dakwah bil-hal melalui tindakan marbot dalam mengarahkan dan membina anak-anak. Tindakan tersebut mencerminkan adanya kepedulian terhadap pembentukan perilaku dan ketertiban di lingkungan masjid. Pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui perkataan, tetapi juga melalui tindakan pembinaan yang bertujuan memberikan pemahaman kepada generasi muda.[105]

Remaja masjid sebagai penggerak peradaban, konten ini memiliki keterkaitan dengan aspek pembentukan akhlak, kedisiplinan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan masjid. Remaja masjid dapat berperan dalam menciptakan suasana masjid yang tertib dan nyaman serta memberikan contoh perilaku yang baik kepada masyarakat. Nilai kedisiplinan dan akhlak tersebut merupakan bagian penting dalam membentuk generasi muda yang memiliki tanggung jawab terhadap kehidupan keagamaan.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis terhadap empat konten tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi dakwah pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dilakukan melalui berbagai bentuk tindakan nyata yang berkaitan dengan kepedulian terhadap jamaah, kepedulian sosial, pelayanan kepada masyarakat, serta menjaga ketertiban dalam pelaksanaan ibadah. keempat konten tersebut memperlihatkan nilai-nilai yang dapat mendukung peran generasi muda, yaitu kepedulian sosial, tanggung jawab, pelayanan kepada masyarakat, sikap saling membantu, kedisiplinan, dan akhlak. Nilai-nilai tersebut dapat menjadi dasar bagi remaja masjid untuk tidak hanya aktif dalam kegiatan keagamaan, tetapi juga berkontribusi dalam kehidupan sosial masyarakat.

[105]Agustin, R. D., Afidah, I., & Muttaqin, A. (2025). Dakwah Bil Hal dalam Praktik Sosial Keagamaan Masjid Baitul Huda. Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication, 5(2).

BAB IV
ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Analisis Proses Kontruksi Sosial pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban

Peneliti tidak hanya menjelaskan suatu fenomena, tetapi juga memahami makna, hubungan, dan alasan terjadinya fenomena tersebut berdasarkan teori yang digunakan.[106] Proses konstruksi sosial pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial terbentuk melalui proses yang berlangsung secara dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga proses tersebut menunjukkan hubungan antara manusia dengan lingkungan sosialnya, yaitu ketika manusia menciptakan realitas sosial, realitas tersebut menjadi sesuatu yang dianggap objektif, kemudian realitas tersebut kembali dipahami dan dimaknai oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk melihat bagaimana aktivitas dakwah pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* membentuk dan menyebarkan realitas mengenai peran masjid serta remaja masjid dalam kehidupan sosial.[107]

Penggunaan teori konstruksi sosial dalam penelitian mengenai dakwah digital menjadi relevan karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga dapat menjadi ruang pembentukan realitas sosial. Melalui media digital, peristiwa atau tindakan yang terjadi dalam kehidupan nyata dapat ditampilkan kepada masyarakat dalam bentuk konten yang kemudian dilihat, ditafsirkan, dan diberikan makna oleh pengguna media social.[108] Oleh

---

[106] Ahmad Junaidi, 'Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)', 231–37.

[107] Kussanti, Devy Putri. Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas Tiktok di Masyarakat. *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3. No. 2, hlm. 119–122.(2022) https://doi.org/10.31294/jpr.v3i2.1639

[108] Rifa'i, B."Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media." *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI*, 3(1), 29–42. (2025)

karena itu, akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dapat dipahami sebagai ruang digital yang menampilkan realitas kehidupan masjid sekaligus menyebarkan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat.

a. Proses Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan proses ketika manusia mengekspresikan atau mencurahkan dirinya ke dalam kehidupan sosial melalui tindakan, aktivitas, maupun pemikiran. Proses ini menunjukkan bagaimana gagasan, nilai, dan pemikiran manusia diwujudkan dalam kehidupan nyata melalui aktivitas fisik maupun mental.[109] Pada konten pertama, eksternalisasi terlihat ketika marbot membantu seorang bapak yang mengalami kesulitan berjalan saat berwudu bersama anaknya. Pada konten kedua, proses tersebut ditunjukkan melalui tindakan marbot yang membantu dan menemani seorang kakek yang mengalami kesulitan berjalan serta mengajaknya makan. Konten ketiga, marbot memberikan makanan kepada pengemudi ojek online yang belum makan. Adapun pada konten keempat, marbot memberikan edukasi kepada anak-anak yang bercanda ketika salat berlangsung. Keempat konten tersebut memperlihatkan bagaimana nilai kepedulian, pelayanan sosial, dan tanggung jawab dalam menjaga ketertiban ibadah diwujudkan melalui tindakan yang kemudian dikomunikasikan kepada masyarakat melalui media digital.

Proses eksternalisasi dalam penelitian ini tercermin dari tindakan-tindakan yang ditampilkan dalam empat konten Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*. Konten tersebut tidak hanya memperlihatkan aktivitas di lingkungan masjid, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui tindakan nyata dengan mebemberikan edukasi dan penyebaran pesan di ruang digital.[110]

---

[109] Bungin, Burhan.*Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana. 2008). Hlm 210-214

[110] Rifa'i, B.“Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media.” *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI*, 3(1), 29–42. (2025)

b. Proses Objektivasi

Objektivasi dalam penelitian ini merupakan proses ketika nilai-nilai yang diwujudkan melalui tindakan sosial ditampilkan secara berulang sehingga membentuk gambaran mengenai kenyataan sosial yang berkaitan dengan fungsi masjid dan peran pengelolanya.[111] Proses objektivasi terlihat ketika aktivitas dan nilai-nilai yang terdapat dalam kehidupan Masjid Sejuta Pemuda ditampilkan dalam bentuk konten Tiktok. Peristiwa yang sebelumnya hanya diketahui oleh orang-orang yang berada di lingkungan masjid kemudian dapat dilihat oleh pengguna media sosial. Dengan demikian, Tiktok menjadi ruang yang membuat aktivitas dakwah dan kehidupan sosial di masjid menjadi realitas yang dapat diamati oleh masyarakat secara lebih luas.

Objektivasi dapat dilihat melalui pengulangan nilai yang terdapat dalam konten-konten yang diteliti. Beberapa konten menunjukkan nilai kepedulian terhadap jamaah, perhatian terhadap jamaah lanjut usia, pelayanan sosial kepada masyarakat, serta menjaga ketertiban dalam pelaksanaan ibadah. Pengulangan nilai tersebut membentuk gambaran mengenai masjid sebagai lembaga yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang sosial bagi masyarakat.[112] Media sosial dapat menjadi bagian dari proses konstruksi realitas karena informasi yang disajikan melalui media dapat membentuk cara masyarakat melihat suatu peristiwa. Dalam konteks akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*, tindakan yang terjadi di lingkungan masjid tidak berhenti sebagai peristiwa sehari-hari, tetapi diubah menjadi konten yang memiliki pesan dakwah dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat melalui media digital.

Objektivasi juga dapat dilihat dari adanya respons pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Beberapa konten memperoleh jumlah penayangan, tanda suka, dan komentar yang cukup tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan

---

[111] Rifa'i, Badru. Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media. *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 3.No.01, hlm. 29–42.(2024)

[112] Munandar, S. A., & Jumala, N. Pengelolaan dan Pemberdayaan Fungsi Masjid: Layanan Inovatif dan Inklusif Bagi Semua Kalangan di Masjid At-Tin Kota Sukabumi. *Seulanga: Jurnal Pendidikan dan Pelatihan*, **4**(1), 63–83.(2025)

bahwa realitas yang ditampilkan melalui konten memperoleh perhatian dari pengguna

Tiktok. Namun, jumlah penayangan, suka, dan komentar tidak dapat secara langsung dijadikan bukti bahwa seluruh penonton mengalami perubahan perilaku. Data tersebut lebih tepat digunakan untuk menunjukkan adanya perhatian dan interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Dalam kaitannya dengan pembentukan remaja masjid sebagai penggerak peradaban, proses objektivasi menunjukkan bahwa nilai kepedulian, tanggung jawab, pelayanan sosial, dan ketertiban dapat dibangun menjadi gambaran mengenai peran generasi muda di lingkungan masjid. Melalui konten digital, remaja masjid dapat melihat bahwa aktivitas di masjid tidak hanya berkaitan dengan kegiatan ibadah, tetapi juga dapat mencakup kegiatan sosial dan pemanfaatan teknologi digital untuk menyebarkan nilai positif.[113]

c. Proses Internalisasi

Internalisasi merupakan proses ketika realitas sosial yang telah terbentuk kemudian masuk ke dalam kesadaran individu dan menjadi bagian dari pemahaman dirinya.[114] Proses internalisasi dapat dikaitkan dengan bagaimana pengguna Tiktok menerima dan memberikan makna terhadap pesan yang terdapat dalam konten *@Masjid Sejuta Pemuda*. Konten yang menampilkan kepedulian terhadap jamaah, pelayanan sosial, penghormatan terhadap orang yang lebih tua, dan menjaga ketertiban dalam ibadah dapat memberikan gambaran kepada pengguna mengenai nilai-nilai yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.[115]

Objektivasi dapat dilihat melalui pengulangan nilai-nilai sosial dan keagamaan yang direpresentasikan dalam konten-konten yang diteliti. Beberapa konten menampilkan nilai kepedulian terhadap jamaah, perhatian terhadap

---

[113] Pitaloka, D., & Khatimah, H. Peran Program Dakwah terhadap Gen-Z di Masjid Sejuta Pemuda. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 7*(1). (2026)

[114] Fathilah, Sultan Akrabu, Fitrayani, Ana, & Bahtiar, Syamsul. Konstruksi Realitas Sosial melalui Algoritma Media Digital dalam Perspektif Ilmu Sosial Modern Indonesia. PERSEPTIF: *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 3.No. 4.Hlm, 174–182.(2025) 10.70716/perseptif

[115] Surohim, S., Novriady, D., Firmasari, D., & Guntari, L. Internalisasi Nilai Religius pada Remaja di Desa Bajak 1 Bengkulu Tengah. *EL-TA'DIB: Journal of Islamic Education, 3*(1). (2023)

jamaah lanjut usia, pelayanan sosial kepada masyarakat, serta upaya menjaga ketertiban dalam pelaksanaan ibadah. Pengulangan representasi nilai tersebut membentuk gambaran mengenai masjid sebagai lembaga yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memberikan pelayanan dan menumbuhkan kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa fungsi masjid dapat dikembangkan melalui pelayanan yang inovatif dan inklusif bagi berbagai kalangan.[116]

B. Konstruksi Sosial yang Terbentuk pada Akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda dalam Membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban

Berdasarkan analisis proses konstruksi sosial yang meliputi eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, dapat diketahui bahwa akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga menjadi ruang yang merepresentasikan realitas sosial mengenai peran remaja masjid di era digital. Melalui konten-konten yang dipublikasikan, akun tersebut menampilkan gambaran mengenai remaja masjid sebagai generasi yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial, memiliki kepedulian terhadap sesama, serta mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah. Konstruksi tersebut dapat dilihat dari pesan dan tindakan yang ditampilkan dalam empat konten yang menjadi objek penelitian.

1. Remaja Masjid sebagai Agen Kepedulian Sosial

   Konstruksi sosial pertama yang terlihat adalah remaja masjid sebagai agen kepedulian sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari konten yang menampilkan perhatian terhadap jamaah, kepedulian terhadap jamaah lanjut usia, serta pelayanan kepada masyarakat yang berada di lingkungan masjid. Keempat konten yang dianalisis menunjukkan bahwa aktivitas di masjid tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan ibadah, tetapi juga memiliki dimensi sosial dalam memberikan perhatian, pelayanan, dan kenyamanan kepada

[116] Muhammadiyah, M. H., Rofi, S., & Huda, H. "Pengaruh Dakwah Digital TikTok terhadap Sikap Beribadah Remaja Masjid di Desa Gambangan Kec. Maesan Kab. Bondowoso." *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(2). (2026)

masyarakat. Dengan demikian, konten Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merepresentasikan kepedulian sosial sebagai salah satu nilai yang melekat pada peran remaja masjid.[117]

Konstruksi tersebut dapat dikaitkan dengan proses eksternalisasi, karena nilai kepedulian sosial dituangkan dalam bentuk tindakan nyata yang kemudian ditampilkan melalui media Tiktok. Selanjutnya, melalui proses objektivasi, tindakan tersebut menjadi gambaran yang dapat diamati oleh masyarakat mengenai bagaimana kehidupan sosial di lingkungan masjid dijalankan. Pada tahap internalisasi, nilai kepedulian yang disampaikan melalui konten dapat menjadi bahan pemaknaan bagi pengguna media mengenai pentingnya kepedulian sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam penelitian ini, proses tersebut dipahami sebagai bentuk konstruksi pesan dan realitas sosial, bukan sebagai bukti bahwa seluruh audiens mengalami perubahan perilaku.

2. Remaja Masjid sebagai Penjaga Nilai-Nilai Keagamaan

Konstruksi sosial kedua adalah remaja masjid sebagai generasi yang menjaga nilai-nilai keagamaan. Hal tersebut terlihat dari konten yang menampilkan upaya menjaga ketertiban dan kekhusyukan dalam pelaksanaan ibadah. Konten tersebut memperlihatkan bahwa kehidupan masjid membutuhkan sikap disiplin, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap pelaksanaan ibadah. Dengan demikian, akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* merepresentasikan remaja masjid tidak hanya sebagai pihak yang mengikuti kegiatan keagamaan, tetapi juga sebagai bagian dari lingkungan yang ikut menjaga nilai dan ketertiban dalam kehidupan masjid.[118]

Jika dikaitkan dengan teori konstruksi sosial, tindakan menjaga ketertiban ibadah merupakan bentuk eksternalisasi nilai keagamaan ke dalam tindakan yang dapat diamati. Ketika tindakan tersebut ditampilkan secara berulang melalui media digital, nilai tersebut memperoleh makna sosial

---

[117] Kholifah, N., & Hikmah, A. N. (2024). *The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*. Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4(2), 85-98

[118] Dewi, S., Habibi, K., & Kamaruddin. *Strategi Komunikasi Dakwah Remaja Masjid dalam Menertibkan Shalat Berjamaah di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh*. SAHAFA: Journal of Islamic Communication, 8(2).(2026)

sebagai bagian dari kehidupan masjid. Selanjutnya, melalui proses internalisasi, nilai mengenai kedisiplinan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap ibadah dapat menjadi bagian dari pemaknaan yang ditawarkan kepada pengguna media. Oleh karena itu, konstruksi yang terbentuk dalam konten menunjukkan pentingnya nilai keagamaan dalam kehidupan remaja masjid.

3. Remaja Masjid sebagai Generasi Produktif di Era Digital

   Konstruksi sosial ketiga adalah remaja masjid sebagai generasi yang mampu memanfaatkan media digital secara produktif. Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah dan memperkenalkan aktivitas masjid kepada masyarakat luas. Penggunaan video pendek dengan penyajian yang komunikatif menunjukkan adanya pemanfaatan karakteristik media digital dalam penyampaian pesan keagamaan dan sosial.[119]

   Dalam penelitian ini, pemanfaatan Tiktok menunjukkan bahwa aktivitas dakwah tidak hanya berlangsung melalui ruang fisik masjid, tetapi juga dapat dikembangkan melalui ruang digital. Hal tersebut memperlihatkan adanya adaptasi kegiatan dakwah terhadap perkembangan teknologi dan karakteristik media sosial. Dengan demikian, remaja masjid dapat diposisikan sebagai pihak yang tidak hanya menjadi konsumen media digital, tetapi juga memiliki peluang untuk memanfaatkan media tersebut sebagai sarana dakwah, edukasi, dan penyebaran nilai-nilai positif.

4. Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban di Era Digital

   Konstruksi sosial keempat berkaitan dengan posisi remaja masjid sebagai penggerak peradaban. Dalam penelitian ini, istilah penggerak peradaban dibatasi pada tiga ranah, yaitu ranah spiritual, ranah sosial, serta ranah kepemimpinan dan produktivitas digital. Pembatasan tersebut diperlukan agar istilah penggerak peradaban sesuai dengan fokus penelitian dan tidak dimaknai sebagai perubahan peradaban dalam lingkup yang terlalu luas. Pada ranah

[119] Fahrudy, D., Haryani, E. R., Rahman, N. N. A., & Parhan, M. *Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial TikTok untuk Generasi Z*. Ad-DA'WAH, 24(1), 15–30.

spiritual, konten-konten yang berkaitan dengan kehidupan masjid dan ketertiban ibadah merepresentasikan pentingnya nilai keagamaan dalam kehidupan remaja. Pada ranah sosial, konten mengenai perhatian kepada jamaah, lansia, dan masyarakat menunjukkan bahwa aktivitas masjid memiliki fungsi sosial melalui kepedulian dan pelayanan kepada sesama. Sementara itu, pada ranah kepemimpinan dan produktivitas digital, penggunaan Tiktok sebagai media dakwah menunjukkan bahwa generasi muda memiliki ruang untuk memanfaatkan teknologi dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman dan nilai sosial kepada masyarakat.[120]

Berdasarkan ketiga ranah tersebut, konstruksi sosial yang ditampilkan oleh akun Tiktok *@Masjid* Sejuta *Pemuda* menggambarkan remaja masjid sebagai generasi yang tidak hanya aktif dalam kegiatan keagamaan, tetapi juga memiliki kepedulian sosial dan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Posisi tersebut menunjukkan bahwa penggerak peradaban dalam penelitian ini dipahami melalui kontribusi nyata dalam ranah spiritual, sosial, serta pemanfaatan media digital. Dengan demikian, konstruksi sosial yang terbentuk pada akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dapat dilihat melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang menghasilkan pemaknaan mengenai peran remaja masjid dalam kehidupan keagamaan, sosial, dan digital. Konten yang dianalisis merepresentasikan remaja masjid sebagai generasi yang religius, peduli terhadap sesama, mampu menjaga nilai-nilai kehidupan masjid, serta mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah. Dengan batasan tersebut, konstruksi remaja masjid sebagai penggerak peradaban dalam penelitian ini menunjukkan kontribusi pada ranah spiritual, sosial, dan kepemimpinan serta produktivitas digital.[121]

---

[120] Hidayat, R. *Peran Remaja Masjid Darussalam Kota Wisata: Sebagai Agen Perubahan Sosial Studi Partisipatif dalam Program Dakwah Berbasis Komunitas*. Spektra: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 7(2). (2025)

[121] Hidayat, R. *Peran Remaja Masjid Darussalam Kota Wisata: Sebagai Agen Perubahan Sosial Studi Partisipatif dalam Program Dakwah Berbasis Komunitas*. Spektra: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 7(2). (2025)

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kontruksi Dakwah Pembangunan pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam Mengkampanyekan Nilai-Nilai Etika Islam, yang dilakukan melalui analisis terhadap empat konten video menggunakan metode analisis konten dan Teori Konstruksi Sosial Media dari Burhan Bungin, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk Komunikasi Dakwah pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda*

   Bentuk komunikasi dakwah yang ditemukan dalam empat konten video pada akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda meliputi dakwah bil-hal dan dakwah bil-lisan. Dakwah bil-hal ditunjukkan melalui tindakan nyata, seperti kepedulian terhadap jamaah, perhatian kepada jamaah lanjut usia, pelayanan kepada masyarakat, serta upaya menjaga ketertiban dan kedisiplinan di lingkungan masjid. Sementara itu, dakwah bil-lisan disampaikan melalui dialog, teguran, dan nasihat yang mengandung pesan keagamaan serta nilai-nilai akhlak. Kedua bentuk komunikasi tersebut menunjukkan bahwa dakwah dapat disampaikan tidak hanya melalui perkataan, tetapi juga melalui tindakan yang mencerminkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Melalui publikasi konten tersebut, akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda merepresentasikan peran masjid dan generasi muda dalam menanamkan kepedulian sosial, tanggung jawab, kedisiplinan, dan akhlak yang baik.

2. Konstruksi Sosial yang terbentuk pada Akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dalam membangun Remaja Masjid sebagai Penggerak Peradaban

   Berdasarkan Teori Konstruksi Sosial Media dari Burhan Bungin, konstruksi sosial dalam konten akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dianalisis melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahap eksternalisasi terlihat ketika nilai-nilai keagamaan dan sosial diwujudkan dalam tindakan serta dipublikasikan melalui konten video. Tahap objektivasi terlihat

ketika tindakan tersebut ditampilkan sebagai gambaran nyata mengenai peran masjid dalam kehidupan keagamaan dan sosial masyarakat. Adapun tahap internalisasi berkaitan dengan bagaimana pesan dalam konten dapat menjadi bahan pemaknaan bagi audiens mengenai nilai-nilai keislaman, kepedulian sosial, dan tanggung jawab dalam kehidupan bermasyarakat.

Hasil analisis terhadap empat konten tersebut menunjukkan bahwa remaja masjid sebagai penggerak peradaban direpresentasikan melalui tiga ranah, yaitu spiritual, sosial, serta kepemimpinan dan produktivitas digital. Ranah spiritual berkaitan dengan penguatan nilai-nilai keagamaan dan akhlak. Ranah sosial ditunjukkan melalui kepedulian, pelayanan, dan sikap saling membantu. Sementara itu, ranah kepemimpinan dan produktivitas digital berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah dan menyebarkan nilai-nilai positif kepada masyarakat.

Akun Tiktok @Masjid Sejuta Pemuda berperan sebagai media dakwah digital yang menampilkan dan mengonstruksi gambaran remaja masjid sebagai generasi yang religius, peduli terhadap sesama, bertanggung jawab, dan mampu memanfaatkan teknologi untuk kegiatan dakwah. Istilah penggerak peradaban dibatasi pada representasi peran remaja masjid dalam ranah spiritual, sosial, serta kepemimpinan dan produktivitas digital yang ditemukan pada empat konten yang dianalisis. Oleh karena itu, penelitian ini menjelaskan bagaimana peran tersebut dibangun melalui konten dakwah digital, bukan membuktikan secara langsung terjadinya perubahan perilaku seluruh audiens atau perubahan peradaban masyarakat secara luas.

B. Saran

1. Saran Praktis

Bagi pengelola akun Tiktok *@Masjid Sejuta Pemuda* dan remaja masjid, diharapkan dapat terus mengembangkan pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah yang kreatif, edukatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Konten yang disajikan dapat lebih banyak menampilkan kegiatan nyata remaja masjid dalam bidang keagamaan, kepedulian sosial, pelayanan kepada jamaah, serta kegiatan yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Selain itu,

remaja masjid diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media digital secara produktif, sehingga Tiktok tidak hanya digunakan sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat nilai keagamaan, membangun kepedulian sosial, dan menunjukkan peran remaja masjid sebagai generasi yang mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di era digital.

2. Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian mengenai konstruksi sosial pada media digital, khususnya yang berkaitan dengan peran remaja masjid sebagai penggerak peradaban, dapat dikembangkan dengan menggunakan objek dan sumber data yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan wawancara dengan pengelola akun, remaja masjid, maupun pengguna media sosial untuk mengetahui secara lebih mendalam proses pemaknaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Junaidi, 'Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)', 231–37.

Alimin, A. (2024). Metode Dakwah Bil Haal Ustadzah Zainiyah Menumbuhkan Karakter Disiplin Siswa Ma'hadul Qur'an Putri Ponpes Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo. Jurnal Multidisiplin Ibrahimy, 2(1), 80–87. https://doi.org/10.35316/jummy.v2i1.5474

Amin, Samsul Munir, (2009). *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah).

Andani & Kamil. (2023), Analisis isi pesan dakwah da'i muda Husain Basyaiban di kalangan remaja pengguna TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 3.No 2, Hlm 69–74

Ansori, I., & Jaya, C. K. (2025). Komunikasi dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah, 3*(1), 1–16.

Aziz Ali Moh. (2019) Ilmu Dakwah Jakarta :Prenadamedia Group/Kencana.

Aziz, Moh. Ali. (2019). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana. Hlm. 349-356

Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana). Hlm 203-208

Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana). Hlm 210-214

Burhan Bungin, (2008) *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann* (Jakarta: Kencana)

Departemen Agama RI,. (2004) *Al-Qur'an Dan Terjemahnya,* CV. Toha Putra Semarang

Dewi,dkk.(2026). Strategi Komunikasi Dakwah Remaja Masjid dalam Menertibkan Shalat Berjamaah di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh. *SAHAFA: Journal of Islamic Communication*, 8(2).

Didin Hafidhudin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press. 1998), ISBN: 979-561-498-3.

Fahrudy Dhaefan dkk. 9(2026). "Dakwah Digital cara kreatif menyebarkan nilai

Islam di Media Sosial Tiktok untuk genarasi-z." *Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah,Komunikasi dan Penyiaran Islam* 24,no.1 hlm.15-20

Fahrudy Dhaefan dkk. 9(2026). "Dakwah Digital cara kreatif menyebarkan nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk genarasi-z." *Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah,Komunikasi dan Penyiaran Islam* 24,no.1 hlm.15-30

Fahrudy, D.dkk (2026). *Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial TikTok untuk Generasi Z*. Ad-DA'WAH, 24(1), 15–30.

Fathilah, dkk. (2025) "Konstruksi Realitas Sosial melalui Algoritma Media Digital dalam Perspektif Ilmu Sosial Modern Indonesia". PERSEPTIF: *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 3.No. 4.Hlm, 174–182

Fauzi, Ahmad. (2023), "Dampak Menonton Video Dakwah di Media Sosial Titok terhadap pengalaman Agama Remaja Masjid desa Medan Krio" *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 7,no.2 (2023), hlm.575-583.

Firmansyah Nugroho Nurokhman dkk. (2025) "Dakwah Bil Hal by the Onsight Foundation to Address the Clean Water Crisis", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2. Hlm. 258-262

Friska dkk.(2025)*."Konten Dakwah:Sebagai Sumber Dukungan Spiritual dan Mental bagai Remaja di dunia digital."* Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi 22, no.13 hlm.83-84,

Harun Nasution. (2013). *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya* Jilid I. (Jakarta: UI-Press). Hlm. 82–90.

Hasan, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*.(Sukoharjo: Tahta Media Group). (2022). H 89-90

Hasimy, Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an, Bulan Bintang Jakarta 1994, h. 369

Hidayat, R. (2025). *Peran Remaja Masjid Darussalam Kota Wisata: Sebagai Agen Perubahan Sosial Studi Partisipatif dalam Program Dakwah Berbasis Komunitas*. Spektra: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 7(2).

Hidayat, R. (2025). *Peran Remaja Masjid Darussalam Kota Wisata: Sebagai Agen Perubahan Sosial Studi Partisipatif dalam Program Dakwah Berbasis Komunitas*. Spektra: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 7(2).

Husna, Z. Z., & Muhid, A. (2021). Perkembangan dakwah melalui media sosial Instagram (Literature review). *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*,

5(2), 197–208.

Ibad Nashoihul M , (2025). *"Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tiktok: Tantangan dan Peluang."* Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa 2,no.2. hlm. 145-156.

Ilham Ansori, Candra Krisna J. "Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no.1 (2025), hlm.01-16. DOI: 10.22515/jmd.v3i1.10860.

Ismail Suardi Wekke. *Metode Penelitian Dakwah dan Komunikasi*. Edisi 1. Yogyakarta: Percetakan Bintang 2021

Kamaluddin. (2022)."Bentuk-bentuk Komunikasi dalam perspektif Dakwah Islam". Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah, 2,2.Hlm.262-263

Kholifah, N., & Hikmah, A. N. (2024). *The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*. Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4(2), 85-98

Kussanti,dkk. (2022). Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas Tiktok di Masyarakat. *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3. No. 2, hlm. 119–122.

Kusumawati, J., & Sitika, A. J. (2024).Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi "Z".Al-Ulum: Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke-Islaman, 11(3), 271–283.

Kusumawati, Janisa & Sitika, Ahmad Junaedi. (2024). "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi Z." *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan, Penelitian dan Pemikiran Keislaman*, 11(3), 271–283

Ma'arif,S Bambang. (2010), *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Masjid Sejuta Pemuda "Tidur tiduran dimasjid! musafir dipaksa bangun sama marbotnya" video 8 Mei 2026 tiktok.com https://vt.tiktok.com/ZS4ehwQ2S/

Mawaddah Vina Arini. (2025) "Jejak Peradaban Islam di Era Budaya Digital: Transformasi dan Tantangan." Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Paramadina, Vol. 7 No. 1 , hlm. 45–58.

McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika. hlm. 148–150.

Muh.Fauzi, Rendi Saputra.(2024). ”Pesan Dakwah di Era Digital dalam Perspektif Ummatan Wasathan.” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Raden Fatah Palembang* 14.No.2 hlm. 155-170

Muhammadiyah, M. H., Rofi, S., & Huda, H. (2026). “Pengaruh Dakwah Digital TikTok terhadap Sikap Beribadah Remaja Masjid di Desa Gambangan Kec. Maesan Kab. Bondowoso.” *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(2).

Muhyiddin, dkk, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia.2002)

Munandar, S. A., & Jumala, N. (2025). Pengelolaan dan Pemberdayaan Fungsi Masjid: Layanan Inovatif dan Inklusif Bagi Semua Kalangan di Masjid At-Tin Kota Sukabumi. *Seulanga: Jurnal Pendidikan dan Pelatihan*, 4(1), 63–83

Munir, M., & Ilaihi, W. (2015). *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group.)Hlm.19-24

Munir, M., & Ilaihi, W. (2015). *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group). Hlm.24-29

Mutiawati, & Ramadhani, S. (2023). Efektivitas Dakwah Bil-Hal sebagai Solusi Penyampaian Pesan Dakwah kepada Mitra Dakwah. Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam, 10(1).

Nabillah, Aini & Romadi, Pipir. (2024). “Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul.” *Idarotuna*, 6(1), 51–64.

Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media).

Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media. hlm. 11–20.

Nur Kholifah dan Alfiaj Nur H (2024). “*The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*.” *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4,no.2. hlm. 84-90.

Nur Kholifah dan Alfiaj Nur H. (2024) “*The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque*.” *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4,no.2. hlm.73-84.

Pitaloka, D., & Khatimah, H. (2026). Peran Program Dakwah terhadap Gen-Z di Masjid Sejuta Pemuda. *Jurnal Komunikasi Islam***,** 7(1), 227–242.

Pitaloka, D., & Khatimah, H. (2026). Peran Program Dakwah terhadap Gen-Z di Masjid Sejuta Pemuda. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 7*(1).

Putra, Robby Aditya, Adde, Exsan & Fitri, Maulida. (2023). "Media Dakwah Tiktok untuk Generasi Z." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1).

Reski. (2026). Analisis Dakwah Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Remaja Masjid Sumarambu. Skripsi. Universitas Islam Negeri Palopo.

Rifa'i, B. (2025**).** "Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media." *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI*, 3(1), 29–42.

Rifa'i, Badru. Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media. *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 3.No.01, hlm. 29–42.(2024) DOI: 10.54801/jisscdiksi.v3i01.259.

Rizal Khaerul,dkk. (2024). "Dakwah dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Syiar Islam." Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3 No. 1, hlm. 25–38.

Rohman, Abdul, Abdul Rahman, dan Amin. "Ragam Komunikasi Dakwah bi Al-Lisan dalam Perspektif Al-Qur'an." *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 2 No. 2.

Safitri, D., Saufi, A., & Sakti, D. P. B. (2022). Penerapan analisis konten kualitatif pada studi revisit intention wisatawan Muslim ke Lombok dalam konteks pariwisata halal. *JMM UNRAM (Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram),* 11(4),

Samsul Munir Amin. (2009) Ilmu Dakwah. (Jakarta:Amzah.). Hlm 97-101

Santoso, dkk. (2020) Implementasi Sistem Informasi Dakwah dan Organisai Remaja Masjid Nur Rohman Berbasis Web," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pamulang* 3,No. 2. hlm. 143-150.

Saputra, W. *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. 2). (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm 148-153)

Sholehah, S. (2023). Pesan Dakwah Tentang Akhlak untuk Remaja pada TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun @risyad_bay). Skripsi. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Siswanto.(2005). *Panduan Praktis Organisasi Remaja Masjid*. (Jakarta: Pustaka

Al-Kautsar). Hlm 48-50

Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, dan Konstruktif. Edisi 3. Bandung: Alfabeta

Surohim. dkk (2023). Internalisasi Nilai Religius pada Remaja di Desa Bajak 1 Bengkulu Tengah. EL-TA'DIB: *Journal of Islamic Education, 3(1)*

Syaefudin dkk.(2025). Peran Mikroinfluencer Muslim dalam Dakwah Islam di TikTok: Analisis Konten dan Strategi Komunikasi Digital. *Muqaddimah* 16.No.2 Hlm 92–103

Trisna Rukhmana,(2022) 'Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25', *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2.2.hlm 28–33.

Wahidin Saputra,Pengantar Ilmu Dakwah, Raja Grapindo Persada Jakarta, 2011 h. 78

Yamin, S., Khumaidi, M. W., Syahyudi, A., Khoiri, A., Jaya, H., & Rudiansyah, F. (2025). Sejarah peradaban Islam: Jejak dan relevansi dari masa klasik ke era digital. Penerbit Adab.

Yanto, dkk. (2023). Komunikasi dakwah dalam pembentukan karakter remaja. *El-Fatih: Jurnal Dakwah dan Penyuluhan Islam* 2.2. hlm 63–70.

Yuli Andriani.(2025) "Dari Mimbar ke platform Digital; Transformasi Dakwah Islam di Youtube dan Tiktok". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10.No.4. Hlm 427-444

Yuli Andriani.(2025) "Dari Mimbar ke platform Digital; Transformasi Dakwah Islam di Youtube dan Tiktok". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10.No.4. Hlm 455-460

Bramantyo, A., dkk. (2026). Peran masjid dalam membangun peradaban manusia: The role of mosque in building human civilization. MAQOSID: Jurnal Studi Keislaman dan Hukum Ekonomi Syariah, 14(1), 44–53.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN
Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	:	DHELLA MARIANA
NIM	:	30422040
Jurusan/Prodi	:	KPI/FUAD
E-mail address	:	dhellampml64@gmail.com
No. Hp	:	0812-3669-8419

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

KONTRUKSI DAKWAH PEMBANGUNAN PADA AKUN TIKTOK @MASJID SEJUTA PEMUDA DALAM MENGKAMPANYEKAN NILAI-NILAI ETIKA ISLAM

Royalti Non-Ekslusif ini perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Oktober 2026



DHELLA MARIANA
NIM. 30422040

Dipindai dengan CamScanner