

Tren Penelitian Dakwah Digital Berbasis Tiktok di Indonesia : dari Desain Penelitian hingga Analisis Data

Ari Setiawan^{1*}, Aprilliantoni², Miftahudin³, Lala Latifah⁴, Maulana Arif Tegar S⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhamadiyah UNISMA, Kota Bekasi, Indonesia

Email: ¹Masyarie01@gmail.com, ²aprilliantonilucky@gmail.com, ³miftahuddin0430@gmail.com,

⁴lalalatifahlala70@gmail.com, ⁵maulanategar3003@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: ¹Masyarie01@gmail.com

Abstrak– Dakwah virtual melalui platform tiktok sebagai bentuk adaptasi terhadap digitalisasi informasi merupakan keniscayaan yang tidak bisa dihindari. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan metodologi yang digunakan, menentukan gap penelitian dan menjadi *roadmap* penelitian mendatang. Menggunakan metode *systematic literatur review* (SLR) pada sejumlah artikel, dengan pedoman analisis konten tujuh aspek pada 12 artikel inklusi, kemudian dianalisis dengan klasifikasi kategori yang telah ditentukan. Studi ini mengungkap bahwa penelitian dakwah di tiktok masih sangat minim dan terlalu sederhana. Desain penelitian kualitatif merupakan yang paling dominan dengan subjek terbanyak dari kalangan mahasiswa. Instrumen terbesar berupa kuesioner dan gaya analisis deskriptif kuantitatif paling umum digunakan, tanpa ada *treatment*/perlakuan pada seluruh penelitian. Dari temuan ini, terdapat beberapa saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya meliputi peningkatan frekuensi penelitian adaptif dengan *mixed methods*, pengembangan tema pada aspek krusial.

Kata Kunci: TikTok, Dakwah Digital, Media Sosial, Tinjauan Pustaka Sistematis, Komunikasi Islam

Abstract– Virtual da'wah through the TikTok platform, as a form of adaptation to the digitalization of information, is an unavoidable necessity. This study aims to identify the strengths and weaknesses of the methodology used, identify research gaps, and provide a roadmap for future research. A systematic literature review (SLR) method was used on several articles, guided by seven aspects of content analysis on 12 inclusion articles, and then analyzed using predetermined category classifications. This study revealed that da'wah research on TikTok is still very limited and overly simplistic. Qualitative research designs are the most dominant, with most subjects being university students. Questionnaires are the most widely used instrument, and quantitative descriptive analysis is the most common, with no treatment/treatment in all studies. Based on these findings, several suggestions and recommendations for further research are provided, including increasing the frequency of adaptive research using mixed methods and developing themes for crucial aspects.

Keywords: TikTok, Digital Da'wah, SocialMedia, systematic literatur review, Islamic Communication

1. PENDAHULUAN

Lanskap kehidupan sosial masyarakat di era digitalisasi informasi telah mengalami perombakan yang cukup signifikan [1], [2]. Berargumen, media secara umum merupakan pesan itu sendiri, karena sifat teknis dan bentuk media tersebut sebenarnya membentuk cara manusia berpikir, berinteraksi dengan, dan memahami realitas, termasuk realitas religius. Satu dekade kebelakang, kaum muslim masih ditunjang oleh dakwah klasik secara tatap langsung dalam proses pembelajaran dan pemahaman syariat agama [3]. Namun sekarang, sosial media seakan telah menjelma menjadi Pondok Pesantren tanpa bangunan bahkan menjadi lembaga keagamaan baru ditengah-tengah masyarakat, tidak terkecuali kaum muslimin [4]. Fenomena di akar rumput masyarakat, mencapai 167 juta pengguna aktif tiktok [5]. Namun dunia akademik seakan terseok menghadapi kenyataan sosial yang bergerak dengan laju yang gesit, terlebih platform tiktok yang multifungsi, yang tidak hanya menjadi media informasi dan iklan, tapi juga pasar digital [6].

Tiktok muncul di era covid-19, yang awalnya difungsikan sebagai hiburan semata. Namun, seiring waktu dan progress adaptif para da'i, fungsi awal platform ini menjadi lebih beragam, termasuk dakwah-dakwah islami sekarang berkembang massif didalamnya. Banyak da'i kondang yang menjajaki medan dakwah digital ini, diantaranya @abahanan (influencer), @ustadzadhidayat (ustaz pesantren), @hanan_attaki (Ustadz Hanan Attaki) dan @sahabatuaschannel (Ustadz Abdul Somad).

Dari data yang didapat, penelitian ilmiah seputar dakwah islam di tiktok, hanya berjumlah belasan yang berupa artikel, dan tidak lebih dari lima penelitian yang berupa skripsi ataupun tesis. Ini menjadi pukulan telak untuk dunia akademis, bahwa fenomena yang menyangkut jumlah masyarakat sebesar ini, seolah-olah luput bahkan terlupakan dari agenda akademik. Padahal, di zaman digital yang mayoritas masyarakat bertumpu informasi virtual, efek-efek yang muncul didalamnya benar-benar mampu mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat dan pribadi individual. Sehingga dibutuhkan filter alami besar yang mampu menyaring, lalu mengagendakan nilai-nilai positif dari digitalisasi informasi yang ada. Dan semua itu bisa lahir dari rahim penelitian ilmiah.

Kendati penelitian ilmiah ini menjadi gerbang untuk membaca, memahami fenomena yang ada, tetapi peta dan konsep penelitian dibidang ini masih sangat sederhana dan dangkal. Dari 12 artikel ilmiah dalam penelitian fenomena ini, mayoritas menggunakan metode deskriptif, baik kuantitatif deskriptif (41,7%) maupun kualitatif deskriptif (33,3%). Dominasi pendekatan deskriptif ini seakan memberikan banyak peluang penelitian dengan metode yang lebih adaptif dengan fenomena yang ada, namun faktanya ini menjadi informasi besar, bahwa penelitian perihal fenomena dakwah

ini masih sangat naif dan terkesan ceroboh. Sehingga dibutuhkan penelitian yang mampu mengakomodir lanskap penelitian masa lalu dan menjadi *plan mapping* untuk penelitian akan datang. Diantara pendekatan yang mampu melakukan itu adalah SLR (*systematic lyteratur Review*).

Dan penelitian ini, berbasis pada pendekatan SLR, dengan pendekatan spesifik yang fokus pada 7 unsur didalam artikel, sebagai pemecahan *gap* untuk penelitian mendatang, sehingga penelitian ini memiliki warna dan nyawa yang berbeda dari penelitian SLR pada umumnya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menembus dua tujuan besar. Pertama, menyusun pemetaan sistematis (*plan mapping*) untuk penelitian dimasa depan terkait dakwah islam dimedia social yang sudah menjadi wajah baru pendidikan islami. Kedua, merumuskan *gap* penelitian yang luput dari peneliti terdahulu, terkait metode penelitian yang digunakan, subjek penelitian, instrument, *treathmen*, analisis data dan sebagainya. Semua hal yang terkait femonema digitalisasi informasi yang perkembangannya massif dan dinamis. Dan perubahan teknologi yang cepat memungkinkan hasil penelitian menjadi usang, sehingga penelitian-penelitian yang disesuaikan perubahan teknologi menjadi urgen. Sehingga fakta disetiap fenomena mampu untuk dideskripsikan sebagai bahan perbaikan penggunaan media social misalnya, atau pembatasan penggunaan karena banyak budaya sosial yang tergerus, semua itu bisa diantisipasi, bahkan diaplikasikan selama penelitian ilmiah mampu menopang menjadi tumpuan.

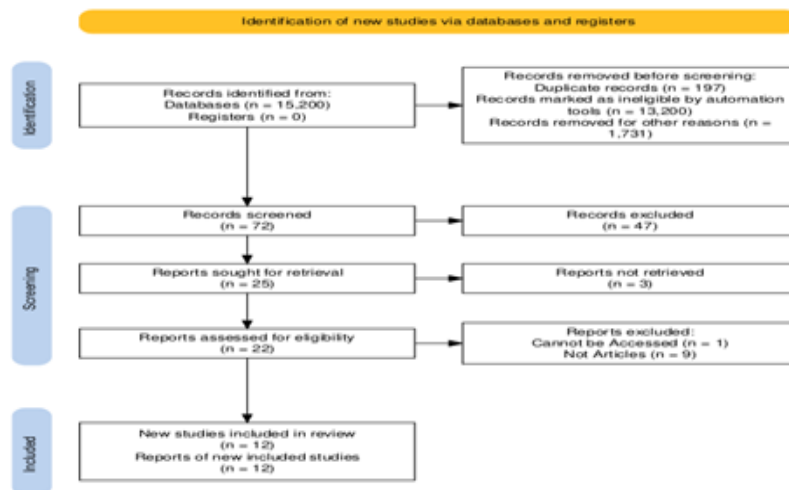
2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis isi temuan dari penelitian yang telah dipublikasikan di Indonesia. Metode penelitian yang dipakai, serupa dengan yang dikembangkan oleh [7], dari metode yang digunakan oleh [8] dengan *Systematic Literature Review* sebagai dasarnya.

2.2 Sumber Data

Data dikumpulkan dari hasil analisis isi artikel yang bertemakan “dakwah dimedia Tiktok”. Seluruh artikel yang diteliti, diambil dari data Google Scholar pada awal Juni 2026. Google Scholar merupakan platform yang berisi berbagai artikel penelitian ilmiah yang telah publish, baik terindeks SINTA ataupun tidak. Saat proses pencarian data awal didapat 15.200, lalu masuk *screening* penonaktifan data yang hanya menjadi kutipan didapat 13.500, kemudian pembatasan tahun terbit, didapat 10.100, terakhir berupa pengaktifan *Allintitle* dan didapat 22 artikel yang kemudian akan dianalisis SLR berupa inklusi dan eksklusi, hingga akhirnya didapatkan 12 data artikel yang masuk inklusi. Beberapa alasan 10 artikel masuk *ekslusi*, diantaranya karena tidak bisa diakses, berupa skripsi bukan artikel. Seluruh artikel yang masuk kategori *inklusi* akan dianalisis dalam penelitian ini.



Gambar 1. Diagram Prisma

2.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan instrumen penelitian berupa pedoman analisis konten yang memuat aspek-aspek terkait yang diamati (Tabel 1). Terdapat tujuh aspek utama yang ditinjau untuk analisis konten dalam penelitian ini. Aspek-aspek tersebut meliputi (1) jumlah publikasi per tahun; (2) jenis penelitian; (3) subjek penelitian; (4) topik penelitian yang dipilih; (5) perlakuan; (6) instrumen pengumpulan data; dan (7) metode analisis data. Secara khusus, kategori pada aspek (1), (4), dan (5) tidak ditentukan di awal karena tidak adanya penelitian sebelumnya yang dapat dirujuk untuk menentukan apa yang harus dimasukkan dalam kategori dan kemungkinan kategori yang terlalu umum yang mungkin muncul ketika analisis konten pada beberapa artikel dilakukan. Selain itu, kategori pada aspek (2), (3),

(6), dan (7) didefinisikan sebelum pengumpulan data. Kategori-kategori tersebut ditunjukkan pada Tabel 2, yang diadaptasi dari [9].

Tabel 1. Aspek dan Kategori yang digunakan untuk Analisis Konten dalam Studi

Aspek	Kategori	
Jenis Penelitian	A.1 Kualitatif	A.3 Netnografi
	A.2 Kuantitatif	A.4 Analisa Wacana
Subjek Penelitian	C.1 Remaja Gen-Z	C.4 Mahasiswa
	C.2 Santri	C.5 Akun Tiktok
	C.3 Ustadz	C.6 Dokumen
Pengumpulan Data	D.1 Lembar Kuisioner	D.4 Lembar Wawancara
	D.2 Lembar Observasi	D.5 Tidak teridentifikasi
	D.3 Lembar Tes	
Metode Analisis	E.1 Persentase	E.6 Analisis Framing
	E.2 Analisis Tematik	E.7 Analisis Semiotika
	E.3 Uji-t	E.8 Tidak Teridentifikasi
	E.4 Deskriptif Kualitatif	E.9 Lainnya
	E.5 Deskriptif Kuantitatif	

2.4 Analisis Data

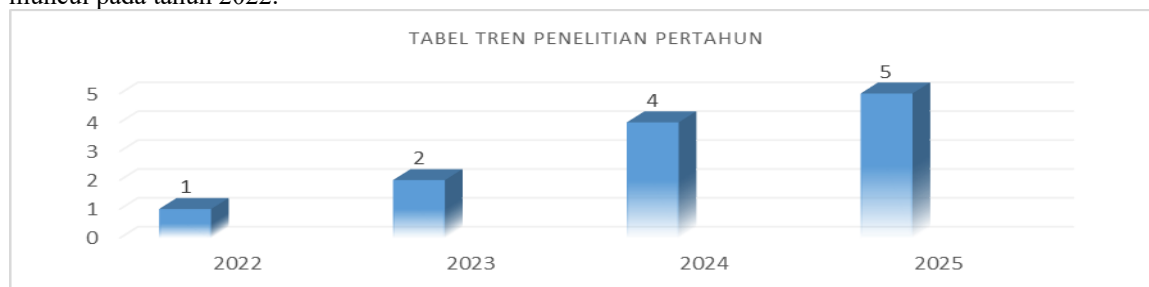
Setiap artikel diklasifikasikan ke dalam kategori spesifik berdasarkan aspek tertentu yang memenuhi kategori yang telah ditentukan. Keputusan tersebut didasarkan pada informasi yang dibagikan oleh penulis dalam bagian abstrak, metode, dan diskusi. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan disajikan dalam bentuk grafik batang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian yang didapat sesuai kriteria inklusi pada studi ini, yaitu 12 artikel yang dipublikasi di Indonesia.

3.1 Jumlah Publikasi

Jumlah publikasi artikel memaparkan frekuensi penelitian yang dilakukan pada periode tertentu. Berdasarkan pada gambar 2, didapat peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, dengan lonjakan terbesar pada tahun 2024. Jumlah penelitian dan peningkatan yang minim ini menjadi indikasi, bahwa dunia akademik perihal penelitian seputar media digital, termasuk didalamnya terdapat tiktok sebagai media dakwah islami terlambat merespon fenomena yang berkembang ditengah masyarakat. Tiktok sudah menjadi media sosial trendy pada tahun 2020, namun penelitian baru muncul pada tahun 2022.

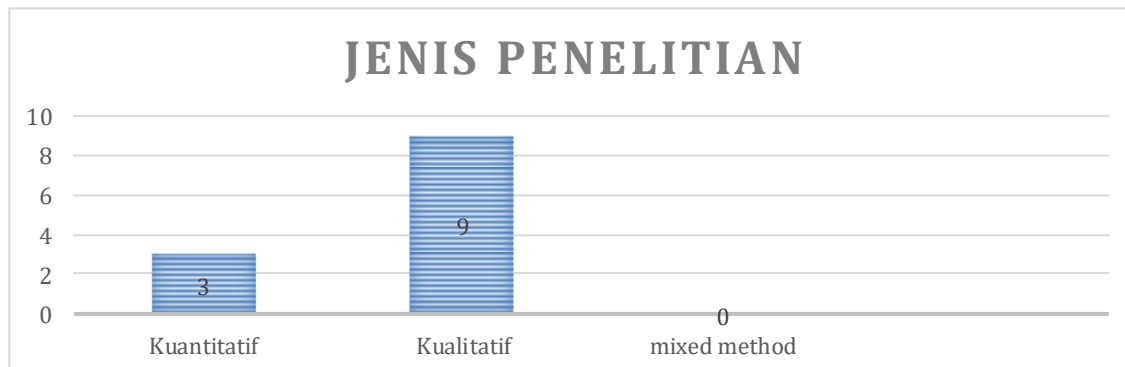


Gambar 2. Tren penelitian tiktok sebagai media dakwah digital di Indonesia, dalam 5 tahun terakhir

Tren penelitian memang naik, tetapi basis awal dan lonjakannya rendah, bahkan untuk ukuran isu yang menyangkut jutaan umat islam ini tergolong sangat kecil. Tiktok pada mulanya hanya digunakan sebagai arena hiburan media sosial, sampai akhirnya masuk konten berisikan dakwah saat covid-19, ini merupakan sebuah adaptasi positif di dunia dakwah islam dengan perkembangan zaman. Sampai saat ini, ratusan dai sudah menjajaki dunia tiktok ini sebagai medan dakwah dalam menyampaikan ajaran islam, bahkan menjadi rujukan spiritual. McLuhan berargumentasi bahwa teknologi komunikasi bukan sekadar alat, melainkan kekuatan yang membentuk kesadaran, persepsi, dan cara berpikir manusia [10]. [11] berargumen bahwa mediatisasi agama terjadi ketika media telah mengambil alih fungsi sosial yang dulu dilakukan lembaga keagamaan. Sehingga saat ini, tiktok sudah bergeser dari media menjadi lembaga keagamaan baru untuk Gen-Z. Dan minimnya penelitian yang muncul pada isu ini, menjadi cambuk dan tamparan keras tentang kegagalan agenda riset nasional. Sehingga diharapkan, kedepan banyak akademisi yang melakukan penelitian dibidang dakwah dalam media social, terlebih pada tiktok, dengan metode dan pisau analisis yang mapan dan kuat sebagai salah satu bentuk evaluasi untuk para da'i, bukan hanya sekadar mengikuti tren penelitian tanpa hasil yang berarti.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis dan desain penelitian menentukan fokus suatu studi [12]. Berdasarkan (gambar 3), penelitian kualitatif menjadi metode yang dominan dipakai pada penelitian dakwah Islam di tiktok. Hanya saja metode kualitatif memiliki karakter subjektif yang hanya terpaku dengan gaya analisis peneliti saja, terlebih kualitatif deskriptif hanya membahas permukaannya sehingga kemungkinan besar tidak bisa menyentuh akar yang dalam dari fenomena yang terjadi. Lalu metode kuantitatif yang sedikit dipakai pada tema ini cenderung dangkal dan tidak mendalam saat menganalisis suatu kejadian nyata, karena mengandalkan angka sebagai bahan untuk kemudian dibaca sebagai formalitas secara kaku. Dua belas (12) artikel yang diteliti ini, hanya ada satu yang disinyalir menggunakan kualitatif jenis SLR (*systematic literature review*), namun analisis yang digunakan tidak banyak menjawab luas dan banyaknya *gap* penelitian. Jenis metode kualitatif fenomenologi juga didapati satu penelitian, tetapi tidak dibahas secara komprehensif dan mendalam.



Gambar 3. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian dakwah islam di tiktok

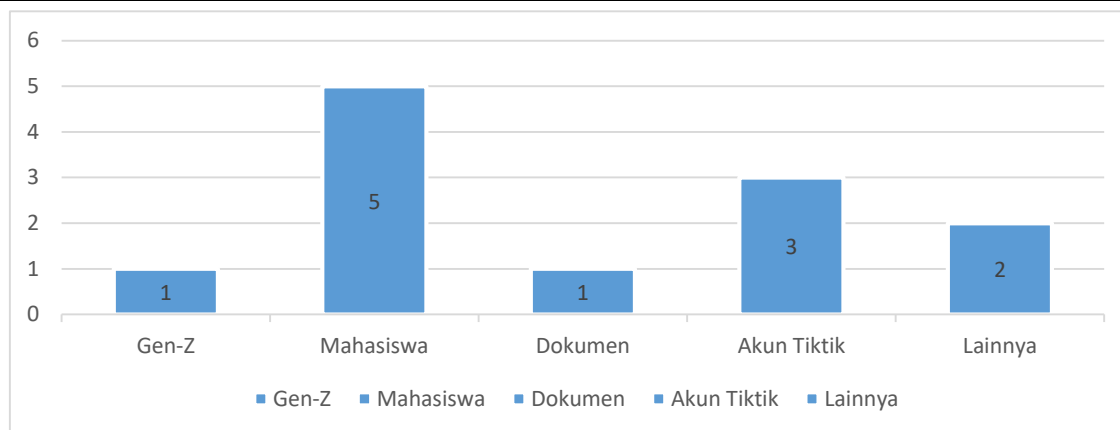
Dari (gambar 3) ditemukan kelangkaan bahkan kosongnya penelitian yang menggunakan metode gabungan atau *mixed method*. Padahal, isu yang muncul sebagai fenomena jika hanya diteliti dengan analisis deskriptif hanya dapat melihat permukaan, tanpa bisa menjawab bagaimana dan mengapa tiktok ini mampu mempengaruhi spiritualitas mereka. Sehingga hasil penelitian yang dihasilkan bisa menjadi semacam evaluasi besar untuk masyarakat muslim pada umumnya. Kelangkaan ini bukan sekadar kelangkaan teknis, tetapi bisa menjadi indikasi kebutaan epistemologi. Penelitian deskriptif ini, sekalipun unggul pada penyampaian kedalaman makna, tetapi rapuh hasilnya, karena sulit digeneralisasi dan sangat rentan terhadap bias subjektivitas peneliti [13].

Berangkat dari ini, dapat difahami pentingnya *mixed method* dalam penelitian yang berbasis fenomenologi, khususnya dakwah pada platform tiktok. Metode ini merupakan gabungan besar antara dua tradisi penelitian umum kuantitatif dan kualitatif, yang acapkali dianggap saling kontradiksi. Metode ini, memungkinkan peneliti untuk mendapat data general dan memaparkan dengan pemahaman yang dalam. Kuantitatif memberikan skala angka konkrit, disisi lain kualitatif mengintegrasikannya menjadi penjabaran yang berwarna dengan nafas pengalaman manusia didunia nyata.

Bahkan enam tahun terakhir ini, telah lahir metode komparasi yang disempurnakan dengan sebutan *Mixed Methods Interpretative Phenomenological Analysis* atau MMIPA [14]. Kerangka ini muncul guna mengintegrasikan kedalaman idiografis dan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) dengan langkah komparatif dari *mixed method*. Sehingga kerangka ini membuka peluang penelitian yang lebih kompleks dan fleksibel.

3.3 Subjek Penelitian

Penelitian yang bagus memerlukan subjek penelitian. Menurut [15], subjek menjadi sumber data utama penelitian, baik berupa individu, kelompok atau artefak digital [7], [16]. Dalam penelitian, subjek lebih dalam dari sekedar sumber, melainkan layar sosial yang menginterpretasikan dunia nyata. Penetapan subjek tepat guna menyesuaikan variabel penelitian akan sangat mempengaruhi kedalaman dan keamanan hasil penelitian tentang fenomena kontemorer, seperti dakwah di media digital, karena subjek memberikan legitimasi dan konteks nyata terhadap data yang dihasilkan [17], dikutip dalam [7]. Sehingga hasil tidak mengambang diudara, namun mapan dalam menapaki fenomena sosial yang terjadi.



Gambar 4. Penyebaran subjek penelitian

Subjek penelitian didominasi kalangan mahasiswa (41,67 %) dan gen-Z yang merupakan campuran antara mahasiswa dan non mahasiswa hanya 1 penelitian (8,33 %), lalu santri dan ustadz dipondok pesantren 1 penelitian (8,33%). sedangkan sisanya, 5 (41,67%) penelitian memilih subjek non –biologis berupa akun virtua, dokumen dan lainnya. Pemaparan data ini sangat miris, setengah penelitian isu fenomena sosial diteropong dengan subjek non-biologis. Sedangkan penelitian pada subjek biologis berupa manusia hanya berhasil menjawab hipotesis tentang ada atau tidaknya pengaruh dakwah tiktok, membuka persepsi medan dakwah baru, dan efek jangka pendek terhadap kegiatan agama sehari-hari.

Tiga jenis subjek biologis (manusia), mahasiswa dan gen-Z merupakan yang paling terbuka dengan informasi digital berupa dakwah di tiktok, sedangkan santri terbagi menjadi dua golongan persepsi berbeda, satu golongan mampu beradaptasi dan menerima dakwah dari media social dengan catatan memiliki rujukan dasar berupa kitab kuning, sedangkan lainnya menolak karena dianggap bahasanya terlalu abstrak dan liar jauh dari standar kitab.

3.4 Topik yang Dipilih Saat Melakukan Penelitian

Sebagai unsur fundamental, topik merupakan modal bahasan dan nyawa dalam penelitian yang membuatnya bermakna dan mapan. Merujuk tabel (2), pengaruh dan efektivitas menjadi topik terbanyak, berjumlah 8 artikel. Sehingga mengindikasikan bahwa penelitian dengan tema dakwah islami di tiktok baru menjajaki lapisan terluar, karena menelisik dampak, pemahaman, dan perilaku semata, dan belum menginjak uraian eksplisit perihal latar belakang faktual dan efektivitas nyata yang sesuai indikator yang sudah terstandarisasi.

Efektivitas dakwah di tiktok tidak hanya terkait jangkauan audiens yang luas tetapi juga format mikro (durasi singkat, 15-60 detik) dengan daya konsumsi gen-Z yang fragmantis dan akses cepat [18]. Konten dakwah yang pendek cenderung lebih mampu meningkatkan keterlibatan audiens ketimbang durasi panjang [19], dan ini terkonfirmasi mampu menjangkau generasi muda (gen-Z) yang menjadi basis pengguna terbesar [20].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jufri, menginformasikan, konten dakwah TikTok mempunyai pengaruh signifikan pada pemahaman keislaman mahasiswa dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 46,7% [21]. Pada penelitian lain, teridentifikasi ada 53,3% faktor lain yang juga memengaruhi pemahaman keagamaan, hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak berdiri sendiri sebagai satu-satunya medium internalisasi nilai-nilai Islam [21]. Dakwah digital melalui TikTok paling efektif berfungsi sebagai gerbang atau pendorong motivasi, bukan sebagai substitusi komprehensif terhadap pembelajaran agama yang sistematis dan mendalam [22].

Tabel 3. Terdapat tiga topik mendasar dalam penelitian dakwah islami di platform tiktok

Topik	Jumlah Artikel
Pengaruh dan efektivitas dakwah tiktok	8
Sarana dan medan dakwah	2
Reaksi adaptif dan respon terhadap konten didalam tiktok	2

Sedangkan dua topik lainnya bahkan tidak bisa disebut membahas lapisan terluar tentang hakikat dakwah tiktok, karena sekedar menginformasikan bahwa tiktok mampu menjadi sarana dan medan dakwah yang cukup strategis berdasarkan tujauan efektivitas, dan reaksi pro-kontra tentang transisi dakwah konvensional menjadi virtual. Sehingga dari pemaparan ini, diperlukan topik bahasan yang lebih mendalam dan komprehensif, seperti efek konkrit paparan dakwah dalam membuka kesadaran menjalankan ajaran agama atau manajemen dakwah via konten pendek dengan episode berjenjang dan runtut.

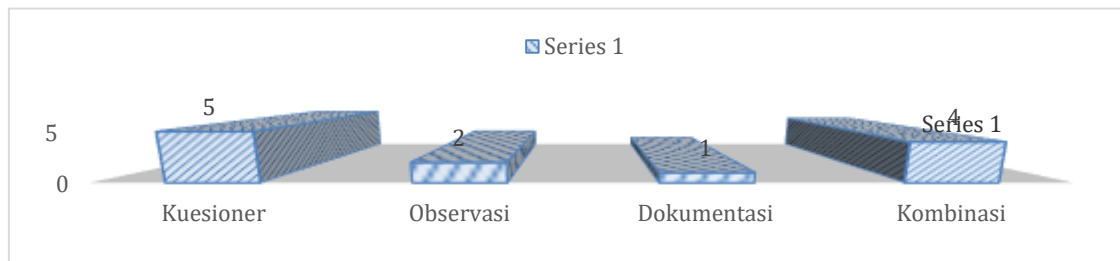
3.5 Perlakuan

Secara khusus tidak didapati perlakuan (*treathmen*) pada 12 artikel yang diteliti, karena mayoritas peneliti menggunakan studi observasional. Ini membuka peluang besar untuk penelitian mendatang yang lebih kaya dan holistik dari berbagai aspek.

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian, para peneliti membutuhkan instrumen untuk membantu mereka mengumpulkan data [12]. Dari gambar (4), terdapat 4 jenis instrument yang digunakan dalam studi dadkwh di tiktok. 1. Kuesioner sebagai pengumpul data yang kemudian digunakan untuk menelisik gambaran sosial secara umum tentang dakwah islam di tiktok. 2. Observasi sebagai pengamatan langsung terhadap suatu kejadian atau fenomena secara *real-time*, sehingga data yang didapat lebih alami dan sesuai kondisi terbaru. 3. Domuken sebagai telisik masa lalu sebagai sumber data sekaligus bukti fisik historis, sehingga ketersediaan dokumen menjadi keniscayaan muslak yang harus ada, dan ini merupakan kelemahannya, karena tidak bisa menangkap fenomena secara *real-time*. 4. Campuran, berupa gabungan dari tiga varian sebelumnya secara acak. Dengan gaya campuran ini fenomena bisa dilihat secara utuh sehingga validitas dan reabilitas lebih tinggi dan mapan.

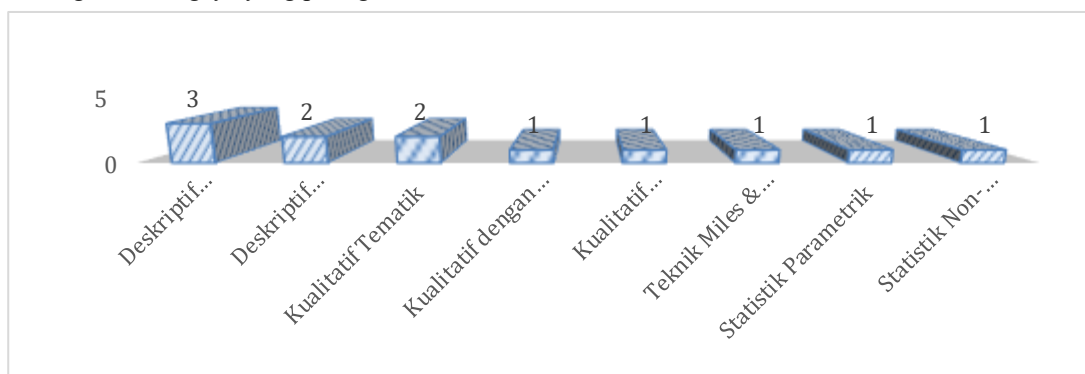
Ada empat studi yang menggunakan kuesioner membahas fenomena dakwah di tiktok hanya dari aspek efektivitas, pengaruh, dan respon pengguna tiktok pada konten dakwah islami. Kombinasi instrumen berupa gabungan secara acak antara observasi dan dokumentasi, triangulasi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hal ini dikarenakan konten tiktok bersifat ephemeral (mudah hilang) dan bergantung pada algoritma, sehingga dokumentasi menjadi sangat diperlukan [23]. Sedangkan observasi membantu peneliti melihat pola interaksi simbolik, sementara wawancara untuk mendalami dan menggali motif yang tak ditampilkan oleh kreator dakwah dari konten yang diproduksi [8].



Gambar 5. Distribusi jenis instrumen penelitian dakwah tiktok dari studi yang dilakukan di Indonesia.

3.7 Metode Analisis Data

Penggunaan metode analisis data yang sesuai dengan tema variabel dalam penelitian sangat menentukan keakuratan dan validitas hasil temuan. Penelitian dakwah tiktok didominasi oleh analisi data model deskriptif kuantitatif sebanyak 3 studi, yang melihat seberapa efektif fenomena tren dakwah dalam tiktok dalam membangun pemahaman agama pengguna dengan angka-angka sebagai standar ukur yang kemudian dideskripsikan secara sederhana sesuai data. Disusul dengan model kualitatif deskriptif dan kualitatif tematik dengan masing-masing dua penelitian. Sedangkan 6 jenis metode analisis sisanya masing-masing satu studi. Tren penggunaan metode analisis data pada penelitian cenderung memilih gaya yang paling aman, mudah dan sederhana.



Gambar 6. Pembagian gaya analisi data yang digunakan pada studi penelitian dakwah di tiktok

Maka harapan mendatang peneliti berupaya melihat fenomena secara holistik dengan gaya analisis data yang kompleks sehingga mampu menggambarkan fenomena secara mendalam dan komprehensif.

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, menyoroti artikel-artikel yang mengangkat tema dakwah islami di platform tiktok dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Didapati tren penelitian seputar dakwah di tiktok meningkat stabil dalam jumlah yang sangat minim yaitu satu sampai dua penelitian pertahun. Dominasi metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif sebesar 75%, dengan subjek penelitian terbanyak dari kalangan mahasiswa yang notabennya adalah gen-Z. Tema yang diangkat seputar adaptasi, respon, efektifitas, dan pengaruh dakwah pada platform tiktok. Sedangkan instrumen penelitian didominasi kuesioner, lalu diikuti kombinasi sederhana. Metode analisis data terbanyak dengan deskriptif kuantitatif diikuti deskriptif kuantitatif dan kualitatif tematik, tanpa ada satupun peneliti yang memberlakukan *treathmen*/perlakuan khusus dalam penelitiannya.

Berdasarkan penemuan dalam penelitian ini, beberapa rekomendasi untuk penelitian mendatang telah disiapkan guna melengkapi lanskap studi. Pertama, meningkatkan frekuensi penelitian sebagai tanggung jawab akademik dengan *mixed method* (metode campuran kualitatif dan kuantitatif), guna memaksimalkan dampak positif hasil penelitian secara nyata. Kedua, mengembangkan tema penelitian pada aspek yang krusial seperti manajemen konten dakwah yang etis di media sosial, konten berjenjang dan runtut sebagai media pembelajaran dasar agama. Ketiga, para peneliti harus memberikan informasi jelas seputar instrumen dan gaya analisis data penelitiannya. Terakhir, disarankan untuk peneliti mendatang menggunakan *treathmen*/perlakuan pada studinya, agar didapat informasi holistik.

Basis penelitian hanya menukil dan membahas artikel yang dipublikasi di Indonesia. Hal ini hanya membaca fenomena secara nasional tidak mampu membuka fenomena secara global internasional. Sehingga, inipun membuka kemungkinan penelitian mendatang yang mampu mengambil basis akses penelitian diseluruh dunia secara holistik internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada seluruh team dari kelompok satu dan dosen pengampuh mata kuliah Teknologi Informasi Komputer sekaligus pembimbing yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

REFERENCES

- [1] E. Nurjati and C. Vidiati, "Perubahan sosial masyarakat dalam pusaran digitalisasi," *J. Sociol. Reflektif*, vol. 19, no. 1, pp. 87–104, 2025.
- [2] A. Hermawan and G. Supraja, "Transformasi lanskap sosial di era digitalisasi informasi," *J. Sos. Hum.*, vol. 18, no. 2, pp. 112–128, 2025.
- [3] T. I. Widyawati, B. M. S. A. Noor, and B. Satriyo, "From mimbar to smartphone: Da'wah's evolution for generation Z in the digital era," *Lentera J. Ilmu Dakwah Dan Komun.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–18, 2025.
- [4] Pujiono, "Komunikasi Islam di era digital: Antara pencerahan dan polarisasi," *J. Studi Islam Dan Masy.*, vol. 14, no. 1, pp. 1–18, 2026.
- [5] Surokim, "Pengguna aktif media sosial di Indonesia: Tren dan pola," *J. Komun. Indones.*, vol. 15, no. 1, pp. 23–40, 2026.
- [6] I. Mukhroman, D. S. Truna, and A. Gibson, "Media sosial TikTok sebagai ruang baru untuk ekspresi keagamaan," *J. Ris. Komun.*, vol. 15, no. 2, pp. 140–155, 2024.
- [7] Adriani, *Metodologi penelitian kualitatif*. Penerbit Universitas Pendidikan Indonesia, 2021.
- [8] S. Fauziah and R. Hidayat, "Interaksi simbolik dalam konten dakwah digital," *J. Komun. Islam*, vol. 13, no. 1, pp. 45–62, 2023.
- [9] A. Fauzi and R. F. Pradipta, "Research methods in inclusive education in Indonesia: A systematic literature review," *J. ICSAR*, vol. 2, no. 1, pp. 35–40, 2018.
- [10] R. E. Argandoña Orellana, *McLuhan and media theory: The extensions of man revisited*. Editorial Universitaria, 2023.
- [11] S. Hjarvard, *The mediatization of culture and society*. Routledge, 2013.
- [12] E. Susetyarini and A. Fauzi, "Trend of Critical Thinking Skill Researches in Biology Education Journals across Indonesia: From Research Design to Data Analysis," *Int. J. Instr.*, 2020.
- [13] J. Oranga, "The strengths and limitations of descriptive research designs," *Afr. J. Res. Methodol.*, vol. 12, no. 1, pp. 34–50, 2025.
- [14] M. Morrison, "Mixed methods interpretative phenomenological analysis: A new framework for contemporary research," *Int. J. Soc. Res. Methodol.*, vol. 28, no. 2, pp. 189–205, 2025.
- [15] S. Arikunto, "Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik." 2019.
- [16] D. Pujianti, "Subjek penelitian dalam kajian artefak digital," *Metodol. Penelit. Kontemporer*, vol. 8, no. 2, pp. 101–118, 2024.
- [17] J. W. Creswell and J. D. Creswell, "Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches." 2018.
- [18] A. R. Putri and H. Wibowo, "Format mikro dan daya konsumsi Gen-Z terhadap konten dakwah," *J. Ilmu Komun.*, vol. 22, no. 1, pp. 67–84, 2024.



- [19] U. Hasanah, “Efektivitas konten dakwah singkat di media sosial terhadap pemahaman keagamaan generasi Z,” *J. Dakwah Dan Komun.*, vol. 9, no. 1, pp. 78–95, 2024.
- [20] A. S. H. Maharani, A. A. Khairunnisa, and C. Surahman, “Efektivitas aplikasi TikTok sebagai media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital,” *Sukacita J. Pendidik. Iman Kristen*, vol. 2, no. 3, pp. 1–15, 2025.
- [21] M. Jufri, “Pengaruh konten dakwah TikTok terhadap pemahaman keislaman mahasiswa,” *J. Ilmu Dakwah*, vol. 15, no. 1, pp. 23–41, 2025.
- [22] R. Nasrullah, *Dakwah digital: Antara peluang dan tantangan*. Kencana, 2023.
- [23] A. Wardhana and D. Lestari, “Dokumentasi konten ephemeral dalam penelitian media sosial,” *J. Penelit. Media Digit.*, vol. 3, no. 2, pp. 45–60, 2024.