

# Dakwah Era Digital: Ajakan Al-Quran untuk Antisipasi Pengaruh Negatif Media Sosial TikTok

**Hasan Basri M. Nur<sup>1</sup>, Maysarah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

<sup>2</sup>Dayah Ihsan Krueng Kalee Aceh Besar

<sup>1</sup>hasanbasrimnur@ar-raniry.ac.id, <sup>2</sup> maysarah7@gmail.com

## **Abstract**

*The presence of social media, especially TikTok, has changed people's behavior in their interactions with one another. The posting of video content on TikTok has an appeal. The focus of the study is on the power of preaching through the TikTok social media platform and its correlation with Quranic verses about enjoining good and forbidding wrong. Qualitative research method, presented descriptively. The study results show that TikTok has a significant influence on the dissemination of information and is effective in influencing the audience. The delivery of messages through video recordings accompanied by narration or oration has a charm that other media lack. Islam encourages its followers to adapt in spreading the message of da'wah. Islam positions every Muslim as a preacher. The Qur'an recommends three aspects of da'wah material (content) to the public to counteract the negative influence of social media, namely aqeedah, worship, and morals.*

*Keywords: Al-Qur'an, Da'wah, Digital, Social Media, TikTok*

## **Abstrak**

Kehadiran media sosial, terutama TikTok, telah mengubah perilaku masyarakat dalam interaksi antarsesama. Unggahan konten-konten video di TikTok memiliki daya tarik. Fokus kajian pada kekuatan dakwah melalui media sosial TikTok dan korelasinya dengan ayat-ayat Al-Quran tentang amar makruf dan nahi munkar. Metode penelitian kualitatif, disajikan secara deskriptif. Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok memiliki pengaruh signifikan dalam penyebaran informasi dan efektif dalam memengaruhi audien. Penyampaian pesan melalui rekaman video yang disertai narasi atau orasi memiliki daya pikat dari media lain. Islam mendorong umatnya untuk beradaptasi dalam menyebarkan pesan dakwah. Agama Islam memosisikan setiap muslim/muslimah adalah juru dakwah. Al-Qur'an menganjurkan tiga aspek materi (konten) dakwah kepada publik untuk mengimbangi mereka dari pengaruh negatif keberadaan media sosial, yaitu aqidah, ibadah dan akhlak.

**Kata Kunci :** *Al-Qur'an, Dakwah, Digital, Media Sosial, TikTok*

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2024 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) RI melansir data mencegangkan, yaitu jumlah pemakai internet aktif di Indonesia mencapai lebih dari 220 juta orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa angka tersebut mewakili 70 persen populasi penduduk Indonesia<sup>1</sup> yang pada pertengahan tahun 2024 mendekati angka 282 juta jiwa.<sup>2</sup> Masih menurut Kemenkominfo RI, 95 persen pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial dan yang paling digemari adalah TikTok.<sup>3</sup>

Data tahun 2024 menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta orang. Ia menduduki peringkat pertama pengguna TikTok di dunia, mengalahkan Amerika Serikat dan Brazil yang berada di urutan kedua dan ketiga.<sup>4</sup> Aplikasi TikTok di Indonesia digunakan oleh berbagai kalangan dan didominasi oleh Generasi Alpha, Zelenial dan Millenial.

Berbeda dengan Australia yang menetapkan batasan usia pemakai media sosial minimal 16 tahun,<sup>5</sup> Indonesia justru belum mengatur persoalan ini sehingga pengguna media sosial di Indonesia kian hari kian membeludak.<sup>6</sup> Banyak pihak menyadari adanya

---

<sup>1</sup> Biro Humas Kementerian Kominfo, *Siaran Pers tentang Menkominfo Budi Arie Tegaskan Indonesia telah Mengalami Kemajuan Transformasi Digital*, <https://www.komdigi.go.id>, edisi 12 September 2024, diakses 01 Januari 2025.

<sup>2</sup> BPS RI, *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa) 2022-2024*, [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), edisi 28 Juni 2024, diakses 05 Januari 2025.

<sup>3</sup> Ryan Suherlan, *Ini Media Sosial Paling Populer 2022, Ada Whatsapp TikTok*, <https://momsmoney.kontan.co.id>, edisi 13 Februari 2022, diakses 01 Januari 2024.

<sup>4</sup> Gina Octaviana, *Jumlah Pengguna TikTok Indonesia Semakin Melejit*, [www.rri.co.id](http://www.rri.co.id), edisi 25 Oktober 2024, diakses 01 Januari 2025.

<sup>5</sup> Hannah Ritchie, *Australia Approves Social Media Ban on under-16s*, [www.bbc.com](http://www.bbc.com), edisi 29 Nopember 2024, diakses 03 Januari 2025.

<sup>6</sup> CNN Indonesia, *Usia Pengguna Medsos Indonesia Bakal Dibatasi, Aturan Masih Digodok*, [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), edisi 18 Desember 2024, diakses 03 Januari 2025.

pengaruh negatif dari konten-konten liar di media sosial yang dapat membahayakan pengguna, terutama dari kalangan anak-anak. Atas dasar itulah beberapa pihak, terutama kalangan ulama, mendorong agar pemerintah Indonesia secepatnya menyiapkan aturan pembatasan usia pengguna media sosial.<sup>7</sup>

Melalui aplikasi TikTok, pengguna dapat mengunggah (*upload*) aneka video. Sebagian dari konten-konten video itu bertentangan dari norma syariat Islam, baik dari aspek aqidah, syariah, dan akhlak. Video dengan muatan kepercayaan mistis (aqidah), memakai bikini dan kampanye hubungan sex di luar nikah (syariah), hingga caci maki (akhlak) sangat mudah dapat ditemui dalam TikTok.

Konten-konten video disertai narasi dan orasi yang melawan syi'ar Islam tersebut dilakukan oleh berbagai kalangan, mulai selebriti dan publik figur nasional di Jakarta, selebgram lokal di Aceh, hingga masyarakat awam di berbagai daerah di Indonesia. Fenomena ini sungguh mengkhawatirkan. Ia dapat merusak moral generasi muda yang ikut menggunakan aplikasi TikTok dalam genggamannya masing-masing.

Konten video yang melawan norma-norma Islam di akun-akun TikTok tersebut mendapat *like* atau komen apresiasi yang sangat banyak dari pengguna TikTok lainnya. Dalam ilmu Psikologi, orang yang suka akan sesuatu memiliki kecenderungan untuk mengikuti atau menirunya.<sup>8</sup>

Fenomena ini tentunya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat luas. Hampir setiap hari beredar kabar tentang

---

<sup>7</sup> Aryo Putranto Saptohutomo, *MUI Minta Pemerintah Segera Atur Pembatasan Medsos bagi Anak*, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), edisi 20 Desember 2024, diakses 03 Januari 2025.

<sup>8</sup> Ahmad Aly Syukran Aziz Al-Mubarak, "Metode Keteladanan dalam Pendidikan Islam terhadap Anak di Pondok Pesantren", *Al-Ta'dib: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, IAIN Mojoekerto, Vol.12, No.2, 2019, hal. 312.

adanya korban dari penyalahgunaan TikTok. Konten video yang tidak mendidik, bertentangan dengan norma agama serta mengandung unsur-unsur negatif di TikTok, terus memakan korban, seperti maraknya *cyberbullying* di kalangan remaja,<sup>9</sup> hingga aksi pemerasan dan pemerkosaan.<sup>10</sup>

Pada sisi lain, konten video yang menyeru kepada kebaikan (amar makruf) dan pencegahan kejahatan (nahyi munkar) sangat sedikit sangat jumlahnya. Jumlah video yang mengandung pesan amar makruf dan nahyi munkar tidak seimbang dengan konten ajakan pada kemungkaran. Fenomena seperti ini tentu membuat masyarakat lebih banyak mengonsumsi konten negatif daripada konten mendidik dan mendekatkan diri dengan agama.

Beranjak dari permasalahan di atas, maka artikel ini mengkaji tentang kekuatan dakwah melalui media social, khususnya TikTok, serta korelasinya dengan ayat-ayat Al-Qur`an tentang materi dakwah. Artikel ini ditulis dengan menggunakan pendekatan kualitatif, disajikan secara deskriptif dan menjadikan ayat-ayat Al-Quran sebagai landasan dalam melakukan analisis.

## KAJIAN KONSEPTUAL

### A. TikTok : Antara Konten Negatif dan Potensi Dakwah

Dakwah adalah upaya mengajak manusia ke jalan kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan jahat. Dari masa ke masa, metode dan pendekatan dalam berdakwah terus bertransformasi sesuai dengan kemajuan zaman dan teknologi. Aktivitas dakwah era kontemporer perlu memanfaatkan berbagai media berbasis digital

---

<sup>9</sup> Hardian, <sup>10</sup> *Dampak Buruk TikTok terhadap Remaja*, <https://informatika.almaata.ac.id>, edisi 22 Januari 2024, diakses 01 Januari 2025.

<sup>10</sup> Ichdar Ifan, *Gara-Gara Video Viral Joget di TikTok, Guru di Aceh Selatan Diperkosa dan Diperas*, <https://aceh.inews.id>, edisi 11 Oktober 2024, diakses 01 Januari 2025.

yang tersedia. Jika pada masa lampau media dakwah yang dikenal hanya sebatas mimbar atau mikrofon, maka dewasa ini telah tersedia aneka *platform* media sosial di internet, salah satunya adalah TikTok.

### 1. Media Sosial dan *Platform* TikTok

Media sosial menjadi kebutuhan manusia dewasa ini. Media sosial menawarkan penggunaanya agar dapat melakukan interaksi sosial secara digital. Penggunaan teknologi ini berbasis internet telah mengubah komunikasi menjadi interaktif.<sup>11</sup> Gohar dalam bukunya *Social Media for Government* menyebutkan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten yang bersifat informatif, edukatif, sindiran dan sebagainya kepada khalayak ramai.<sup>12</sup>

Sementara Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan bahwa media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0<sup>13</sup> dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring sosial ini merupakan situs dimana setiap orang mampu membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan relasi untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.<sup>14</sup>

Saat ini media sosial terus melonjak perluasan dan beragam

---

<sup>11</sup> A. Rafiq, “Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat”, Jurnal Global Komunikasi, Vol.1, No.1, 2020, hal. 19.

<sup>12</sup> Karina Listi dkk, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), hal. 4.

<sup>13</sup> Nama yang digunakan untuk menyebutkan generasi kedua dari World Wide Web (www) yang dicetuskan oleh Darcy DiNucci dipopulerkan oleh TIM O'Reily dan Dougherty pada konferensi O'Reily Media Web pada 2004, dikutip dari www.unpas.ac.id, *Sejarah Web 2.0*, Universitas Pasudan, diakses 13 Juni 2022.

<sup>14</sup> A.Rafiq, “Dampak Media Sosial terhadap Perubahan ...”, hal. 8.

pemanfaatannya. Media sosial dapat ditelusuri berdasarkan ciri-ciri sebagai berikut:<sup>15</sup>

- a. Bersifat terbuka. Setiap pengguna media sosial dapat membuat akunnya sendiri.
- b. Halaman profil pengguna. Pengguna dapat menyajikan dan memberikan informasi tentang diri pengguna itu sendiri.
- c. Interaksi antarsesama pengguna. Media sosial menyediakan fitur untuk saling berinteraksi antarsesama pengguna, seperti berbagi informasi, komentar, *sharing* dan lain sebagainya.
- d. *User generation content*. Terdapat fitur bagi pengguna untuk menciptakan konten dan menyebarkannya.
- e. Tanda waktu setiap postingan. Setiap postingan terdapat tanda waktunya kapan konten itu diposting.

Menurut Kaplan dan Adreas sebagaimana yang dikutip oleh Yuni Fitiani, terdapat 6 jenis media sosial.<sup>16</sup> Masing-masing media sosial tersebut memiliki karakter dan cara kerja tersendiri. Keenam *platform* media sosial tersebut ialah:

- a. Proyek kolaborasi (*collaborative project*). Media sosial ini membenarkan penggunaannya untuk membuat, menambah atau memperbarharui konten, seperti Wikipedia.
- b. *Blog* dan *microblog*. Media sosial ini mengizinkan para penggunanya membuat konten yang dominasinya berbentuk tulisan, seperti Twitter atau X.
- c. Situs jejaring sosial. Media sosial yang digunakan dapat dengan mudah menjalin interaksi sesama penggunanya, misalnya Facebook.
- d. *Virtual game worlds*. *Platform* yang permainannya dirancang melalui tiga dimensi, misalnya *Mobile Legends*.
- e. *Virtual social worlds*. Media sosial yang berwujud dunia virtual, misalnya *Second Life*
- f. Komunitas konten (*content community*). Media sosial ini merupakan komunitas yang memungkinkan penggunaannya membuat suatu konten media multimedia dengan video, foto, gambar, dan audio, contohnya YouTube, Instagram dan TikTok.

TikTok merupakan media sosial yang berasal dari Cina. Zhang

<sup>15</sup> Yuni Afriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital", Jurnal JISAMAR, Vol. 5. No.4. November 2021, hal. 1008.

<sup>16</sup> Yuni Afriani, "Pemanfaatan Media Sosial ..., hal. 1008.



Yiming meluncurkan TikTok pertama kali pada September 2016 yang berbasis video pendek yang dapat digunakan melalui website, android, dan juga iPhone.<sup>17</sup> TikTok memiliki cara kerja tersendiri dengan menekankan pada kekuatan video dan audio sebagai daya tarik.

Cara kerja TikTok berupa tampilan video yang digabungkan tingkat monetisasi, memiliki durasi dan dilengkapi oleh content creator. Ketiga cara kerja tersebut merupakan syarat-syarat agar video-video menarik sehingga *viewers* akan meningkat dan dapat menyebabkan kecanduan. Video-video yang dapat membuat kecanduan akan terus dinikmati dan di-*scrool* terus-menerus. Durasi video TikTok berkisar 15 detik hingga 2-3 menit. Semakin lama video ditonton maka semakin besar peluang dalam mendapatkan *income* (uang).<sup>18</sup>

## B. Kekuatan Pesan Melalui Video

Pesan yang terkandung dalam video lebih kuat dampaknya bagi *audience* (pemirsa). Pengaruh pesan dalam video lebih berbekas dibanding membaca berita, mendengar radio, atau menonton televisi. Media sosial berbasis video berbeda dengan tayangan televisi meskipun sama-sama berbasis rekaman video. Video adalah salah satu teknologi ekspedisi sinyal elektronik berupa gambar yang bergerak yang dapat didengar, dilihat dengan indra penglihatan dan pendengaran (*audio visual*).<sup>19</sup>

Edgar Dale's dengan teori *Dale's Cove of Experience* menyatakan bahwa tingkat pemahaman seseorang dalam sebuah

<sup>17</sup> Annisa Ismi R, *Apa Itu Tiktok, Fitur, dan Cara Penggunaan-nya!*, <https://socialmediamarketer.id>, edisi 27 Februari 2022, diakses 01 Januari 2025.

<sup>18</sup> Indri, *TikTokers Wajib Tahu! Ternyata Begini Cara Kerja Algoritma Rahasia TikTok*, <https://urbandigital.id>, edisi 08 Desember 2021, diakses 01 Januari 2025.

<sup>19</sup> Sofyan Hadi, "Efektivitas Penggunaan Video sebagai Media Pembelajaran untuk Siswa Sekolah Dasar", *Prosiding TEP & PDs*, Tema. 1, No. 15, Bulan Mei 2017, hal. 97.

kerucut pengalaman menunjukkan pada kerucut pertengahan bagian atas. Posisi tersebut mengartikan bahwa video lebih baik dari pada media gambar atau media audio.<sup>20</sup> Audien akan mudah memahami dan meniru atau mengikuti pesan yang disampaikan melalui video. Itulah sebabnya tutorial yang paling efektif adalah yang berbasis video.

### C. Pengaruh Negatif Video TikTok

Fenomena yang terlihat adalah konten video pada *platform* TikTok banyak mengandung unsur negatif, meskipun sebenarnya ia dapat digunakan untuk hal-hal positif. Terkadang terdapat orang yang rela melakukan apa saja demi terkenal atau viral. Setelah viral maka seseorang akan merasa hebat, walaupun melalui konten negatif.

Konten-konten TikTok berbentuk keisengan dapat memunculkan paradigma negatif bagi pengguna atau penikmat konten tersebut. Pengaruh negatif yang muncul dapat mengubah pola pikir seseorang, antara lain:

- a. Waktu yang terbuang sia-sia.
- b. Kerap memunculan *hoax* (informasi bohong).
- c. Membanding kehidupan sosial dan ekonomi di masyarakat.
- d. Berbahaya bagi anak-anak di bawah umur karena belum ada penyaringan yang konkrit pada konten *vulgar*, kekerasan dan aksi tidak senonoh lainnya.
- e. Kerap dijadikan media *bullying* dan sarkasme.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Sofyan Hadi, "Efektivitas Penggunaan Video sebagai ...", hal. 98.

<sup>21</sup> Angelista Putri Siman, *Kamu Pengguna TikTok, Yuk Lihat Dampak Penggunaanya*, [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com), edisi 27 Oktober 2020, diakses pada 12 Juni 2024.



## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah kualitatif dengan studi kepustakaan. Data penelitian diperoleh dari sejumlah jurnal, buku, podcast, dan laporan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### TikTok Sebagai Media Dakwah

TikTok dapat digunakan oleh siapa saja dengan tujuan yang beragam. Bagi penganut agama Islam dapat menggunakan TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Materi (konten) dakwah itu terdiri dari tauhid, syariah (ibadah), dan akhlak. Pesan-pesan dakwah dari ketiga unsur ini perlu dikreasikan oleh TikToker muslim/muslimah untuk diunggah pada akun TikTok miliknya.

Islam memosisikan setiap penganutnya sebagai penyampai kebaikan (*da'i*, *muballigh*). Pada sisi lain, Islam juga memberi tanggung jawab kepada setiap penganutnya sebagai pemimpin sesuai kapasitas masing-masing. Setiap orang Islam akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak. Ini sesuai dengan sabda Nabi Muhammad saw berikut:.

حَدَّثَنَا عَبْدَانُ أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ أَخْبَرَنَا مُوسَى بْنُ عُقْبَةَ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالْأَمِيرُ رَاعٍ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدِهِ فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ.

*“Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya. Seorang Amir adalah pemimpin. Seorang suami juga pemimpin atas keluarganya. Seorang perempuan juga pemimpin atas rumah suaminya dan anak-anaknya. Maka setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya.”* (HR. Bukhari No. 4801).

Agama terdiri tiga komponen, yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.<sup>22</sup> Sejalan dengan itu, maka materi (konten) dakwah juga mesti memuat salah satu atau semua komponen tersebut. Setiap orang Islam dibebankan tanggung jawab untuk senantiasa menyebarkan pesan atau konten terkait tiga aspek di atas. Dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW bersabda bahwa setiap muslim adalah juru dakwah. Setiap muslim diwajibkan untuk menyampaikan kebenaran yang diperoleh dari Rasulullah walaupun hanya satu kata.

Dalam Al-Quran terdapat 152 ayat yang berbicara tentang dakwah.<sup>23</sup> Dalam makalah ini penulis hanya membahas empat ayat saja, yaitu satu ayat tentang ajakan kepada berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran (surah Ali Imran ayat 104), satu ayat tentang menyeru untuk beriman kepada Allah (surah An-Nisa ayat 136), satu ayat tentang ajakan beribadah kepada Allah (surah Al-Baqarah ayat 43), dan satu ayat tentang budi pekerti dalam pergaulan sesama manusia (surah Al-Hujarat ayat 11).

Ayat Al-Quran tentang amar makruf dan nahyi munkar terdapat dalam surah Ali Imran ayat 104 berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Hendaklah ada di antara kamu satu golongan yang menyeru kepada kebaikan) ajaran Islam (dan menyuruh kepada yang makruf dan melarang dari yang mungkar. Merekalah yakni orang-orang yang menyeru, yang menyuruh dan yang melarang tadi (orang-orang yang beruntung) atau berbahagia.

Ulama tafsir sepakat bahwa 'min' di sini untuk menunjukkan 'sebagian' karena apa yang diperintahkan itu merupakan fardhu kifayah yang tidak mesti oleh seluruh umat. Dalam kitab *Tafsir Jalalain* dijelaskan bahwa ayat di atas mengandung perintah kepada segolongan umat Islam

<sup>22</sup> Sehat Ihsan Sadikin dkk, Azwarfajri (Editor), *Kajian Islam: Metode dan Isu-isu Kontemporer*, (Banda Aceh, Ar-Raniry Press: 2022), hal. 12-18.

<sup>23</sup> Ilmi Zadah Faidhullah, *Fathul Rahman*, (Bandung: Diponegoro, 2017), hal. 149-151.

agar konsisten menyeru kepada kebaikan dan pengamalan ajaran Islam. Demikian juga diharapkan ada segolongan orang yang menyeru pada pelarangan perbuatan keji. Orang-orang yang menyeru pada kebaikan dan mencegah kemungkaran termasuk dalam golongan orang yang beruntung atau berbahagia.<sup>24</sup>

Senada dengan *Tafsir Jalalain*, penafsir modern asal Indonesia, M. Quraish Shihab, menjelaskan bahwa pesan yang terkandung dalam ayat tersebut di atas adalah ajakan agar umat Islam senantiasa bersatu padu dalam kebenaran dan perbuatan baik. Umat Islam dianjurkan untuk berbuat kebaikan dunia dan akhirat.<sup>25</sup> Mereka yang melakukan prinsip itu adalah orang-orang yang memperoleh keberuntungan yang sempurna.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa surah Ali Imran ayat 104 di atas berbicara tentang dua hal. Pertama, seruan atau kampanye untuk berbuat baik menjadi tanggung jawab orang Islam. Kedua, ajakan untuk mencegah manusia dari perbuatan jahat yang mesti dilakukan. Kedua hal ini sejalan dengan tanggung jawab setiap muslim sebagai juru dakwah. Walaupun tidak berada pada level fardhu 'ain, tetapi alangkah bijak seandainya setiap muslim/muslimah secara suka rela bersedia menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran dengan memanfaatkan fasilitas yang ada termasuk media sosial.

Ayat Al-Quran yang menyeru untuk beriman kepada Allah antara lain terdapat dalam surah An-Nisa ayat 136 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ءَامِنُوا بِاللّٰهِ وَرَسُولِهِ ؕ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَىٰ رَسُولِهِ ؕ وَالَّذِي أَنزَلَ مِن قَبْلُ وَمَن يَكْفُرْ  
بِاللّٰهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ ؕ وَالْيَوْمِ ءَآخِرِ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا بَعِيدًا

“Wahai orang-orang yang beriman, tetaplah beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan kepada kitab yang Allah turunkan kepada Rasul-Nya, serta kitab yang Allah turunkan sebelumnya. Barang siapa yang

<sup>25</sup> M. Qurasih Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2005).

kafir kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya dan hari kemudian, maka sesungguhnya orang itu telah sesat sejauh-jauhnya”.

Dalam *Tafsir Ibnu Katsir* dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk kokoh dalam iman kepada Allah, para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, para rasul-Nya, dan adanya hari pembalasan setelah kematian.<sup>26</sup> Adapun M. Quraish Shihab dalam *Tafsir Al Misbah* menguatkan bahwa pada hakikatnya setiap orang yang beriman wajib mengimani keesaan Allah yang telah mengutus para rasul-Nya, kitab-kitab-Nya, hari kiamat dan mengamalkan apa yang dibawa dan oleh Muhammad SAW. Diperintahkan juga pada umat manusia untuk taat menjauhi kesesatan dan bertawakkal dengan mengikhlaskan diri hanya pada Allah SWT.<sup>27</sup>

Ayat tersebut secara jelas menegaskan tentang kewajiban untuk percaya dan yakin pada Allah. Hal ini merupakan kewajiban memegang teguh rukun iman seseorang agar senantiasa menjauhi kesesatan yang mencelakakan diri. Ajakan untuk mengokohkan diri dalam iman kepada Allah selayaknya diserukan oleh setiap orang Islam dengan memanfaatkan media dakwah terkini yaitu media sosial.

### **Konten Dakwah Tentang Ibadah**

Ayat Al-Quran yang menyeru untuk beribadah kepada Allah antara lain terdapat pada surah Al-Baqarah ayat 43 berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

“Dan dirikanlah salat, bayarkan zakat dan rukuklah kalian bersama orang-orang yang rukuk.”

Ulama diminta untuk mempelajari ilmu-ilmu tentang ibadah untuk selanjutnya mengajarkan dan menasehati kaum khalayak, seperti nasehat

<sup>26</sup> Ibnu Kastir, *Tafsir Ibnu Katsir*, <http://www.ibnukatsironline.com>.

<sup>27</sup> *Tafsir Al-Misbah, Tafsir Al-Misbah*.

yang berbunyi "Tetaplah kalian dalam agama Muhammad, karena ia adalah agama yang benar!"<sup>28</sup> Quraish Shihab menafsirkan ayat tersebut untuk menerima seruan beriman kepada Allah, mengerjakan salat dengan benar, dan mengeluarkan zakat kepada mustahiq. Shihab menambahkan penjelasan salat dalam ayat tersebut bahwa perintah untuk salat berjamaah dalam barisan orang-orang mukmin. Salat berjamaah lebih besar pahala yang diberikan oleh Allah dan menunjukkan muslim yang sebenar-benarnya.<sup>29</sup>

Berdasarkan penjelasan kedua tafsir di atas, maka ayat tersebut jelas mengandung perintah untuk beribadah kepada Allah dengan salat dan amalan lainnya. Ibadah utama merupakan kewajiban bagi umat Islam tentu bukan hanya salat saja, melainkan terdapat perintah untuk berpuasa di bulan Ramadhan, ikhlas mengeluarkan zakat, menunaikan ibadah haji, saling menasehati dan mengajak pada kebaikan yaitu Islam (kedamaian).

Segala perintah ibadah, baik fardhu ain, kifayah dan sunnah, sejatinya menjadi bagian daripada konten video untuk ditayangkan melalui media sosial. Content creator dari kalangan Islam sejatinya menyiapkan materi-materi dakwah terkait ibadah dalam wujud yang menarik, mudah dipahami dan disukai generasi muda untuk selanjutnya diunggah pada media sosial masing-masing, terutama TikTok yang paling digemari masyarakat Indonesia. Ini merupakan bagian dari implementasi fungsi da'i/muballigh yang melekat pada setiap individu muslim/muslimah sebagaimana pesan Nabi Muhammad dalam sebuah hadits.

Banyak ayat Al-Quran yang berbicara tentang budi pekerti dalam pergaulan sosial. Dalam kesempatan ini hanya ditampilkan satu ayat saja, yaitu ayat 11 dari surah Al-Hujarat berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا

<sup>28</sup> Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, (Jakarta: Ummul Qura, 2017).

<sup>29</sup> M. Qurasih Shihab, *Tafsir Al-Misbah*.

مَنْهُمْ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengolok-olok kaum lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olokkan) dan jangan pula wanita-wanita (mengolok-olokkan) wanita-wanita yang lain (karena) boleh jadi wanita-wanita (yang diperolok-olokkan) itu lebih baik daripada wanita (yang mengolok-olokkan) dan janganlah kamu mencela dirimu sendiri serta janganlah kamu panggil-memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan ialah (panggilan) yang buruk sesudah iman; dan barang siapa yang tidak bertobat, maka mereka itu orang-orang yang zalim”.

Ayat di atas diturunkan berkenaan dengan delegasi dari Bani Tamim yang suka mengejek orang-orang Islam yang hidup dalam keadaan miskin, seperti Ammar bin Yasir dan Shuhaib Ar-Rumi. Selanjutnya juga terdapat larangan bagi perempuan menghina perempuan lainnya, karena bisa jadi di sisi Allah ia lebih baik dari pada orang yang menghina. Imam Ibnu Katsir dalam kitabnya *Tafsir Ibnu Katsir* menegaskan bahwa ayat tersebut terdapat beberapa larangan orang-orang Islam agar tidak mengejek atau mengolok-olok kaum lain. Makna pelarangan di sini adalah diharamkan.<sup>30</sup>

Pada sisi lain, Allah juga melarang memanggil seseorang dengan gelar yang buruk yang tidak disukainya, seperti hai orang fasik, atau hai orang kafir atau panggilan serupa dengan nama binatang dan sebagainya. Karena perbuatan tersebut merupakan perbuatan yang biasa dilakukan oleh kaum jahiliyah. Barang siapa yang tidak bertobat dan tidak meninggalkan kebiasaan tersebut, maka mereka itulah termasuk orang-orang yang zalim.<sup>31</sup>

Menyampaikan kebenaran dan mencegah adanya kemungkaran adalah kewajiban bagi setiap penganut agama Islam. Dalam konteks tulisan ini banyak terdapat kemungkaran pada konten yang ada pada aplikasi TikTok seperti yang diunggah oleh beberapa selebriti nasional dan selebgram lokal

<sup>30</sup> Ibnu Kastir, *Tasfir Ibnu Katsir Jilid 7*, (Mu-asasah Dar al-Hilaal Kairo, 1994) hal. 485.

<sup>31</sup> Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir ...* hal. 485



di Aceh. Saling caci dan hina hingga memanggil orang lain dengan nama binatang sangat mudah ditemui dalam media sosial TikTok, baik di Aceh maupun di Indonesia. Sebagian konten yang ditayangkan bertentangan dengan ajaran agama Islam dan tak bermoral.

Merujuk pada berbagai ayat dan penafsiran ulama di atas, maka dalam kehidupan di zaman yang serba digital ini agar umat Islam memanfaatkan media sosial, terutama TikTok, untuk menyebarkan ajakan kebaikan (amar makruf) dan mengajak manusia untuk meninggalkan kejahatan (nahyi munkar). Data pada bagian pertama menunjukkan bahwa 70 persen penduduk Indonesia menggunakan internet. Mereka juga adalah pengguna media sosial TikTok terbesar di dunia.

Data menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam. Jumlah penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 207 juta jiwa atau 87,20 persen dari populasi penduduk Indonesia.<sup>32</sup> Angka ini sejatinya berkontribusi besar dalam menyebarkan kebaikan dan pencegahan kejahatan kepada sesama umat manusia. Hal ini sejalan dengan sabda Nabi Muhammad bahwa setiap orang Islam adalah juru dakwah dan dibebankan untuk menyebarkan kebaikan walaupun hanya satu kata. Hadits kewajiban berdakwah ini sejatinya dipahami dan dilaksanakan oleh penduduk Islam Indonesia yang mencapai 207 juta yang mana 70 persen dari mereka adalah pengguna internet dan media sosial.

Sejalan dengan fenomena di atas, maka sejatinya penduduk Islam Indonesia mengisi materi (konten) video pendek di media sosial, terutama TikTok, tentang tiga yaitu konten berhubungan dengan aqidah, ibadah dan moral. Pengisian konten-konten dakwah akan mampu mengimbangi konten negatif yang gencar dilakukan oleh orang fasik dan hendak merusak moral bangsa serta menjauhkan kehidupan manusia dari nilai-nilai agama.

---

<sup>32</sup> BPS RI, *Religion in Indonesia*, 2024, <https://samarindakota.bps.go.id>, edisi 17 Mei 2024, diakses 01 Januari 2025.

## KESIMPULAN

Sebagian konten di media sosial, terutama di TikTok, mengandung sejumlah dampak negatif bagi publik manakala digunakan untuk kepentingan hura-hura, pelemahan iman, *bully*, *hoaks*, fitnah, kekerasan, pamer aurat hingga kampanye *free sex*. Sebaliknya, media sosial TikTok akan bermanfaat manakala diisi dengan konten-konten yang mengajak pada kebaikan dan ajakan meninggalkan perbuatan jahat (nahi munkar).

Islam menempatkan setiap muslim/muslimah sebagai pemberi kabar kebaikan (*da'i*, *muballigh*). Data menunjukkan mayoritas penduduk Indonesia yaitu 207 juta atau 87,20 persen adalah penganut agama Islam. Ini adalah potensi dan kekuatan dalam mewujudkan masyarakat Indonesia yang berperadaban (madani), mengikuti perintah Allah dan menjauhkan segala larangan-Nya. Islam mendorong umatnya untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi, termasuk dalam berdakwah. Media sosial, terutama TikTok, mempunyai kekuatan mendasar dalam menyebarkan dakwah sebagai wujud antisipasi atas maraknya kampanye kemungkaran tentang pelemahan iman, pembangkangan atas perintah ibadah dan mempertontonkan perilaku tak bermoral. Al-Quran menetapkan dakwah Islam dapat dilakukan dalam tiga komponen utama yaitu aqidah, ibadah, dan akhlak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Aly Syukran Aziz Al-Mubarak, "Metode Keteladanan dalam Pendidikan Islam terhadap Anak di Pondok Pesantren", *Al-Ta'dib: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, IAIN Mojoekerto, Vol.12, No.2, 2019.
- Aryo Putranto Saptohutomo, *MUI Minta Pemerintah Segera Atur Pembatasan Medsos bagi Anak*, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), edisi 20 Desember 2024.
- Angelista Putri Siaman, *Kamu Pengguna TikTok, Yuk Lihat Dampak Penggunanya*, [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com), edisi 27 Oktober 2020.
- Annisa Ismi R, *Apa Itu Tiktok, Fitur, dan Cara Penggunaan-nya!*, <https://socialmediamarketer.id>, edisi 27 [Februari 2022](#).
- A. Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat, *Jurnal Global Komunikasi*, Vol.1, No.1, 2020.
- BPS RI, *Religion in Indonesia*, 2024, <https://samarindakota.bps.go.id>, edisi 17 Mei 2024.
- , *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa) 2022-2024*, [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), edisi 28 Juni 2024
- CNN Indonesia, *Usia Pengguna Medsos Indonesia Bakal Dibatasi, Aturan Masih Digodok*, [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), edisi 18 Desember 2024
- Hadi, Sofyan. "Efektivitas penggunaan video sebagai media pembelajaran untuk siswa sekolah dasar." *Seminar Nasional Teknologi Pembelajaran Dan Pendidikan Dasar*, 2017.
- Hannah Ritchie, *Australia Approves Social Media Ban on under-16s*, [www.bbc.com](http://www.bbc.com), edisi 29 Nopember 2024.
- Hardian, 10 Dampak Buruk TikTok Terhadap Remaja, <https://informatika.almaata.ac.id>, edisi 22 Januari 2024, diakses 01 Januari 2025.
- Ibnu Kastir, *Tafsir Ibnu Katsir*, <http://www.ibnukatsironline.com>.
- Ichdar Ifan, *Gara-Gara Video Viral Joget di TikTok, Guru di Aceh Selatan Diperkosa dan Diperas*, <https://aceh.inews.id>, edisi 11 Oktober 2024.
- Indri, *TikTokers Wajib Tahu! Ternyata Begini Cara Kerja Algoritma Rahasia TikTok*, <https://urbandigital.id>, edisi 08/12/2021.

Ilmi Zadah Faidhullah, *Fathul Rahman*, (Bandung: Diponogoro, 2017).

Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, (Jakarta: Ummul Qura, 2017).

Karina Listi dkk, “*Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*”, (Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

M. Qurasih Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Tangerang, Lentera Hati, 2005).

Sehat Ihsan Sadikin dkk, Azwarfajri (Editor), *Kajian Islam: Metode dan Isu-isu Kontemporer*, (Banda Aceh, Ar-Raniry Press: 2022).

Sofyan Hadi, “Efektivitas Penggunaan Video Sebagai Media Pembelajaran Untuk Siswa Sekolah Dasar”, *Jurnal Prosiding Tep Pds*, Tema. 1, No. 15, Bulan Mei 2017.

Yuni Afriani, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital”, *Jurnal JISAMAR*, Vol. 5. No.4. November 2021.