



---

## **Etika Da'i Gen-Z Dalam Berdakwah Pada Akun Tiktok @kadamsidik00**

**Muhammad Adib Afiq**

Universitas Hasyim Asy'ari

**Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam**

Universitas Hasyim Asy'ari

Jalan Irian Jaya No. 55, Tebuireng, Desa Cukir, Kecamatan Diwek, Kabupaten

Jombang, Jawa Timur 61471

Korespondensi penulis: [penulis.pertama@email.com](mailto:penulis.pertama@email.com)

**Abstract.** *This study examines the ethics of preaching by Gen-Z da'i through the social media platform TikTok, with a case study on the account @kadamsidik00 owned by Husain Basyaiban (Kadam Sidik). The background of this research is the growing phenomenon of digital preaching among young generations, which requires a creative approach while upholding Islamic ethical values. The aim of this study is to identify the application of preaching ethics and moral principles in Kadam Sidik's TikTok content. The method used is descriptive qualitative with Roland Barthes' semiotic analysis, including denotation, connotation, and myth in the preaching videos. The results show that Kadam Sidik applies ethical principles such as sincerity, patience, respect for the audience, and persuasive communication without using harsh or provocative language. This approach aligns with Immanuel Kant's Deontological Ethics, emphasizing moral duty and universal values. In conclusion, TikTok can be an effective medium for Gen-Z preaching if managed with proper ethical principles. This study is expected to contribute to digital preaching literacy and provide ethical guidelines for young da'i in utilizing social media as a preaching platform.*

**Keywords:** *Da'wah Ethics, Gen-Z Preachers, TikTok, Social Media, Kadam Sidik.*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji etika dakwah da'i Gen-Z melalui media sosial TikTok dengan studi kasus akun @kadamsidik00 milik Husain Basyaiban (Kadam Sidik). Latar belakangnya adalah fenomena dakwah digital yang berkembang di kalangan generasi muda, yang membutuhkan pendekatan kreatif sekaligus menjunjung nilai etika Islam. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi penerapan etika dakwah dan prinsip moral dalam konten dakwah TikTok Kadam Sidik. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes, meliputi denotasi, konotasi, dan mitos dalam video dakwah. Hasil penelitian menunjukkan Kadam Sidik menerapkan prinsip etika seperti keikhlasan, kesabaran, penghormatan audiens, serta komunikasi persuasif tanpa bahasa kasar atau provokatif. Pendekatan ini sejalan dengan Etika Deontologi Immanuel Kant yang menekankan kewajiban moral dan nilai universal. Kesimpulannya, TikTok dapat menjadi media efektif bagi dakwah Gen-Z jika dikelola dengan prinsip etika yang tepat. Penelitian ini diharapkan berkontribusi pada literasi dakwah digital dan memberikan pedoman etika bagi da'i muda dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform dakwah.

**Kata kunci:** Etika Dakwah, Da'i Gen-Z, TikTok, Media Sosial, Kadam Sidik.

### **LATAR BELAKANG**

Di era digital, perkembangan teknologi telah mengubah cara orang berinteraksi dan menerima informasi, sehingga media konvensional bertransformasi menjadi media digital

modern (Rohmah et al. 2024). Hal ini juga memengaruhi metode dakwah yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka dalam majelis, yang menurut Zorn, mengharuskan pengumpulan orang banyak. Namun, metode konvensional kurang efektif untuk generasi Z, yang dikenal memiliki pemahaman teknologi tinggi dan lahir di dunia digital (Qurniawati and Nurohman 2018).

Pemanfaatan internet membuat dakwah menjadi lebih praktis dan ekonomis, tanpa harus berkumpul secara fisik. Namun, hal ini menuntut para da'i untuk lebih kreatif dan bijak dalam membuat konten dakwah di media sosial agar pesan dapat tersampaikan dengan baik (Harahap 2022). Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah harus didasari oleh etika dan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadits, karena dakwah merupakan usaha mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran (Samsudin and Putri 2023). Hidup rukun, saling menghormati, dan menasehati dalam kebaikan merupakan bagian dari kesempurnaan manusia sebagai makhluk sosial.

Di dalam Al-Qur'an dijelaskan pada surah Ali Imron ayat 104 tentang perintah Allah SWT kepada umat Islam untuk mengajak berbuat kebajikan dan menjahui keburukan. Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

*Artinya: "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (Q.S. Ali Imron: 104) (IZZAKA 2023).*

Dalam berdakwah, penting menumbuhkan kesadaran beragama dengan pendekatan persuasif tanpa paksaan. Di era digital, TikTok menjadi platform populer dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif yang memungkinkan penyebaran konten dakwah secara luas melalui video pendek berdurasi hingga 10 menit. TikTok menjadi media kreatif bagi generasi muda untuk menyebarkan dakwah dengan cara menarik namun tetap beretika (Pokhrel 2024). Akun @kadamsidik00 milik Kadam Sidik adalah contoh sukses dakwah kreatif di TikTok dengan 6,1 juta pengikut, yang menyajikan konten dakwah beragam seperti kisah nabi, kajian Islami, dan fiqh sehari-hari (Rofiq and Sholihah, 2024). Kadam Sidik, berusia 21 tahun, berasal dari Bangkalan, Madura, dan dibesarkan dalam lingkungan pesantren oleh ayahnya, KH. Sufyan, seorang kiai yang mengajarkan ilmu agama sejak kecil.

Fenomena dakwah di media sosial semakin berkembang seiring mudahnya akses internet dan smartphone, sehingga dakwah bisa dilakukan kapan saja dan menjangkau luas (Sulastris, Gustia, and Juniati 2020). Namun, risiko muncul ketika pengguna menyebarkan informasi tanpa verifikasi, sehingga media dapat mengendalikan pikiran khalayak (Sulastris, Gustia, and Juniati 2020). Selain itu, penggunaan bahasa metafor yang kurang tepat, seperti menyamakan

kenikmatan surga dengan 'pesta seks', menimbulkan kontroversi dan merusak citra dakwah serta kredibilitas da'i, seperti yang terjadi pada seorang da'i yang harus meminta maaf kepada MUI dan umat Islam akibat kata-kata provokatif tersebut.

Fenomena menarik lainnya adalah postingan yang ada di media sosial bisa menjadi bahan dakwah bagi para da'i tanpa mengecek kebenaran informasi dari postingan tersebut. Begitu antusiasnya pengguna media sosial ini sehingga mereka tidak mepedulikan dari mana sumber informasi dan siapa yang memposting informasi tersebut. Teori media yang menyebutkan bahwa manusia pasif, tetapi medialah yang mengendalikan pikiran khalayaknya perlu mendapat perhatian kembali oleh para ahli. Hal ini disebabkan pengguna media sosial dari tahun ke tahun selalu meningkat secara drastis (Sulastri et al. 2020).

Fenomena penggunaan gaya bahasa metafor dalam dakwah kadang menimbulkan kontroversi, seperti kasus da'i yang menyamakan kenikmatan surga dengan 'pesta seks' yang memicu protes hingga permintaan maaf kepada MUI dan umat Islam. Kesalahan pemilihan kata ini berdampak negatif pada persepsi kenikmatan surgawi, citra Islam, dan kredibilitas da'i karena dianggap mengandung muatan pornografi. Selain itu, beberapa da'i juga kerap memakai kata-kata kotor atau umpamaan kasar dalam dakwah, yang dapat membentuk persepsi keliru bahwa hal tersebut bagian dari ajaran Islam, sehingga merusak citra agama (Mahdaniar 2022).

Penelitian oleh Mahdiyyah Nuur Jannah mengkaji etika komunikasi dakwah Kadam Sidik di TikTok, menganalisis gaya komunikasi dan relevansi platform tersebut dalam konteks kontemporer. Sementara itu, Salsabila Nuha Aini dkk. meneliti efektivitas metode dakwah Islam di TikTok untuk Gen-Z, fokus pada respon, partisipasi, dan pemahaman nilai Islam, serta memberikan rekomendasi peningkatan metode dakwah digital (Pokhrel 2024).

Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Athoillah Islamy mengkaji etika dakwah di media sosial, menekankan pentingnya memanfaatkan media untuk tujuan edukatif dan menghindari penyebaran kebencian atau informasi salah. Studi ini relevan dengan akun TikTok @kadamsidik00 sebagai media dakwah yang kreatif dan etis (Dewi 2019).

Ketiga penelitian ini sepakat menekankan penyebaran pesan positif dan edukatif. Namun, penelitian ini berbeda karena fokus pada etika dakwah di media sosial secara khusus dengan studi kasus akun @kadamsidik00, serta bagaimana da'i Gen-Z seperti Kadam Sidik menginterpretasikan dan menerapkan etika dakwah kontemporer. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis etika dakwah Kadam Sidik dalam menyampaikan pesan melalui konten video di TikTok @kadamsidik00, dengan judul "Etika Da'i Gen-Z Dalam Berdakwah Pada Akun Tiktok @kadamsidik00".

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Da'i**

Da'i adalah unsur penting dalam dakwah yang berperan aktif menyampaikan ajaran Islam, menyeru kebaikan, dan mencegah kemungkaran. Istilah da'i merujuk pada umat Muslim yang mengkhususkan diri dalam bidang agama, seperti Kyai, Syekh, Muballigh, atau Ustad (Rizky 2024). Secara umum, da'i menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat melalui lisan, tulisan, atau media lain, biasanya dalam bentuk ceramah di masjid atau majelis ilmu.

Seiring perkembangan zaman, peran da'i tidak hanya terbatas di ruang fisik, tetapi juga merambah ke ruang digital. Da'i masa kini, terutama dari kalangan Gen-Z yang tumbuh bersama teknologi, dituntut mampu memanfaatkan media sosial seperti TikTok untuk menjangkau audiens lebih luas dengan cara yang kreatif dan sesuai tren. Contohnya adalah Husain Basyaiban dengan akun @kadamsidik00, yang menggunakan pendekatan visual, musik Islami, dan fitur interaktif TikTok untuk menarik perhatian khususnya generasi muda. Da'i seperti ini berperan penting menjembatani dakwah Islam dengan dunia digital yang digemari generasi sekarang.

### **2. Etika Da'I Gen-Z**

Etika secara umum adalah kumpulan nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman bagi individu dalam bertindak dan berperilaku dengan benar, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Dalam konteks dakwah, etika berfungsi sebagai dasar penting yang mengatur cara seorang da'i menyampaikan ajaran Islam dengan sikap santun, jujur, bertanggung jawab, serta menghormati audiensnya. Etika ini tidak hanya mencakup isi pesan, tetapi juga metode, media, dan perilaku dalam penyampaian agar dakwah tidak menimbulkan kesalahpahaman atau penolakan dari masyarakat.

Dalam konteks generasi Z, makna etika da'i meluas menjadi bagaimana para pendakwah dari generasi ini menerapkan nilai moral dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial, khususnya platform digital seperti TikTok. Karena generasi Z tumbuh di era teknologi, mereka cenderung berkomunikasi dengan cara yang tepat, visual, dan mengikuti tren digital yang sedang berkembang, sehingga metode dakwah mereka lebih kreatif, interaktif, dan responsif terhadap audiens. Namun, etika tetap menjadi hal utama yang harus dijaga, seperti penggunaan bahasa yang sopan, menghindari ujaran kebencian, tidak menyinggung kelompok tertentu, serta memastikan konten dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, etika da'i Gen-Z dipahami sebagai usaha menjaga nilai moral dan adab dalam berdakwah secara digital sesuai karakteristik media sosial, di mana da'i muda seperti Husain Basyaiban melalui akun TikTok @kadamsidik00 menjadi contoh yang aktif berdakwah dengan fitur kekinian

sekaligus menjaga nilai etis agar pesan Islam tersampaikan dengan baik dan diterima oleh generasi muda pengguna media sosial.

### **3. Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Dakwah**

Media dakwah adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah mencakup segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Sebelum adanya teknologi media dan informasi, dakwah biasanya dilakukan secara langsung melalui pertemuan tatap muka antara da'i dan audiens, yang disebut dakwah konvensional dan telah dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad SAW.

Seiring perkembangan zaman, cara penyampaian nilai-nilai Islam menjadi lebih modern dengan dukungan media baru. Media dakwah kini meliputi berbagai bentuk, mulai dari lisan, tulisan, hingga media audiovisual. Di era digital, dakwah banyak memanfaatkan media yang efisien dan efektif, salah satunya adalah TikTok. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan dakwah secara kreatif dan relevan bagi generasi Z. Platform ini memungkinkan pendakwah menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik, cepat menyebar, dan sesuai dengan tren digital saat ini (Wijaya and Muktarrudin 2024).

### **4. Tiktok Sebagai Platform Dakwah**

TikTok merupakan salah satu media e-dakwah yang sangat sesuai saat ini. Mackenzie & Nichols menjelaskan bahwa TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya membuat berbagai konten, termasuk dakwah, komedi, edukasi, tantangan, dan tarian, dengan fitur penyuntingan video yang mudah digunakan. Aplikasi yang dikembangkan oleh ByteDance, perusahaan internet asal Beijing, ini sangat populer di kalangan anak muda karena kemudahan dalam membuat video kreatif dan musik (Mackenzie and Nichols 2020).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995-2010 dan sering disebut Generasi Internet atau IGeneration, lebih memilih menggunakan gadget dibanding membaca buku. Oleh karena itu, pendakwah perlu memanfaatkan teknologi untuk mendukung proses pembelajaran, menggunakan platform digital sebagai media penyampaian dakwah (Noviati 2022).

Da'i Gen-Z memiliki peran penting sebagai agen perubahan sosial yang memanfaatkan teknologi modern untuk berdakwah secara digital, menggantikan metode tradisional yang mengharuskan tatap muka dengan ulama di masjid atau pesantren. Dengan menguasai media yang sering digunakan Gen-Z, dakwah Islam dapat disampaikan secara menyenangkan dan menarik, sesuai karakter generasi ini yang kreatif, produktif, dan adaptif terhadap perubahan (Kusumawati and Sitika 2024).

Media dakwah TikTok memungkinkan Gen-Z berpartisipasi aktif dalam pembuatan atau konsumsi konten Islami, sehingga pesan dakwah dapat tersebar merata. Namun, mad'u perlu menelaah dan memverifikasi kebenaran materi dakwah agar sesuai dengan dalil yang benar. Salah satu contoh pemanfaatan platform ini adalah akun @kadamsidik00 milik Husain Basyaiban, yang mulai dikenal sejak 2022 dengan gaya penyampaian yang mudah dipahami dan konten yang beragam, termasuk isu perempuan dan kehidupan sosial. Akun ini telah meraih 6,1 juta pengikut dan 377,7 juta like. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik meneliti etika dakwah di akun TikTok @kadamsidik00 dalam upaya meningkatkan nilai-nilai etika dakwah bagi pendakwah muda.

## 5. Konsep Etika Dakwah

Konsep etika dakwah mengacu pada pedoman moral yang wajib dipegang oleh seorang da'i dalam menyebarkan ajaran Islam. Dalam Islam, dakwah bukan sekadar proses komunikasi, melainkan juga bentuk pengabdian yang harus dilaksanakan dengan memperhatikan nilai akhlak dan tanggung jawab sosial. Etika dakwah penting agar pesan keislaman dapat diterima dengan baik tanpa menimbulkan penolakan, konflik, atau resistensi dari penerima dakwah (Nasichah, Araminta, and Fatimah n.d.).

Menurut Quraish Shihab, dakwah seharusnya dilakukan dengan metode yang lemah lembut dan tidak menggurui. Pendekatan yang santun dan penuh kasih sayang menjadi kunci keberhasilan dalam membina masyarakat menuju kebaikan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 125:

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.”*

Ayat ini menegaskan tiga prinsip utama etika dakwah, yaitu hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujadalah bil-lati hiya ahsan (berdialog dengan cara terbaik). Prinsip-prinsip tersebut menekankan bahwa dakwah harus dilakukan secara halus, logis, dan menyentuh hati (Karnelia 2024).

Dalam konteks dakwah modern, khususnya di era digital dan media sosial, etika dakwah menghadapi tantangan baru. Da'i, terutama dari generasi Z, perlu menyesuaikan metode dakwah sesuai karakteristik media dan audiens. Keberhasilan dakwah sangat bergantung pada pemahaman da'i terhadap kondisi sosial dan budaya penerima dakwah. Oleh karena itu, selain menguasai materi keislaman, pendakwah juga harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, memahami teknologi, serta menjaga adab dan etika dalam menyampaikan pesan agama di ruang publik digital.

## **6. Prinsip-prinsip Etika Dakwah**

Pesan dakwah yang disebarkan melalui media sosial dapat dengan cepat diterima oleh audiens (mad'u) dan menyebar luas, bahkan terdokumentasi secara digital. Oleh karena itu, para pendakwah (da'i) harus sangat berhati-hati dalam memilih kata-kata yang disampaikan. Kesalahan dalam berkomunikasi dapat menyebabkan pelanggaran terhadap hukum dan etika dakwah. Maka dari itu, penerapan nilai-nilai etika dakwah di media sosial sangat penting.

Beberapa poin penting dalam etika dakwah adalah:

### **a. Keikhlasan dan kebenaran**

Seorang da'i harus berdakwah dengan niat ikhlas, hanya mengharapkan ridho Allah SWT tanpa menginginkan imbalan duniawi. Keikhlasan harus selaras dengan kebenaran; seseorang tidak bisa disebut ikhlas jika tindakannya bertentangan dengan ajaran agama, seperti seorang perampok yang mengaku ikhlas. Selain itu, keikhlasan dapat tercemar jika seseorang mencela dirinya sendiri di depan orang lain, yang menurut Imam Hasan Bashri merupakan bentuk pamer (ria). Sikap ini sering muncul pada orang perfeksionis yang mudah mencela diri saat gagal, yang sebenarnya merupakan masalah emosional dan sosial yang sering diabaikan (Maulidna et al. 2025).

### **b. Kesabaran**

Kesabaran sangat penting dalam berdakwah, terutama di media sosial yang menyajikan informasi dengan cepat dan audiens yang beragam. Kesabaran diperlukan agar da'i tidak terburu-buru membagikan atau mengomentari informasi sebelum memastikan kebenarannya. Alasan pentingnya kesabaran antara lain:

- 1) Audiens yang beragam, dari yang paham agama hingga yang awam atau skeptis, sehingga dakwah harus disampaikan dengan bijak dan tidak menyinggung.
- 2) Respons negatif seperti komentar kebencian dan kritik pedas yang bisa memancing emosi da'i dan merusak citra dakwah.
- 3) Menghindari perdebatan yang tidak produktif dengan memilah diskusi yang sehat dan yang perlu dihindari.
- 4) Banyaknya informasi dengan sumber yang tidak jelas dan kebenaran yang belum pasti.

## **7. Konsep dan Metode Etika Dakwah menurut Quraish Shihab**

Etika sering kali dianggap sama dengan akhlak, yang dalam bahasa Arab berarti perilaku, tindakan, sifat, dan karakter seseorang. Etika dapat dipahami sebagai ilmu yang membahas nilai-nilai baik dan buruk dalam sikap atau tindakan manusia. Dalam kehidupan sosial, etika

menjadi aspek penting yang mencerminkan perilaku individu sebagai makhluk sosial. Etika yang baik tidak tumbuh secara otomatis, melainkan harus ditanamkan dan dibentuk sejak dini. Dalam pandangan Islam, etika memiliki kedudukan yang sangat tinggi, bahkan lebih penting daripada ilmu pengetahuan, karena ilmu tanpa etika sama dengan ilmu yang tidak diamankan (Anggraini 2024).

Secara umum, etika sering disamakan dengan moral, namun keduanya memiliki perbedaan makna. Etika adalah ilmu yang membahas konsep kebaikan dan keburukan, sedangkan moral merujuk pada nilai-nilai tersebut yang diwujudkan dalam perilaku manusia. Dengan kata lain, moral atau akhlak adalah praktik nyata dari nilai-nilai itu, sementara etika berperan sebagai dasar teoritis untuk memahami perbuatan baik dan buruk. Dalam Al-Qur'an, surah Al-Qalam ayat 4 menegaskan nilai etika melalui firman Allah SWT::

*“Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar memiliki akhlak yang agung.”*

Ayat ini menjadikan Rasulullah SAW sebagai teladan utama dalam budi pekerti mulia dan penerapan etika sehari-hari.

Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan umat beragama. Dalam Islam, dakwah merupakan kewajiban yang harus dijalankan oleh setiap muslim, baik kepada sesama muslim maupun non-muslim. Oleh karena itu, dakwah bukan sekadar aktivitas yang muncul dari keinginan pribadi atau kelompok tertentu, meskipun pelaksanaannya minimal dilakukan oleh sekelompok orang (tha'ifah) dalam masyarakat. Dakwah dipahami sebagai seruan atau ajakan menuju kesadaran dan usaha untuk memperbaiki kondisi individu dan masyarakat menuju keadaan yang lebih baik dan sempurna (Maulidar 2018).

Menurut Quraish Shihab, dakwah memerlukan strategi yang tepat karena setiap aktivitas harus direncanakan dengan baik. Ia menggunakan pendekatan strategis berupa dakwah bil hal (dakwah melalui tindakan nyata) dan dakwah bil lisan (dakwah melalui kata-kata) untuk menyampaikan pesan Islam secara efektif dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Metode ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 125:

رَبِّكَ إِنَّ أَحْسَنَ هِيَ بِأَلَّتِي وَجَادِلُهُمُ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ أَدْعُ  
﴿١٢٥﴾ الْمُهْتَدِينَ ۚ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنِ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ

*“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”*

Shihab menafsirkan bahwa Nabi Muhammad SAW diperintahkan mengikuti jejak Nabi Ibrahim AS, mengajak manusia kepada tauhid dengan tiga pendekatan utama: hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujadalah bil-lati hiya ahsan (berdialog dengan cara terbaik) (Hendra 2020). Pendekatan ini penting karena setiap individu memiliki karakter dan pemahaman yang berbeda, sehingga Nabi tidak perlu terpancing ejekan kaum musyrik, melainkan menyerahkan hasilnya kepada Allah yang mengetahui siapa yang siap menerima petunjuk (Amin 2017).

Quraish Shihab menjelaskan tiga metode dakwah yang harus disesuaikan dengan sasaran: pertama, hikmah, yaitu pendekatan bijak dan penuh pertimbangan yang penting agar pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u dengan latar belakang beragam. Hikmah juga dianggap sebagai karunia Allah yang mendorong perubahan positif pada pendengar. Kedua, mau'izhah hasanah, yaitu nasihat yang menyentuh hati dan didukung oleh keteladanan da'i, agar pesan dakwah efektif dan tidak menimbulkan penolakan. Ketiga, jidal atau debat, yang harus dilakukan secara santun, logis, dan beretika, menghindari kekerasan verbal atau ejekan yang bisa menimbulkan resistensi.

Ketiga metode ini saling melengkapi dan sebaiknya digunakan secara berurutan: mulai dengan hikmah, dilanjutkan dengan mau'izhah yang membutuhkan sikap mulia dan keteladanan, serta jidal yang hanya dipakai dalam situasi tertentu dengan cara yang terkontrol dan etis. Dalam konteks dakwah digital, terutama oleh da'i Gen-Z di platform seperti TikTok (@kadamsidik00), pendekatan ini sangat relevan. Da'i perlu menggunakan hikmah dalam menyusun konten, menyampaikan mau'izhah secara positif, dan menghindari jidal kasar saat menghadapi kritik, sehingga pesan Islam tersampaikan dengan baik tanpa menimbulkan konflik atau resistensi

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam tanpa menggunakan statistik, melainkan dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan penelaahan dokumen. Fokus penelitian diarahkan pada fenomena yang dialami subjek, seperti perilaku, motivasi, tindakan, dan persepsi, sehingga peneliti dapat menafsirkan makna di balik data yang ditemukan. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan sebagai studi lapangan dengan interaksi langsung melalui analisis data yang tersedia di akun TikTok @kadamsidik00, sehingga sangat relevan untuk mengkaji fenomena dakwah berbasis media digital.

Subjek penelitian adalah Kadam Sidik, seorang da'i Gen-Z yang aktif berdakwah melalui TikTok, sementara objek penelitiannya adalah etika dakwah yang diterapkan dalam setiap

konten dakwahnya. Penelitian ini mengkaji cara Kadam Sidik menyampaikan pesan dakwah, penggunaan bahasa, serta respons terhadap audiens, yang kemudian dikaitkan dengan prinsip etika dakwah Islam seperti hikmah, mau'izhah hasanah, dan jidal billati hiya ahsan menurut Quraish Shihab.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berupa kata, gambar, teks, dan video dakwah yang diunggah Kadam Sidik di TikTok, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, dan literatur lain yang relevan dengan topik etika dakwah Gen-Z di media sosial. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas akun TikTok @kadamsidik00, termasuk analisis pada postingan, gaya bahasa, serta respons audiens seperti komentar dan jumlah suka. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan gambar, foto, dan video dari akun tersebut untuk memperkuat landasan analisis.

Tahapan penelitian dimulai dari penentuan tema yang relevan, yaitu etika dakwah Gen-Z di TikTok, dilanjutkan dengan penentuan fokus penelitian untuk memperjelas ruang lingkup dan arah analisis. Setelah itu, peneliti menentukan pendekatan kualitatif sebagai metode utama, serta teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, dokumentasi, dan analisis semiotika Roland Barthes untuk memahami makna simbolik dalam konten dakwah. Analisis data dilakukan secara bertahap, mulai dari reduksi data (menyederhanakan dan memilih data relevan), penyajian data (menyusun data secara sistematis, misalnya dalam bentuk tabel yang memuat video, tema dakwah, dan nilai etika), hingga penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan menghubungkan temuan pada teori dan literatur yang ada.

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber (membandingkan data dari berbagai sumber) maupun triangulasi teknik (memeriksa data dengan metode berbeda, seperti observasi dan dokumentasi). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan bagaimana etika dakwah diterapkan oleh Kadam Sidik di TikTok, tetapi juga memberikan gambaran mendalam tentang pengaruh konten dakwah tersebut terhadap pemahaman dan perilaku remaja, serta menawarkan evaluasi dan rekomendasi bagi para da'i Gen-Z yang ingin berdakwah secara etis dan efektif melalui media sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Husain Basyaiban, atau yang dikenal sebagai Kadam Sidik, lahir di Makkah pada 12 Agustus 2002. Ia adalah seorang konten kreator dan da'i muda asal Madura yang memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, untuk menyebarkan ilmu agama. Namanya mulai dikenal luas sejak awal 2022 setelah mengunggah video dakwah di TikTok, meskipun sebelumnya ia sudah membuat konten dakwah di Instagram sejak 2018 dengan respons yang belum sebesar sekarang (Adnan and Naufal 2024). Kadam Sidik telah menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam

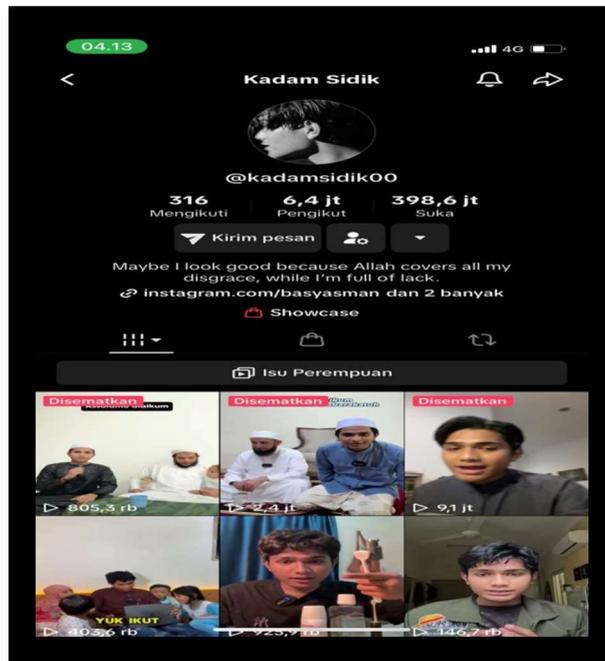
Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya, jurusan Ilmu Hadis, serta mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Wonojati, Pasuruan (IZZAKA 2023). Selain sebagai pendakwah muda, ia juga termasuk mega influencer dengan lebih dari satu juta pengikut, sehingga memiliki pengaruh besar di dunia maya, khususnya di TikTok.



**Gambar 1. Husein Basyaiban pemilik akun TikTok @kadamsidik00**

**(Sumber: Media sosial TikTok @kadamsidik00)**

Akun TikTok @kadamsidik00 memiliki 6,4 juta pengikut, mengikuti 316 akun lain, dan telah mengumpulkan 398,6 juta like. Akun ini menggunakan foto profil Kadam Sidik yang menoleh ke samping kiri dan bio yang berbunyi, “Maybe I look good because Allah covers all my disgrace, while I’m full of lack.” Konten dakwah yang disajikan sangat menarik dengan ciri khas gaya bicara cepat namun jelas, intonasi yang mudah dipahami, serta penampilan yang rapi dan sopan, sehingga mampu menjangkau dan mempengaruhi audiens muda.



**Gambar 2. Akun TikTok @kadamsidik00**  
**(Sumber: Media sosial TikTok @kadamsidik00)**

Dalam setiap video dakwah, Kadam Sidik menerapkan etika dakwah yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti hikmah, mau'izhah hasanah, dan jidal billati hiya ahsan. Penyampaian pesan dilakukan dengan bahasa santun dan sikap sopan agar dakwah dapat diterima dengan baik dan membangun karakter audiens. Pendekatan ini menjadikan dakwahnya tidak hanya informatif tetapi juga edukatif dan inspiratif.

Dengan demikian, paparan ini memberikan gambaran lengkap tentang latar belakang pemilik akun, karakteristik akun TikTok @kadamsidik00, serta penerapan etika dakwah yang menjadi kunci keberhasilan dakwah digital Kadam Sidik di kalangan generasi muda.

### **1. Etika Dakwah Yang Diterapkan Dalam Akun TikTok @kadamsidik00**

Etika bukanlah kata asli Indonesia, melainkan serapan dari bahasa Yunani yang berarti nilai-nilai yang berkembang dalam kehidupan manusia. Nilai etika ini berfungsi menciptakan kedamaian dan saling menghormati dalam masyarakat, serta diwariskan secara turun-temurun untuk menjamin kesejahteraan bersama. Pelanggaran norma etika biasanya mendapat sanksi sosial (Mastori and Islamy 2021). Dalam dakwah, etika mencakup prinsip moral dan norma yang harus dijaga oleh da'i, tidak hanya terkait kebenaran pesan, tetapi juga cara penyampaiannya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau perpecahan (Maulidna et al. 2025).

Dakwah adalah kewajiban umat Islam, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “serulah (manusia) ke jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya tuhan mu dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalannya dan dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”(Fachrizal 2025)

Kata “ud’u” di awal ayat berarti “serulah”, yang merupakan perintah wajib dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang mengubahnya (Aziz and Fahmi 2021). Nabi Muhammad SAW bersabda bahwa siapa yang melihat kemungkaran harus mengubahnya dengan tangan, lisan, atau hati (HR. Muslim, no.49).

Dalam berdakwah di media sosial seperti Tik Tok, Kadam Sidik menonjol dengan etika yang tegas: tidak menggunakan kata kasar atau menghina, menghindari konten yang memecah belah, dan menyampaikan pesan secara persuasif tanpa menghakimi. Secara visual, ia tampil sopan sesuai syariat Islam dan merespons kritik dengan santun tanpa emosi, mencerminkan akhlak mulia dan menghindari debat tak produktif.

Dari perspektif Etika Deontologi Immanuel Kant, tindakan Kadam Sidik adalah kewajiban moral sebagai pendakwah muda yang menyampaikan konten edukatif dengan niat tulus, bukan demi popularitas. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang meliputi kata, makna literal, gambar, simbol, ide, tema, dan pesan, dikaji melalui tiga tahap: denotasi, konotasi, dan mitos.

Dari analisis di atas penulis menemukan beberapa video yang relevan terkait dengan konten-konten yang ada, diantaranya:

**Tabel 1. Cara Rasulullah SAW Mengonsumsi Kurma**

Aspek	Penjelasan
Judul Video	Cara Rasulullah SAW Mengonsumsi Kurma
Sumber	TikTok @kadamsidik00
Tanggal Upload	1 April 2024
Durasi	00:58 detik
Statistik	1,6 juta penonton, 246,1K like, 1.059 komentar, 26,3K favourite, 3.979 share
Isi Video	Menjelaskan cara Rasulullah SAW makan kurma: biji kurma diletakkan di sela jari, tidak langsung diambil lagi agar menjaga adab.
Hikmah	Menjaga kebersihan, adab, dan menghindari air liur menempel pada kurma berikutnya
Sunnah	Memakan kurma dengan jumlah ganjil (3, 5, 7)
Hadis Terkait	- Nabi makan kurma sebelum shalat Idul Fitri dengan jumlah ganjil. - 7 kurma ajwa pagi hari terhindar dari racun dan sihir.
Interaksi Komentar	Kadam Sidik sering membalas komentar untuk meluruskan pemahaman pengikutnya

**Tabel 2. Perintah Shalat Malam Lailatur Qadar**

<b>Aspek</b>	<b>Penjelasan</b>
Judul Video	Perihal Shalat Malam Lailatul Qad'r
Sumber	TikTok @kadamsidik00
Tanggal Upload	11 April 2024
Durasi	00:45 detik
Statistik	3,1M penonton, 600,7K like, 5.314 komentar, 56,5K favourite, 34,7K share
Isi Video	Kadam Sidik tidak mengamalkan shalat khusus lailatul qadar, lebih memilih memperbanyak shalat sunnah lain
Pendapat Ulama	- Ada yang berpendapat malam 17, 21, 23, 27 Ramadhan atau malam ganjil 10 hari terakhir. - Waktu pastinya rahasia Allah.
Anjuran	Memperbanyak ibadah di 10 malam terakhir Ramadhan
Interaksi Komentar	Pengikut sudah paham pentingnya memperbanyak amalan sunnah di bulan Ramadhan

**Tabel 3. Komunitas Game (Mobile Legend) Pakai Username Ayat Al-Qur'an?**

<b>Aspek</b>	<b>Penjelasan</b>
Judul Video	Komunitas Game (Mobile Legend) Pakai Username Ayat Al-Qur'an
Sumber	TikTok @kadamsidik00
Tanggal Upload	19 April 2024
Durasi	02:12 menit
Statistik	1,5M penonton, 203,1K like, 4.371 komentar, 10,6K favourite, 3.495 share
Isi Video	Fenomena penggunaan ayat Al-Qur'an sebagai username di game dianggap tidak tepat, bahkan bisa menistakan agama
Dalil Al-Qur'an	Surah At-Taubah ayat 65-66: larangan memperolok ayat Allah
Konsekuensi	Bisa dianggap kufur jika memperolok ayat Allah tanpa taubat
Interaksi Komentar	Kadam Sidik menanggapi pertanyaan seputar boleh/tidaknya memakai ayat Al-Qur'an sebagai username

**Tabel 4. Isu Tentang Perempuan di Lembaga Pendidikan Islam**

<b>Aspek</b>	<b>Penjelasan</b>
Judul Video	Isu Tentang Perempuan di Lembaga Pendidikan Islam
Sumber	TikTok @kadamsidik00
Tanggal Upload	14 Februari 2025
Durasi	02:20 menit
Statistik	4M penonton, 762,3K like, 10,1K komentar, 59,5K favourite, 66,9K share
Isi Video	Menyoroti praktik pemeriksaan haid dengan kapas di lembaga pendidikan Islam, dianggap melanggar privasi dan prinsip Islam
Pandangan Kadam Sidik	Praktik tersebut tidak dibenarkan, perempuan harus dipercaya jika mengaku haid
Dalil	Islam mengajarkan menghormati perempuan, menjaga privasi, dan tidak memermalukan

Dampak	Bisa menyebabkan trauma psikologis pada perempuan
--------	---

Tabel 5. Efek Negatif Jika Bulu Kemaluan Tidak Dicukur selama 1 Bulan Lebih

Aspek	Penjelasan Singkat
<b>Judul Video</b>	Efek Negatif Jika Bulu Kemaluan Tidak Dicukur Selama 1 Bulan Lebih
<b>Sumber</b>	TikTok @kadamsidik00
<b>Tanggal Upload</b>	17 Mei 2024
<b>Durasi</b>	2 menit 32 detik
<b>Statistik</b>	15,7 juta penonton, 1,8 juta like, 11,5 ribu komentar, 214 ribu favorit, 44,3 ribu share
<b>Isi Utama</b>	Kadam menanggapi konten yang menyebut bulu kemaluan yang tidak dicukur jadi sarang iblis, yang dianggap tidak benar dan tanpa sumber jelas. Para sahabat tidak membiarkan bulu kemaluan tumbuh lebih dari 40 hari sebagai anjuran, bukan kewajiban. Kadam mengingatkan pentingnya selektif menerima konten agama dan memeriksa sumbernya.
<b>Pesan Kadam</b>	Hati-hati menyebarkan info tanpa sumber, pentingnya sanad keilmuan, dan jangan mudah percaya konten tanpa bukti.
<b>Hadis Terkait</b>	“Ilmu itu agama, lihatlah dari siapa kalian mengambil agama kalian.” (Muhammad bin Sirin)
<b>Komentar</b>	Kadam merespon masukan pengikut dengan sopan dan lugas.

Tabel 6. Apalagi Sebagian Menganggapnya Imam Mahdi

Aspek	Penjelasan Singkat
<b>Judul Video</b>	Apalagi Sebagian Menganggapnya Imam Mahdi
<b>Sumber</b>	TikTok @kadamsidik00
<b>Tanggal Upload</b>	8 Februari 2025
<b>Durasi</b>	4 menit 3 detik
<b>Statistik</b>	5,5 juta penonton, 578,5 ribu like, 10,3 ribu komentar, 37,2 ribu favorit, 13,5 ribu share
<b>Isi Utama</b>	Kadam menanggapi Muhammad Qasim, pria Pakistan yang mengklaim mimpi bertemu Allah dan Nabi Muhammad SAW, dan dianggap sebagian orang sebagai Imam Mahdi. Kadam menegaskan mimpi bukan dalil hukum kecuali untuk Nabi/Rasul, dan tidak bisa dijadikan hujjah. Qasim sendiri jarang shalat dan klaimnya tidak diakui ulama. Beberapa ajaran pengikutnya dianggap aneh, seperti menganggap emotikon atau cium tangan sebagai syirik, yang Kadam bantah berdasarkan ilmu fiqih.
<b>Profil Muhammad Qasim</b>	Lahir 5 Juli 1976 di Lahore, Pakistan. Mengaku mendapat mimpi ilahi sejak kecil, menyebarkan pesan masa depan umat Islam. Tidak mengaku sebagai Imam Mahdi, hanya ingin dekat dengan Allah. Memiliki pengikut di Asia Tenggara dan dunia.

<b>Pesan Kadam</b>	Jangan mudah percaya klaim mimpi sebagai wahyu atau dalil agama. Periksa sumber ilmu agama dan jangan terjebak hoaks.
<b>Hadis Terkait</b>	Rasulullah SAW bersabda bahwa mimpi bertemu beliau adalah nyata dan bukan tipuan syaitan (HR. Bukhari & Muslim).
<b>Komentar</b>	Kadam merespon pertanyaan dan kritik dengan sopan, mengajak untuk kritis dan selektif menerima informasi agama.

Tabel 7. Mari Kembali Berbicara Tentang Mimpi

Aspek	Penjelasan Singkat
<b>Judul Video</b>	Mari Kembali Berbicara Tentang Mimpi
<b>Sumber</b>	TikTok @kadamsidik00
<b>Tanggal Upload</b>	27 Februari 2025
<b>Durasi</b>	9 menit 20 detik
<b>Statistik</b>	3,8 juta penonton, 375,7 ribu like, 8.740 komentar, 24,1 ribu favorit, 6.404 share
<b>Isi Utama</b>	Kadam menanggapi protes pengikut Muhammad Qasim yang membela ajarannya dan menilai mimpi Qasim sebagai wahyu. Kadam mengingatkan bahaya mengagungkan mimpi orang yang jarang shalat dan menegaskan mimpi bukan dalil kecuali untuk Nabi/Rasul. Ia menekankan pentingnya tabayyun (verifikasi) dalam menerima berita sesuai QS Al-Hujurat ayat 6. Kadam juga menjelaskan bahwa orang fasik, seperti yang sengaja meninggalkan shalat, tidak dapat dipercaya kesaksiannya.
<b>Pesan Utama</b>	Jangan mudah percaya berita tanpa verifikasi, terutama yang datang dari orang tidak adil atau fasik. Selalu periksa sumber dan jangan sampai terjerumus ke penyimpangan akidah.
<b>Dalil Al-Qur'an</b>	QS. Al-Hujurat ayat 6: Perintah tabayyun sebelum menerima berita dari orang fasik agar tidak menyesal. QS. Al-Maidah ayat 108: Berperilaku adil dalam kesaksian meski terhadap orang yang tidak disukai.
<b>Komentar Pengikut</b>	Ada pembelaan terhadap Muhammad Qasim yang menganggap mimpinya petunjuk dari Allah dan menyamakan dengan Imam Mahdi. Kadam menanggapi dengan menanyakan apakah orang soleh jarang shalat.
<b>Konteks Fenomena</b>	Muhammad Qasim adalah pria Pakistan yang mengaku mendapat mimpi bertemu Allah dan Nabi Muhammad SAW, dengan pengikut yang cukup banyak di Asia Tenggara. Ia menolak klaim sebagai Imam Mahdi.

Rangkaian penjelasan dalam tujuh tabel tersebut sangat relevan dengan konteks penelitian mengenai etika da'i Gen-Z dalam berdakwah di media sosial, khususnya pada akun TikTok @kadamsidik00 milik Kadam Sidik. Penjelasan tersebut menegaskan pentingnya penerapan prinsip etika dakwah yang berlandaskan pada sumber ilmu yang valid, selektif dalam menerima informasi, serta menghindari penyebaran ajaran yang menyesatkan atau klaim tanpa dasar yang kuat. Sikap kritis dan tabayyun yang ditekankan Kadam Sidik sejalan dengan nilai-nilai moral dan kewajiban etis yang menjadi fokus penelitian ini, yakni keikhlasan, kesabaran, penghormatan kepada audiens, dan komunikasi persuasif tanpa provokasi. Hal ini menunjukkan

bahwa dakwah digital yang efektif tidak hanya mengandalkan kreativitas dan daya tarik konten, tetapi juga harus menegakkan integritas keilmuan dan menjaga kemurnian akidah, sebagaimana ditekankan dalam teori etika deontologi Immanuel Kant yang menjadi landasan analisis dalam penelitian. Dengan demikian, studi kasus @kadamsidik00 memberikan kontribusi penting bagi literasi dakwah digital dan pedoman etika bagi da'i muda Gen-Z dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform dakwah yang bertanggung jawab dan bermartabat.

## **2. Analisis Etika Dakwah Digital Gen-Z pada Akun TikTok @kadamsidik00**

Dalam era digital, dakwah mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya media sosial sebagai platform utama, khususnya TikTok yang populer di kalangan Gen-Z. Akun @kadamsidik00 yang dikelola oleh Kadam Sidik menjadi contoh dakwah kekinian yang mengedepankan pendekatan kreatif, komunikatif, dan santai, namun tetap berlandaskan prinsip-prinsip etika dakwah Islam. Perspektif Quraish Shihab menegaskan bahwa dakwah harus mengedepankan hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan jidal billati hiya ahsan (dialog santun), yang sangat relevan dalam menyikapi karakter audiens digital yang heterogen dan rentan terhadap konten provokatif.

Pendekatan ini juga sejalan dengan prinsip etika deontologi Immanuel Kant, yang menekankan bahwa moralitas tindakan dakwah tidak bergantung pada hasil atau popularitas, melainkan pada niat dan kewajiban moral da'i sebagai pelaku amar ma'ruf nahi munkar. Kadam Sidik menunjukkan sikap keikhlasan dan tanggung jawab moral dengan tetap rendah hati, terbuka terhadap kritik, dan menghormati martabat audiens, sehingga membangun komunikasi yang humanis dan inklusif.

Selain itu, pentingnya tabayyun (verifikasi informasi) dalam dakwah digital sangat ditekankan, mengingat mudahnya penyebaran hoaks dan klaim tanpa dasar yang dapat menyesatkan umat. Al-Qur'an secara eksplisit memerintahkan umat untuk memeriksa kebenaran berita dari orang fasik agar tidak menyesal akibat menyebarkan informasi keliru (QS. Al-Hujurat:6). Dalam konteks ini, da'i Gen-Z seperti Kadam Sidik berperan sebagai filter intelektual dan moral yang menjaga kemurnian ajaran Islam di ranah digital.

Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa dakwah virtual harus berlandaskan integritas ilmiah dan moral, serta menggunakan media secara bijak untuk menyampaikan pesan yang santun dan edukatif. Hal ini mencerminkan paradigma dakwah digital yang humanis, moderat, dan berpihak pada kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadis. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan oleh da'i Gen-Z di TikTok tidak hanya efektif dalam menjangkau audiens muda, tetapi juga mampu menjaga nilai-nilai etika dakwah Islam yang universal dan kontekstual.

Dakwah yang dilakukan oleh Kadam Sidik di TikTok mencerminkan penerapan nilai-nilai etika dakwah Islam yang relevan dengan tuntunan zaman sekaligus selaras dengan ajaran agama yang menekankan keikhlasan, kebenaran, moralitas, dan kesantunan.

1. Nilai keikhlasan menjadi fondasi utama, di mana Kadam berdakwah semata-mata karena Allah, bukan untuk popularitas atau keuntungan duniawi. Konsistensi dan niat tulus ini menjaga dakwahnya tetap istiqomah meskipun di tengah tren media sosial yang lebih banyak konten hiburan.
2. Nilai kebenaran menjadi pondasi dalam menyampaikan ajaran Islam secara autentik dan sesuai sumber syar'i, tanpa manipulasi demi menarik perhatian audiens. Kadam menegaskan tauhid dan akhlak dengan tegas, meskipun menghadapi tekanan algoritma dan dinamika platform digital.
3. Nilai moralitas menuntut tanggung jawab etis dalam setiap pesan dakwah, baik dari segi isi maupun dampak sosialnya. Kadam menjaga integritas, kejujuran, dan konsistensi antara ucapan dan tindakan, menjadikan dakwah sebagai amanah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan kedewasaan.
4. Nilai kesantunan menjadi aspek penting dalam penyampaian dakwah, di mana Kadam menggunakan bahasa yang lembut, tidak provokatif, serta menghormati audiens dan konteks sosial budaya. Kesantunan ini tidak hanya membuat pesan lebih mudah diterima, tetapi juga mencerminkan akhlak mulia yang sesuai dengan prinsip etika dakwah Quraish Shihab dan nilai moral universal yang menghargai martabat manusia.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa Kadam Sidik berhasil memadukan kreativitas dakwah digital dengan prinsip-prinsip etika Islam, sehingga dakwahnya tidak hanya menarik dan komunikatif, tetapi juga bermakna, bertanggung jawab, dan sesuai tuntunan agama. Pendekatan ini sekaligus memberikan kontribusi penting bagi pengembangan literasi dakwah digital dan pedoman etika bagi da'i muda, khususnya generasi Z, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif dan bermartabat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian "Etika Dakwah Da'i Gen-Z Dalam Akun TikTok @kadamsidik00" menyimpulkan bahwa dakwah adalah proses mengenal diri dan belajar kehidupan sosial, yang sangat dibutuhkan di era digital. Media sosial memudahkan penyebaran pesan Islam secara luas dan efisien, memberikan motivasi dan manfaat bagi banyak orang. Dakwah melalui media sosial harus dimanfaatkan sebagai peluang untuk menyebarkan kebaikan dan inovasi dalam kehidupan sosial.

Kadam Sidik sebagai da'i Gen-Z menerapkan etika dakwah yang kreatif dan komunikatif di TikTok, berlandaskan nilai-nilai Islam dan keteladanan para gurunya. Ia berdakwah dengan

ikhlas dan sabar, mengutamakan kebenaran serta menghormati perbedaan pendapat dengan cara santun. Kadam juga mengingatkan pentingnya tabayyun terhadap informasi yang diterima, menggunakan dalil shahih dari Al-Qur'an, hadits, dan ulama. Kejujuran dalam dakwah sangat penting mengingat TikTok banyak diakses oleh audiens muda yang rentan menerima informasi tanpa verifikasi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Alhamdulillah, saya ucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Terima kasih kepada pembimbing, keluarga, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian. Semoga kebaikan Anda semua mendapatkan balasan dari Allah SWT.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Adnan, Ahmad, and Naufal. 2024. "ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA DALAM AKUN TIKTOK @ KADAM SIDIQ." *El-Hikmah : Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 20(11):22–33. doi: <http://jurnal.alhikmah.ac.id/?journal=elhikmah>.
- Amin, Edi. 2017. "Etika Dakwah: Kontekstualisasi Dakwah Profesional." *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin* 16(1):19–34. doi: 10.30631/tjd.v16i1.52.
- Anggraini, N. 2024. "Etika Komunikasi Bagi Pengguna Media Sosial Menurut Al-Qur'an." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 3(1):301–16. doi: <https://doi.org/10.56436/jocis.v3i1.242>.
- Aziz, Ahmad Ridhai, and Fahmi. 2021. "Etika Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 31–40.
- Dewi, Maya Sandra Rosita. 2019. "Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)." *Research Fair Unisri* 3(1):hal.140. doi: <https://doi.org/10.33061/rsfu.v3i1.2574>.
- Fachrizal, Rizqi. 2025. "Manajemen Produksi Program Acara ' Barbara ' Di GTV ( Analisis Perspektif Model Alan Wurtzel )." UIN PROF K . H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.
- Harahap, Siti Rahma. 2022. "Eksistensi Nilai-Nilai Dakwah Di Kalangan Generasi Z." *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah* 8(1):79–99.
- Hendra. 2020. "Etika Dakwah Perspektif Al- Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125." *Abdi Dosen (Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat)* 4(3):317–35.
- IZZAKA, ARINI. 2023. "ANALISIS PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI KALANGAN REMAJA (TELAHAH PADA AKUN AGAM FACHRUL, HUSAIN BASYAIBAN, HUSEIN JA'FAR, SYAMSUDDIN DAN SYAKIR DAULAY." UIN KH Achmad Siddiq Jember.
- Karnelia, Niken. 2024. "ANALISIS ISI PENYAMPAIAN DAKWAH AKUN TIKTOK @KADAMSIDIK00 MELALUI KOMUNIKASI PERSUASIF." UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Kusumawati, Janisa, and Ahmad Junaedi Sitika. 2024. "PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM BAGI GENERASI 'Z.'" *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman* 11(3):271–83. doi: 10.31102/alulum.11.3.2024.271-283.
- Mackenzie, S., and D. Nichols. 2020. "Finding 'Places to Be Bad' in Social Media: The Case of TikTok." *Urban Australia and Post Punk Exploring Dogs in Space*. doi: [https://doi.org/10.1007/978-981-32-9702-9\\_22](https://doi.org/10.1007/978-981-32-9702-9_22).

- Mahdaniar, Fenny. 2022. "Kode Etik Bahasa Dakwah Lisan." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4(2):337–60. doi: 10.55372/inteleksiajpid.v4i2.247.
- Mastori, Mastori, and Athoillah Islamy. 2021. "Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 1(1):1–18. doi: 10.32923/kpi.v1i1.1810.
- Maulidar. 2018. "Konsep Dakwah Menurut Quraisy Shihab." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM- BANDA ACEH.
- Maulidna, Firman, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, and Muhammad Saleh. 2025. "Etika Dakwah Di Media Digital: Tantangan Dan Solusi Di Antara Kelompok-Kelompok Masyarakat , Sehingga Mengganggu Persatuan Umat ." 3(2). doi: <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>.
- Nasichah, Karin Ardelia Araminta, and Nabila Nur Fatimah. n.d. "Etika Dakwah Islami Dalam Perspektif Ustaz Abdul Somad Di Channel Youtube Ustaz Abdul Somad Official." 1–15.
- Noviati, Wiwi. 2022. "PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN PROBLEM BASED LEARNING (PBL) DALAM MENINGKATKAN HASIL BELAJAR IPA DI SD." *Jurnal Kependidikan* 7(2):19–27.
- Pokhrel, Sakinah. 2024. "Analisis Mengenai Metode Dakwah Islami Melalui Platfrom Tiktok Pada Gen Z." *Ayan* 15(1):37–48.
- Qurniawati, Rina Sari, and Yulfan Arif Nurohman. 2018. "EWOM Pada Generasi Z Di Media." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* 20(2):70–80. doi: <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i2.6790>.
- Rizky, Fasha Umh. 2024. "Kompetensi Dai Profesional Untuk Berdakwah Di Kalangan Generasi Z." *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 2(2):339–60. doi: <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v2i2.33>.
- Rofiq, Ainur, and Aviatus Sholihah. 2024. "Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Pada Media Sosial." *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 4(1):18–28. doi: 10.55352/an-nashiha.v4i1.845.
- Rohmah, Hidayatur, Afida Wafi Ratul Afida, Faqih Nur Abdullah Faqih, Nabila Nabilatus Syifa, and Anas Anas Azhimi Qalban. 2024. "Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Instagram Sebagai Media Dakwah Studi Akun Instagram @Basyasman." *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa* 5(2):287–94. doi: 10.53565/nivedana.v5i2.1191.
- Samsudin, Dafrizal, and Indah Mardini Putri. 2023. "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7(2):125. doi: 10.32332/ath-thariq.v7i2.7474.
- Sulastri, Irta, Arifah Yenni Gustia, and Lesnita Juniati. 2020. "Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah : Study Terhadap Da ' I Di Kota Padang." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 11(2):153–63. doi: <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.2081>.
- Wijaya, Ardiansyah, and Muktarrudin. 2024. "GAYA KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @ Msalbaniquotes DALAM MENYAMPAIKAN NILAI-NILAI ISLAM DI KALANGAN GEN-Z A." 18(3):1966–77. doi: <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i3.3442>.