

Persepsi Dosen Fakultas Dakwah Terhadap Dakwah Kadam Sidik

Bagus Ferdiana¹, M. Aminullah², Salman Yoga³

^{1,2,3}Universitas Negeri Islam Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

210401092@student.ar-raniry.ac.id¹, m.aminullah@ar-raniry.ac.id²,
salmanyoga@yahoo.co.id³

ABSTRACT

The development of information technology has brought significant changes to the ways in which Islamic preaching (da'wah) is delivered. Social media has emerged as a new space that enables Islamic messages to be disseminated more widely, rapidly, and in accordance with the characteristics of digital society. One figure who utilizes social media as a medium for da'wah is Kadam Sidik, who has gained particular appeal among Generation Z. This study aims to examine the perceptions of lecturers at the Faculty of Da'wah regarding Kadam Sidik's da'wah, including his da'wah methods, the materials delivered, the use of social media, its influence on society, the relevance of his da'wah, and aspects that need further development. This study employed a qualitative approach. Primary data were obtained through in-depth interviews with lecturers at the Faculty of Da'wah who were selected using purposive sampling, while secondary data were obtained from books, scholarly journals, articles, documentation, and other written sources related to digital da'wah and social media. Data were collected through observation of Kadam Sidik's da'wah content on social media, interviews, and documentation. The data were analyzed descriptively through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that lecturers at the Faculty of Da'wah generally hold positive perceptions of Kadam Sidik's da'wah. His da'wah is considered capable of adapting its language, communication style, content, and media to the characteristics of younger audiences. The use of TikTok, Instagram, and YouTube is considered effective in expanding the reach of da'wah, while the delivery of simple and contextual materials is one of its strengths in attracting the attention of Generation Z. Nevertheless, the lecturers emphasized the importance of strengthening the materials with references to the Qur'an, Hadith, and scholarly opinions so that effective communication remains supported by sound academic and religious foundations. Kadam Sidik's da'wah is considered relevant to the development of digital society and has the potential to influence young people's interest in religious messages. This study concludes that Kadam Sidik's da'wah represents an adaptation of Islamic preaching to the development of digital media, with considerable reach and appeal among younger generations. Further development is needed in terms of substance, content quality, consistency, and the integration of digital da'wah with direct forms of Islamic preaching.

Keywords : Lecturers' Perceptions, Digital Da'wah, Social Media, Kadam Sidik, Generation Z.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam pola penyampaian dakwah Islam. Media sosial menjadi ruang baru yang memungkinkan pesan keislaman disampaikan secara lebih luas, cepat, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat digital. Salah satu figur yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah adalah Kadam Sidik yang dikenal memiliki daya tarik terutama di kalangan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik, meliputi metode dakwah, materi yang disampaikan, penggunaan media sosial, pengaruh terhadap masyarakat, relevansi dakwah, serta aspek yang perlu dikembangkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan dosen Fakultas Dakwah yang dipilih secara *purposive*, sedangkan data

sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumentasi, serta sumber tertulis yang berkaitan dengan dakwah digital dan media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten dakwah Kadam Sidik di media sosial, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dosen Fakultas Dakwah secara umum memberikan persepsi positif terhadap dakwah Kadam Sidik. Dakwahnya dinilai mampu menyesuaikan bahasa, gaya komunikasi, materi, dan media dengan karakteristik generasi muda. Penggunaan TikTok, Instagram, dan YouTube dipandang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah, sedangkan penyampaian materi yang sederhana dan kontekstual menjadi salah satu kekuatan dalam menarik perhatian generasi Z. Di sisi lain, terdapat catatan mengenai pentingnya penguatan materi melalui Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama agar aspek komunikatif tetap disertai landasan keilmuan. Dakwah Kadam Sidik dinilai relevan dengan perkembangan masyarakat digital dan memiliki potensi memberikan pengaruh terhadap ketertarikan generasi muda terhadap pesan keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah Kadam Sidik merupakan bentuk adaptasi dakwah Islam terhadap perkembangan media digital yang memiliki daya jangkauan dan daya tarik kuat di kalangan generasi muda, dengan kebutuhan pengembangan pada aspek substansi, kualitas materi, konsistensi konten, serta integrasi antara dakwah digital dan dakwah secara langsung.

Kata kunci: Persepsi Dosen, Dakwah Digital, Media Sosial, Kadam Sidik, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola kehidupan masyarakat modern. Kehadiran internet sebagai sarana komunikasi utama telah mengubah cara manusia memperoleh informasi, membangun interaksi sosial, serta membentuk pandangan terhadap berbagai persoalan kehidupan. Perubahan tersebut umumnya terjadi pada sektor ekonomi, pendidikan dan budaya, bahkan merambah ke ranah keagamaan. Aktivitas keagamaan yang sebelumnya banyak berlangsung secara konvensional kini mulai bertransformasi ke ruang digital melalui berbagai platform media sosial yang mudah diakses oleh masyarakat luas (AS et al., 2025).

Media sosial pada saat ini berkembang menjadi ruang publik baru yang memfasilitasi pertukaran gagasan, penyebaran informasi serta pembentukan opini masyarakat. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook dan X memiliki kemampuan menjangkau pengguna dalam jumlah besar dengan waktu yang sangat singkat (Sari & Prasetya, 2022). Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai instrumen strategis dalam menyampaikan pesan, termasuk pesan-pesan keislaman yang dikemas secara menarik dan komunikatif sesuai kebutuhan masyarakat digital (Amin, 2025).

Pada konteks dakwah Islam, media sosial menghadirkan peluang yang sangat besar bagi perluasan syiar keagamaan. Dakwah yang sebelumnya terbatas pada mimbar masjid, majelis taklim, radio atau televisi, kini dapat dilakukan melalui perangkat digital. Ceramah, kajian singkat kutipan ayat dan hadis, motivasi Islami, hingga diskusi keagamaan dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Fleksibilitas ini menjadikan dakwah digital lebih mudah diterima oleh masyarakat yang memiliki

mobilitas tinggi dan keterbatasan waktu untuk mengikuti secara langsung di tempat (Sumadi, 2016).

Perubahan media dakwah tersebut memunculkan bentuk baru pelaku dakwah yang populer disebut sebagai influencer dakwah. Individu yang memiliki pengaruh di media sosial dan memanfaatkan popularitasnya untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada para pengikutnya. Salah satu figur yang dikenal dalam influencer dakwah adalah Kadam Sidik (Alfani & Anwar, 2024).

Kadam Sidik merupakan salah satu influencer dakwah yang telah berhasil menarik perhatian banyak pengikut melalui media sosial seperti Instagram, YouTube dan TikTok. Dengan gaya penyampaian yang menarik dan adaptif terhadap perkembangan tren digital, Kadam Sidik berhasil menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi Z. Popularitas Kadam Sidik menunjukkan bahwa generasi muda, memiliki ketertarikan terhadap model dakwah yang lebih fleksibel dan sesuai dengan budaya digital.

Popularitas seorang influencer dakwah tidak selalu sejalan dengan kualitas substansi dakwah yang disampaikan. Ukuran popularitas di media sosial sering kali ditentukan oleh jumlah pengikut, tingkat interaksi dan kemampuan menarik perhatian publik, bukan semata-mata oleh kedalaman ilmu agama. Kondisi ini menimbulkan perdebatan mengenai bagaimana seharusnya dakwah dilakukan di ruang digital agar tetap menjaga esensi ajaran Islam sekaligus mampu menjawab kebutuhan masyarakat kontemporer.

Salah satu profesi yang memiliki kompetensi menilai fenomena tersebut adalah dosen Fakultas Dakwah. Sebagai akademisi yang berkecimpung dalam pendidikan, penelitian dan pengembangan ilmu dakwah. Dosen memiliki sudut pandang yang lebih sistematis terhadap materi, metode, media dan dampak dakwah. Penilaian mereka penting karena didasarkan pada pengalaman akademik sekaligus pemahaman teoritis mengenai konsep dakwah yang efektif dan sesuai syariat.

Persepsi dosen terhadap dakwah Kadam Sidik menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena dapat menggambarkan cara kalangan akademisi memandang transformasi dakwah di era digital. Persepsi tersebut dapat berupa apresiasi terhadap inovasi media dan kemampuan menjangkau audiens luas, maupun kritik terhadap aspek substansi materi, gaya komunikasi, sumber rujukan dan profesionalisme penyampaian dakwah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dakwah Kadam Sidik di media sosial telah menjadi perhatian akademik dari berbagai sudut pandang. Penelitian (Nabir et al., 2025) mengkaji persepsi pengguna TikTok terhadap *Panacea Effect* dalam penerimaan pesan dakwah Kadam Sidik, dengan hasil bahwa sebagian besar audiens memberikan respon positif dan menerima pesan secara emosional, namun cenderung kurang kritis dalam mengevaluasi isi pesan. Penelitian (Rosdiyyah et al., 2026) menelaah pendekatan psikologis dan komunikatif dalam konten dakwah Kadam Sidik, yang menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang lembut, empatik, dan sederhana mampu memberikan ketenangan spiritual serta mendorong perubahan diri pada audiens. Penelitian (Ika et al., 2025) memfokuskan kajian pada strategi

komunikasi dakwah digital kepada Generasi Z melalui akun TikTok Kadam Sidik, dengan temuan bahwa penggunaan *storytelling*, humor, tren media sosial, serta interaksi aktif dengan audiens efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada generasi muda. Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa kajian sebelumnya lebih banyak berfokus pada persepsi pengguna media sosial, efektivitas komunikasi, serta dampak dakwah terhadap audiens digital. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan mendasar karena memusatkan perhatian pada persepsi dosen Fakultas Dakwah sebagai kalangan akademisi yang memiliki kompetensi keilmuan dalam menilai substansi materi, metode penyampaian, etika komunikasi, dan relevansi dakwah Kadam Sidik dalam perspektif akademik.

Berdasarkan keseluruhan uraian di atas, urgensi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik sebagai representasi fenomena dakwah digital masa kini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi dakwah, menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku dakwah di media sosial, serta mendorong lahirnya model dakwah yang adaptif terhadap teknologi namun tetap berlandaskan nilai-nilai keilmuan, etika dan ajaran Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik. Lokasi penelitian dilaksanakan di lingkungan Fakultas Dakwah serta didukung melalui penelusuran konten dakwah Kadam Sidik pada media sosial seperti Instagram, TikTok dan platform digital lainnya sebagai objek pendukung analisis. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan, yaitu dosen Fakultas Dakwah yang dipilih secara *purposive* sesuai dengan relevansi keilmuan dan pengetahuan terhadap fenomena dakwah digital. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumentasi, serta berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan dakwah digital dan media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap aktivitas dan konten dakwah Kadam Sidik di media sosial, wawancara mendalam dengan dosen Fakultas Dakwah, serta dokumentasi berupa catatan, arsip dan tangkapan layar konten yang relevan. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran utuh mengenai persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah Islam melalui Media Sosial

Dakwah Islam merupakan aktivitas menyeru manusia kepada jalan Allah Swt. dengan mengajak kepada kebaikan, mencegah kemungkaran, serta membimbing masyarakat agar menjalani kehidupan sesuai nilai-nilai ajaran Islam.

Dalam perkembangannya, dakwah tidak bersifat statis, melainkan senantiasa menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, kondisi sosial, serta media komunikasi yang digunakan masyarakat (Fitria & Aditia, 2019). Kehadiran media sosial pada era digital menjadi salah satu ruang baru yang sangat potensial dalam pelaksanaan dakwah Islam.

Secara umum, media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari model satu arah menjadi komunikasi dua arah yang interaktif. Jika dahulu dakwah lebih banyak dilakukan melalui mimbar masjid, majelis taklim, radio atau televisi, maka kini penyampaian pesan keislaman dapat dilakukan melalui platform digital. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa media dakwah berkembang mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern (Fajrussalam et al., 2023).

Islam sendiri memberikan landasan normatif mengenai kewajiban menyampaikan dakwah kepada sesama manusia. Allah Swt. berfirman dalam Surah Ali 'Imran ayat 104:

الْمُفْلِحُونَ هُمْ وَأَوْلَٰئِكَ الْمُنْكَرُ عَنْ وَيَنْهَوْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْخَيْرَ إِلَىٰ يَدْعُونَ أُمَّةً مِّنْكُمْ وَلْتَكُنْ

"Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung".

Ayat tersebut menegaskan bahwa dakwah merupakan tugas mulia yang harus terus dijalankan oleh umat Islam. Perintah tersebut bersifat umum dan tidak dibatasi oleh tempat maupun media tertentu (Rifai, 2024). Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah dapat dipahami sebagai bentuk aktualisasi perintah Al-Qur'an dalam konteks zaman modern.

Selain itu, Allah Swt. juga berfirman dalam Surah An-Nahl ayat 125:

عَنْ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمَ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنَ هِيَ بِالتِّي وَجَادِلْهُمْ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمَ وَهُوَ سَبِيلُهُ

"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".

Ayat ini menjadi pedoman utama dalam metode dakwah. Kata *hikmah* menunjukkan pentingnya kebijaksanaan, ketepatan cara, serta pemahaman terhadap kondisi *mad'u* (objek dakwah) (Zahraini & Andrian, 2023). Dalam konteks media sosial, hikmah dapat diwujudkan melalui pemilihan bahasa yang santun, konten yang relevan, serta penyampaian yang sesuai dengan karakter pengguna digital.

Media sosial memberikan peluang besar bagi dakwah karena memiliki jangkauan yang luas dan cepat. Satu video dakwah singkat dapat ditonton jutaan orang dalam waktu singkat, bahkan melintasi batas negara dan budaya. Hal ini berbeda dengan dakwah konvensional yang umumnya terbatas pada ruang dan waktu tertentu. Media sosial menjadi instrumen strategis dalam memperluas syiar

Islam kepada masyarakat global. Di sisi lain, media sosial juga memungkinkan dakwah dilakukan secara lebih fleksibel. Masyarakat dapat mengakses ceramah, nasihat, atau kajian agama kapan saja sesuai waktu luang mereka. Bagi kalangan pekerja, pelajar maupun mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi, kemudahan ini menjadi nilai tambah karena ilmu agama tetap dapat diperoleh tanpa harus hadir secara fisik di majelis ilmu (Firdaus et al., 2025).

Fenomena dakwah digital menunjukkan adanya perubahan karakter audiens, khususnya generasi muda. Generasi saat ini cenderung menyukai konten visual, singkat, komunikatif dan mudah dipahami. Metode dakwah melalui video pendek, desain grafis Islami, podcast, maupun siaran langsung menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian mereka dibandingkan metode ceramah panjang yang formal (Shobirin et al., 2022).

Dalam hadis Rasulullah saw. disebutkan dalam HR. Bukhari:

آيَةٌ وَلَوْ عَلَى بَلْعُوا

“Sampaikanlah dariku walau satu ayat.”

Hadis tersebut menunjukkan pentingnya menyampaikan ajaran Islam meskipun sedikit, selama yang disampaikan benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks media sosial, hadis tersebut menjadi motivasi bagi umat Islam untuk menyebarkan pesan kebaikan, ayat Al-Qur'an, hadis, maupun nasihat yang bermanfaat melalui platform digital.

Fenomena munculnya influencer dakwah menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan figur yang mampu menjembatani nilai agama dengan realitas kehidupan sehari-hari. Karena itu, dakwah masa kini harus hadir secara solutif, menenangkan, serta menjawab persoalan aktual seperti krisis moral, kecanduan digital, tekanan mental, dan tantangan sosial generasi muda. Inovasi dakwah tidak boleh menghilangkan prinsip-prinsip dasar Islam. Kreativitas dalam penyampaian harus tetap dibatasi oleh adab, kejujuran, sumber yang sahih dan tujuan yang benar. Media hanyalah alat, sedangkan substansi dakwah tetap berorientasi pada amar *ma'ruf nahi munkar* dan pembinaan akhlak manusia (Tendean et al., 2025).

Dakwah Islam melalui media sosial merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari pada era digital. Kehadirannya membuka peluang besar dalam memperluas syiar Islam, menjangkau generasi muda, dan memudahkan akses ilmu agama. Efektivitas dakwah digital sangat ditentukan oleh kualitas materi, etika penyampaian, kredibilitas pendakwah, serta kemampuan masyarakat dalam memilah informasi secara kritis dan bertanggung jawab (Usman, 2016).

Persepsi Dosen Fakultas Dakwah terhadap Dakwah Kadam Sidik

Persepsi merupakan proses seseorang dalam menerima, memahami, dan memberikan penilaian terhadap suatu objek berdasarkan pengetahuan serta pengalaman yang dimilikinya (Nisa et al., 2023). Dalam penelitian ini, persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik dipahami sebagai pandangan dan penilaian dosen terhadap metode, materi, gaya penyampaian, penggunaan media sosial, kelebihan, kekurangan, serta relevansi dakwah yang dilakukan Kadam Sidik.

Persepsi tersebut menjadi penting karena dosen Fakultas Dakwah memiliki pengetahuan akademik mengenai dakwah dan komunikasi Islam, sehingga penilaiannya dapat memberikan gambaran mengenai posisi dakwah digital yang berkembang di kalangan generasi muda.

Berdasarkan hasil wawancara, para narasumber pada umumnya mengenal Kadam Sidik sebagai pendakwah muda yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan keislaman. Bapak Sabirin menjelaskan bahwa Kadam Sidik dikenal sebagai sosok muda yang populer melalui dakwah digital dan memiliki kemampuan menjangkau masyarakat dalam wilayah yang luas. Ia menyatakan, *“dia sebagai sosok muda, kemudian dia populer dengan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan media digital.”* Pandangan tersebut menunjukkan bahwa identitas Kadam Sidik sebagai pendakwah muda tidak dapat dilepaskan dari penggunaan teknologi digital sebagai ruang dakwahnya.

Pandangan serupa disampaikan oleh Ustaz Abizal yang melihat adanya perbedaan antara penampilan Kadam Sidik dengan pendakwah yang selama ini dikenal melalui forum dakwah konvensional. Menurutnya, Kadam Sidik menggunakan gaya penampilan yang lebih dekat dengan kehidupan generasi Z. Ia menjelaskan bahwa Kadam Sidik menggunakan metode yang menyesuaikan dengan kondisi generasi Z saat ini. Hal tersebut memperlihatkan adanya strategi komunikasi yang mempertimbangkan karakteristik mad'u sebagai penerima pesan dakwah.

Dari sisi metode dakwah, hasil wawancara menunjukkan bahwa penyesuaian bahasa dan gaya komunikasi menjadi salah satu aspek yang paling menonjol. Ibu Fitri menilai metode yang digunakan Kadam Sidik mampu menjangkau audiens yang dituju karena bahasa yang digunakan sesuai dengan karakteristik sasaran dakwah. Ia menyatakan, *“dia salah satu yang menggunakan media sama tata bahasa yang sesuai dengan audiens sasarannya.”* Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan bahasa dalam dakwah bukan hanya persoalan gaya penyampaian, melainkan bagian dari strategi untuk membangun kedekatan antara da'i dan mad'u.

Ibu Ade memberikan penilaian yang lebih spesifik mengenai hubungan antara usia pendakwah dan karakteristik mad'u. Menurutnya, usia Kadam Sidik yang masih muda membuatnya lebih mudah memahami persoalan yang dihadapi anak muda. Ia menyebutkan, *“anak muda ketemu anak muda kan masuk.”* Penilaian ini memperlihatkan bahwa kesamaan pengalaman generasi dapat menjadi modal komunikasi dalam dakwah, karena pendakwah lebih mudah menggunakan bahasa, contoh, dan persoalan yang dekat dengan kehidupan sasaran dakwah.

Metode dakwah Kadam Sidik juga dipandang sebagai bentuk perubahan dari pola dakwah yang selama ini identik dengan penampilan formal seorang ustaz. Ustaz Abizal menjelaskan bahwa penampilan seorang pendakwah perlu disesuaikan dengan tempat dan sasaran dakwah. Dalam konteks media sosial, pakaian yang digunakan Kadam Sidik dinilai sesuai dengan karakter audiens muda yang menjadi sasaran utamanya. Menurut Ustaz Abizal, *“metode yang memang dibutuhkan di era digital saat ini”* merupakan gambaran dari kebutuhan dakwah yang mengikuti perkembangan ruang komunikasi masyarakat.

Dari aspek materi, para narasumber memberikan penilaian yang relatif positif dengan beberapa catatan. Ustaz Abizal melihat materi Kadam Sidik banyak mengarah pada motivasi dan persoalan kehidupan yang dihadapi masyarakat, khususnya generasi muda. Menurutnya, materi tersebut berfungsi memberikan semangat dan menyentuh persoalan psikologis masyarakat. Ia menyatakan bahwa materi motivasi dapat digunakan *“untuk menguatkan hati yang lemah”* serta menjawab persoalan yang berkaitan dengan pikiran dan kehidupan masyarakat.

Ibu Fitri melihat materi dakwah Kadam Sidik cukup beragam dan mengikuti persoalan yang berkembang di tengah masyarakat. Ia menyampaikan bahwa materi yang disampaikan kadang berkaitan dengan fenomena yang sedang diperbincangkan masyarakat. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa materi dakwah Kadam Sidik memiliki karakter kontekstual, yaitu berusaha menghubungkan pesan agama dengan fenomena yang dekat dengan kehidupan audiens. Bagi generasi muda yang terbiasa memperoleh informasi secara cepat melalui media sosial, pendekatan seperti ini dapat membantu menjadikan pesan agama lebih mudah ditemukan dalam ruang digital yang mereka gunakan sehari-hari.

Bapak Sabirin memberikan penilaian terhadap materi dari aspek bahasa dan cara berpikir yang digunakan. Ia menilai bahasa Kadam Sidik santun serta logika penyampaiannya mudah dipahami. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa daya terima sebuah materi dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, melainkan juga oleh kemampuan da'i mengemas pesan sehingga dapat dipahami oleh mad'u. Dalam konteks dakwah digital, kemampuan menyederhanakan gagasan menjadi bagian penting karena audiens memiliki banyak pilihan konten dan dapat dengan mudah berpindah dari satu konten ke konten lainnya.

Di samping penilaian positif, terdapat catatan akademik mengenai penggunaan dalil dalam materi dakwah Kadam Sidik. Ustaz Abizal menilai bahwa materi yang disampaikan perlu diperkuat dengan Al-Qur'an, hadis, serta pendapat ulama. Ia menyatakan, *“materi dakwah itu kan harus ada diperkuat dengan Al-Qur'an, dengan ayat-ayat hadis seperti itu ya, dan perkataan-perkataan ulama.”* Pandangan tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan komunikatif kepada generasi muda tetap perlu berjalan bersama penguatan sumber keislaman agar pesan dakwah memiliki landasan yang memadai.

Kelebihan lain yang mendapat perhatian narasumber adalah kemampuan Kadam Sidik menggunakan bahasa sehari-hari. Ibu Fitri menilai penggunaan bahasa yang santai membuat pesan lebih mudah diterima oleh generasi Z. Ia menjelaskan, *“dia menggunakan bahasa sehari-hari, itu yang paling bagus.”* Dari perspektif komunikasi dakwah, penggunaan bahasa yang dekat dengan mad'u dapat mengurangi jarak komunikasi antara pendakwah dan audiens. Pesan keagamaan yang disampaikan dengan bahasa yang dipahami oleh sasaran dakwah berpeluang lebih mudah diterima dibandingkan pesan yang menggunakan istilah yang terlalu formal tanpa penyesuaian dengan karakter audiens.

Pemanfaatan media sosial menjadi kelebihan yang paling konsisten disebutkan oleh para narasumber. Ustaz Abizal menilai media sosial memungkinkan

dakwah Kadam Sidik menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dakwah secara langsung. Ia menjelaskan bahwa penggunaan Instagram dan TikTok sesuai dengan kebiasaan generasi muda yang banyak menggunakan kedua platform tersebut. Ia juga melihat bahwa format video singkat sesuai dengan kecenderungan generasi muda yang tidak selalu memiliki waktu untuk mengikuti ceramah panjang.

Ibu Ade juga menilai penggunaan TikTok menjadi salah satu kekuatan dakwah Kadam Sidik karena pesan dapat disampaikan secara singkat dan langsung menuju substansi. Menurutnya, *“di TikTok, singkat, habis tuh masuk ke substansinya.”* Penilaian tersebut memperlihatkan bahwa media sosial bukan sekadar tempat memindahkan ceramah dari ruang tatap muka ke ruang digital, melainkan memerlukan penyesuaian bentuk komunikasi. Durasi, bahasa, visual, intonasi, dan penyajian pesan perlu disesuaikan dengan karakteristik platform serta kebiasaan pengguna.

Secara keseluruhan, persepsi dosen Fakultas Dakwah menunjukkan bahwa dakwah Kadam Sidik dinilai memiliki kekuatan pada aspek kedekatan dengan generasi muda, penggunaan bahasa yang komunikatif, penampilan yang tidak terlalu formal, serta pemanfaatan media sosial sebagai ruang dakwah. Pada saat yang sama, terdapat kebutuhan untuk memperkuat materi dengan dalil dan memperhatikan keluasan sasaran dakwah. Dengan demikian, peneliti menilai bahwa karakter utama dakwah Kadam Sidik terletak pada kemampuannya melakukan adaptasi komunikasi dakwah terhadap karakteristik generasi Z. Adaptasi tersebut menjadi kekuatan selama tetap menjaga substansi keislaman dan ketepatan pesan yang disampaikan.

Pengaruh dan Pengembangan Dakwah Kadam Sidik

Pengaruh dakwah dapat dipahami melalui perubahan perhatian, pemahaman, sikap, atau respons mad'u setelah menerima pesan yang disampaikan oleh da'i. Dalam konteks media sosial, pengaruh dakwah tidak selalu dapat diukur hanya melalui jumlah pengikut, karena angka tersebut lebih tepat digunakan sebagai indikator jangkauan komunikasi. Respons berupa komentar, tanda suka, interaksi, maupun perubahan cara pandang audiens dapat menjadi petunjuk awal mengenai penerimaan terhadap pesan dakwah (Syah, 2019). Berdasarkan wawancara, para dosen melihat adanya potensi pengaruh dakwah Kadam Sidik, terutama pada kelompok generasi muda yang menjadi sasaran utama kontennya.

Ibu Fitri menilai dakwah Kadam Sidik memiliki pengaruh yang cukup kuat di kalangan generasi Z. Menurutnya, dakwah tersebut dapat membuat orang yang sebelumnya kurang tertarik membicarakan agama menjadi lebih sadar dan tertarik terhadap persoalan keagamaan. Ia menyatakan bahwa di kalangan Gen Z dakwah tersebut *“sangat berpengaruh”*. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengaruh dakwah yang dilihat narasumber terutama berada pada aspek ketertarikan awal terhadap pesan agama.

Ibu Ade menghubungkan pengaruh tersebut dengan karakter konten yang singkat, menarik, dan mudah diakses. Menurutnya, banyaknya penonton dan komentar pada konten dapat menjadi tanda bahwa pesan yang disampaikan

mendapatkan perhatian dari audiens. Ia menyebut bahwa konten Islami yang dikemas dalam video singkat dapat memberikan dampak positif bagi anak muda. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai ruang pertemuan antara pesan dakwah dan audiens yang sebelumnya mungkin tidak datang ke majelis atau mengikuti ceramah secara langsung.

Ustaz Abizal memberikan pandangan yang lebih hati-hati dalam menilai pengaruh dakwah Kadam Sidik. Ia mengakui adanya jumlah pengikut yang cukup besar, namun menurutnya pengaruh dakwah perlu dilihat melalui respons audiens. Ia menyarankan agar komentar dan tanggapan yang muncul di media sosial diperhatikan untuk mengetahui bagaimana masyarakat menerima pesan yang disampaikan. Ustaz Abizal menyatakan, *“efek ini dakwah itu bisa dilihat dari komentar-komentar yang ada di media sosial.”* Pandangan tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengikut belum cukup untuk menyimpulkan perubahan yang terjadi pada masyarakat.

Bapak Sabirin memiliki pandangan yang lebih kritis mengenai pengaruh dakwah Kadam Sidik. Ia menyatakan bahwa dirinya belum memiliki data penelitian yang secara khusus mengukur pengaruh dakwah Kadam Sidik terhadap masyarakat. Menurutnya, keberadaan banyak tokoh muda di media sosial membuat masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menentukan konten yang mereka anggap baik. Ia menjelaskan bahwa dirinya *“belum mendapatkan datanya”* mengenai kemampuan Kadam Sidik dalam memengaruhi tokoh atau kelompok muda. Pernyataan ini penting dalam penelitian karena menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap dakwah tidak dapat secara otomatis disamakan dengan bukti empiris mengenai perubahan perilaku masyarakat.

Berdasarkan keempat wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa pengaruh dakwah Kadam Sidik dapat dipahami dalam dua tingkatan. Tingkat pertama adalah pengaruh pada aspek perhatian dan ketertarikan terhadap pesan agama, yang terlihat dari pandangan narasumber mengenai banyaknya audiens, respons, serta kemampuan konten menarik generasi muda. Tingkat kedua berkaitan dengan perubahan pemahaman dan perilaku, yang belum dapat dipastikan melalui wawancara ini karena penelitian tidak melakukan pengukuran langsung terhadap perubahan perilaku pengikut Kadam Sidik. Oleh karena itu, pengaruh yang ditemukan dalam penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai persepsi dosen mengenai daya jangkauan dan daya tarik dakwah Kadam Sidik.

Dalam pemanfaatan media sosial, Kadam Sidik dinilai telah menempatkan platform digital sebagai bagian penting dari aktivitas dakwah. Ibu Fitri menilai penggunaan media sosialnya baik karena konten yang diunggah lebih banyak diarahkan pada aktivitas dakwah dan tidak terlalu menonjolkan kehidupan pribadi. Menurutnya, penggunaan TikTok dan Instagram memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengakses pesan dakwah kapan saja.

Bapak Sabirin melihat pemanfaatan berbagai platform digital sebagai peluang untuk memperluas gerakan dakwah. Ia menilai bahwa media sosial dapat memberikan manfaat ekonomi yang kemudian berpotensi mendukung aktivitas

dakwah apabila dikelola secara tepat. Ia menyatakan bahwa pemanfaatan TikTok, Instagram, YouTube, dan platform lain dapat menjadi sumber daya untuk memperkuat gerakan dakwah. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, melainkan juga dengan pengelolaan sumber daya, jaringan, dan keberlanjutan aktivitas dakwah.

Mengenai relevansi dakwah, Ustaz Abizal menilai dakwah Kadam Sidik relevan bagi generasi Z karena metode dan bahasa yang digunakan sesuai dengan karakteristik kelompok tersebut. Ia menegaskan bahwa sasaran dakwah memiliki karakter yang berbeda sehingga satu metode tidak dapat diterapkan secara sama kepada seluruh kelompok masyarakat. Menurutnya, kalangan yang lebih tua atau kalangan akademik dapat memiliki kebutuhan yang berbeda, terutama dalam hal kebutuhan terhadap dalil, bukti, dan penguatan argumentasi.

Ibu Ade memiliki pandangan bahwa dakwah pada masa sekarang perlu mengintegrasikan dakwah secara langsung dengan dakwah melalui media sosial. Ia menilai Kadam Sidik telah melakukan integrasi tersebut melalui kegiatan tatap muka yang kemudian diperluas jangkauannya melalui media digital. Ia menyatakan, *"dunia sekarang kan sudah harus bisa mengintegrasikan antara dakwah secara fisik dengan dakwah menggunakan media sosial."* Pernyataan ini memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi tidak harus menghilangkan dakwah tatap muka, melainkan dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pesan yang sebelumnya hanya diterima oleh peserta yang hadir secara langsung.

Meskipun dinilai relevan, pengembangan dakwah Kadam Sidik masih memiliki beberapa hal yang perlu diperhatikan. Bapak Sabirin menyarankan agar dakwah tidak hanya dilakukan secara online, karena terdapat masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam mengakses dakwah melalui media sosial. Ia juga mengusulkan pengembangan dakwah dalam bentuk buku agar gagasan dan perjalanan dakwah dapat menjadi sumber bacaan yang bertahan lebih lama. Menurutnya, buku dapat menjadi *"legasi yang ditinggalkan"* dari perjalanan dakwah seseorang.

Ibu Fitri memberikan saran agar Kadam Sidik lebih mengikuti perkembangan persoalan yang sedang dihadapi generasi muda. Menurutnya, pendakwah perlu mengetahui persoalan yang sedang menjadi perhatian masyarakat agar dapat memberikan penjelasan dari perspektif agama. Ia menyarankan agar pembahasan tidak harus mengikuti gosip, melainkan mengangkat fenomena aktual dan menjelaskannya berdasarkan sudut pandang keagamaan. Pandangan ini menunjukkan bahwa relevansi dakwah sangat berkaitan dengan kemampuan da'i membaca perubahan sosial dan menerjemahkannya menjadi materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan mad'u.

Ibu Ade menekankan pentingnya konsistensi dan kreativitas dalam pengembangan dakwah Kadam Sidik. Menurutnya, generasi muda dapat mengalami perubahan minat sehingga konten dakwah perlu terus dikembangkan. Ia menyarankan agar Kadam Sidik meningkatkan kualitas video, memperbarui materi,

serta membahas persoalan yang benar-benar dekat dengan kehidupan anak muda. Ia memberikan contoh persoalan seperti vape, penggunaan kosmetik, kuteks, pakaian, dan berbagai persoalan keseharian yang dapat dikaji melalui perspektif agama.

Peneliti menilai bahwa hasil wawancara menunjukkan kebutuhan untuk menjaga keseimbangan antara daya tarik komunikasi digital dan kedalaman substansi dakwah. Keberhasilan menjangkau generasi Z melalui bahasa yang ringan dan format video singkat merupakan kekuatan yang perlu dipertahankan. Pada sisi lain, penggunaan dalil, ketepatan informasi, keluasan wawasan, dan kemampuan menjawab persoalan keagamaan perlu terus diperkuat. Dengan demikian, pengembangan dakwah Kadam Sidik tidak cukup hanya dilakukan melalui peningkatan jumlah pengikut atau kualitas visual, melainkan juga melalui peningkatan kualitas substansi, keluasan sasaran, interaksi dengan mad'u, serta pengembangan dakwah secara online dan offline. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki peluang besar dalam menjangkau generasi muda selama adaptasi terhadap perkembangan media tetap berjalan seiring dengan tanggung jawab menjaga kualitas pesan keislaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik, dapat disimpulkan bahwa dakwah Kadam Sidik dipandang sebagai bentuk dakwah digital yang mampu menyesuaikan metode penyampaian dengan karakteristik masyarakat, khususnya generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Persepsi dosen menunjukkan bahwa kekuatan utama dakwah Kadam Sidik terletak pada penggunaan bahasa yang komunikatif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, gaya penyampaian yang tidak terlalu formal, kemampuan mengangkat persoalan yang relevan dengan kehidupan generasi muda, serta pemanfaatan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk memperluas jangkauan dakwah.

Dari aspek materi, dakwah Kadam Sidik dinilai memiliki kemampuan menyampaikan pesan keislaman secara sederhana dan memberikan motivasi kepada masyarakat, meskipun terdapat catatan mengenai pentingnya memperkuat materi dengan Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama agar kemudahan penyampaian tetap disertai landasan keilmuan yang memadai. Dari sisi pengaruh, para dosen melihat bahwa dakwah Kadam Sidik memiliki daya tarik dan potensi memberikan pengaruh terhadap generasi muda, terutama dalam menumbuhkan perhatian serta ketertarikan terhadap pesan-pesan keagamaan, sedangkan perubahan pemahaman dan perilaku masyarakat belum dapat dipastikan secara empiris melalui penelitian ini karena tidak dilakukan pengukuran langsung terhadap pengikut Kadam Sidik.

Dakwah Kadam Sidik dinilai relevan dengan perkembangan masyarakat digital karena mampu menghadirkan pesan agama melalui media yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, pengembangan dakwah Kadam Sidik perlu diarahkan pada keseimbangan antara

keaktivitas komunikasi digital dan penguatan substansi keislaman, peningkatan kualitas materi dan penyajian konten, pengangkatan persoalan aktual yang dihadapi generasi muda, serta pengintegrasian dakwah melalui media sosial dengan dakwah secara langsung. Dengan demikian, persepsi dosen Fakultas Dakwah terhadap dakwah Kadam Sidik secara umum menunjukkan penilaian yang positif terhadap inovasi dan daya jangkaunya, dengan catatan bahwa perkembangan dakwah digital perlu tetap disertai tanggung jawab keilmuan, ketepatan informasi, etika komunikasi, dan kesesuaian pesan dengan nilai-nilai ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, M., & Anwar, L. (2024). Kontekstualisasi Hadis Dalam Era Digital: Retorika Dan Otoritas Keagamaan Influencer Dakwah Di Media Sosial. *Universum: Jurnal Keislaman Dan Keindonesiaan*, 18(2), 85–87. <https://app.dimensions.ai/details/publication/pub.1195934912>
- Amin, M. S. (2025). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi keislaman di Ruang Digital. *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 3(1), 148–158. <https://doi.org/10.61693/elwasathy.vol3i1.2025.148-158>
- AS, W. T., Sinaga, I. P., & Siregar, P. A. (2025). Peran dan Tantangan Pendidikan Agama Islam Terhadap Era Globalisasi. *Alacrity: Journal Of Education*, 5(2), 848–850. <https://lppppublishing.com/index.php/alacrity>
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G., Realistiya, R., Rosyani, W. A., & Rahmawati, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2337–2347. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Firdaus, Y., Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755. <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis>
- Fitria, R., & Aditia, R. (2019). Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(2), 224–234. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>
- Ika, Az-z, J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun Tiktok Kadam Sidik). *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 2(3), 421–433. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>
- Nabir, F. P., Nasichah, Yasiroh, D. N., & Fatin, A. N. (2025). Persepsi Pengguna Tiktok Terhadap Panacea Effect Dalam Penerimaan Pesan Dakwah Kadam Sidik. *Psikosopen: Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, 1(4), 2067–2082. <https://publisherqu.com/index.php/psikosopen/>
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226. <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/568>
- Rifai, A. (2024). Hukum Berdakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Surah Ali Imran Ayat 104 Ach. *AL-QOLAMUNA: Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1),

- 21–22. <https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/index>
- Rosdiyyah, S., Aqilah Bora, A., Syafitri, N., Mariyah, S., Salamah, N., Nuraini, F., Mukarromah, R. S., Salsabila, S., Wardah, Z. N., Fadilah Pratama, I., Saputra, A. Z., Alfahira, P. N., Rahayu, I., Salsabila, R. S., Fuadi, A., & Al Kahfi, R. (2026). Pendekatan Psikologi Dan Komunikatif Dalam Konten Dakwah Kadam Sidik. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*, 4(1), 5598–5606. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3898>
- Sari, Y., & Prasetya, H. (2022). Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya Perkembangan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 12–25. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dinamika/article/view/2101>
- Shobirin, M., Martin, A., & Ulumuddin, I. K. (2022). Penguatan Dakwah Islam Aswaja pada Generasi Muda di Era Digital. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 95–106. <https://doi.org/10.35878/kifah.v1i2.533>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, CV.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah Dan Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *At-Tabsyir*, 4(1), 173–190. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- Syah, A. M. (2019). Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 20–37. <https://ejournal.insud.ac.id/index.php/kpi/article/download/197/184>
- Tendean, B. J. K., Panditya, C. B., & Mukti, J. E. (2025). Fenomena Influencer Keagamaan Dalam Perubahan Gaya Baragama Anak Muda di Indonesia. *Lentera Jurnal Manajemen*, 3(1), 1–11. <https://lenterajurnalmanajemen.com/index.php/home/article/view/121/70>
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1), 1–8. <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/154/108>
- Zahraini, S., & Andrian, B. (2023). Metode Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Al-Qur'an : Analisis Al- Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125. *Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(2), 141–152. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/ibnabbas/article/view/19764>