

**JURNAL TAFSIR MAUDHU'I PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN
DAN TAFSIR UNIVERSITAS AL-QUR'AN ITTIFAQIAH (UQI)
INDRALAYA OGAN ILIR SUMATERA SELATAN****Tiara Monika¹, Agus Rifki Ridwan², Riska Apriyanti³, Ridho Afinsyah⁴, Nabila
Anggraini⁵, Abdul Wahid⁶**tiara_monika@uqi.ac.id¹, agusrifkiridwan@uqi.ac.id², riska_apriyanti@uqi.ac.id³,
ridho_afinsyah@uqi.ac.id⁴, nabila_anggraini@uqi.ac.id⁵, abdul_wahid@uqi.ac.id⁶**Universitas Al-Qur'an Ittifaqiah Indralaya****ABSTRAK**

Perkembangan media sosial telah menciptakan ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai keagamaan, khususnya melalui platform TikTok. Konten keagamaan yang dikemas dengan visual menarik, audio yang mendukung, dan narasi kreatif telah melahirkan fenomena estetisasi agama di ruang digital. Fenomena ini penting untuk dikaji karena memengaruhi cara masyarakat, terutama generasi muda, mengakses, memahami, dan mengamalkan ajaran agama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis estetisasi konten keagamaan di TikTok dalam perspektif Al-Qur'an serta mengkaji relevansinya terhadap dakwah Islam di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan tafsir maudhu'i (tematik), yaitu dengan mengkaji ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep keindahan, dakwah, keikhlasan, dan etika komunikasi, kemudian menghubungkannya dengan fenomena konten keagamaan di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa estetisasi konten keagamaan dapat menjadi media dakwah yang efektif karena mampu menarik perhatian audiens dan memperluas penyebaran nilai-nilai Islam. Namun, penekanan yang berlebihan pada aspek estetika berpotensi menggeser fokus dari substansi ajaran agama menuju hiburan, popularitas, dan pencitraan. Dalam perspektif Al-Qur'an, penggunaan unsur estetika dalam dakwah diperbolehkan selama tetap berlandaskan pada nilai kebenaran, kejujuran, dan keikhlasan. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi konsep estetisasi media digital dengan pendekatan tafsir maudhu'i dalam mengkaji fenomena konten keagamaan di TikTok. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan literasi digital keagamaan serta penyusunan pedoman etika dakwah digital guna menjaga keseimbangan antara daya tarik visual dan substansi ajaran Islam.

Kata Kunci : Estetisasi, Konten Keagamaan, Tiktok, Al-Qur'an, Tafsir Maudhu'i, Dakwah Digital.

ABSTRACT

The rapid development of social media has created new spaces for the dissemination of religious values, particularly through TikTok. Religious content on TikTok is often presented through attractive visuals, engaging audio, and creative narratives, giving rise to the phenomenon of religious aestheticization in digital media. This phenomenon is important to examine because it influences how people, especially younger generations, access, understand, and practice religious teachings. This study aims to analyze the aestheticization of religious content on TikTok from the perspective of the Qur'an and to examine its relevance to Islamic da'wah in the digital era. The research employs a qualitative method with a thematic Qur'anic interpretation (tafsir maudhu'i) approach by analyzing Qur'anic verses related to beauty, da'wah, sincerity, and communication ethics, and connecting them to the phenomenon of religious content on TikTok. The findings reveal that the aestheticization of religious content can serve as an effective medium for da'wah by attracting audiences and expanding the dissemination of Islamic values. However, excessive emphasis on aesthetics may shift attention from the substance of religious teachings toward entertainment, popularity, and self-image. From the Qur'anic perspective, the use of aesthetic elements in da'wah is permissible as long as it remains grounded in truthfulness, honesty, and sincerity. The novelty of this study lies in integrating the concept of digital media aestheticization with a thematic Qur'anic interpretation approach to analyze religious content on TikTok. The policy implications highlight the need to strengthen religious digital literacy and develop ethical guidelines for digital da'wah to ensure a balance between visual attractiveness and the substantive values of Islamic teachings.

Keywords: *Religious Content, Tiktok, Qur'anic Perspective, Thematic Interpretation (Tafsir Maudhu'i), Digital Da'wah.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah pola komunikasi dan penyebaran informasi keagamaan di masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi ruang baru bagi praktik keberagaman dan aktivitas dakwah. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. Sejak diluncurkan pada tahun 2016, TikTok berkembang menjadi salah satu media sosial paling populer di dunia dengan jumlah pengguna global yang terus meningkat dari sekitar 465 juta pengguna pada tahun 2020 menjadi lebih dari 955 juta pengguna pada tahun 2025.¹ Indonesia bahkan menempati posisi sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Data Digital Report Indonesia 2024 menunjukkan bahwa TikTok memiliki sekitar 126,8 juta pengguna dewasa di Indonesia atau menjangkau sekitar 68,5% pengguna internet nasional.²

Tingginya jumlah pengguna TikTok menjadikan platform ini sebagai ruang strategis bagi penyebaran berbagai jenis konten, termasuk konten keagamaan. Dalam beberapa tahun terakhir, konten dakwah, kajian Islam, motivasi religius, hingga kutipan ayat Al-Qur'an dan hadis semakin banyak ditemukan dalam beranda pengguna. Fenomena tersebut menunjukkan adanya transformasi praktik dakwah dari ruang konvensional menuju ruang digital. Penyebaran pesan-pesan agama tidak lagi terbatas pada masjid, majelis taklim, atau lembaga pendidikan, tetapi juga dilakukan melalui video berdurasi singkat yang memanfaatkan kekuatan visual, audio, dan algoritma media sosial.

Namun, perkembangan ini melahirkan fenomena baru yang disebut sebagai estetisasi konten keagamaan. Estetisasi merujuk pada proses pengemasan pesan agama melalui unsur-unsur visual yang menarik, efek sinematik, musik yang menyentuh emosi, serta teknik penyuntingan modern yang bertujuan meningkatkan daya tarik audiens. Di satu sisi, fenomena ini memberikan peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam secara lebih luas dan efektif. Akan tetapi, di sisi lain, muncul kekhawatiran bahwa penekanan yang berlebihan pada aspek estetika dapat menggeser substansi ajaran agama menjadi sekadar komoditas digital yang mengejar popularitas, jumlah pengikut, dan keterlibatan pengguna (*engagement*). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana Al-Qur'an memandang penggunaan unsur estetika dalam penyampaian pesan keagamaan dan sejauh mana estetisasi tersebut tetap sejalan dengan prinsip-prinsip dakwah Islam.

Permasalahan tersebut semakin relevan mengingat algoritma TikTok cenderung memprioritaskan konten yang menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat. Akibatnya, kreator konten keagamaan sering kali terdorong untuk mengutamakan aspek visual dan emosional dibandingkan kedalaman substansi pesan yang disampaikan. Selain itu, rendahnya literasi digital keagamaan, budaya viralitas, dan persaingan memperoleh perhatian audiens turut menjadi faktor yang mendorong munculnya estetisasi konten keagamaan. Dengan demikian, fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan perkembangan teknologi, tetapi juga menyangkut transformasi cara masyarakat memahami dan mempraktikkan agama di era digital.

¹ Thuy D., "Number of TikTok Users Worldwide from 2020 to 2025 (in Millions)," Statista, 25 November 2025, diakses 19 Juni 2026.

² DataReportal, Digital 2024: Indonesia, menunjukkan TikTok memiliki 126,8 juta pengguna dewasa di Indonesia pada awal 2024.

Meskipun kajian mengenai agama dan media sosial telah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada efektivitas dakwah digital, penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi keagamaan, atau moderasi beragama di ruang digital. Penelitian yang secara khusus mengkaji estetisasi konten keagamaan di TikTok dengan pendekatan tafsir maudhu'i terhadap ayat-ayat Al-Qur'an masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu menghubungkan fenomena media digital kontemporer dengan nilai-nilai normatif Al-Qur'an sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena tersebut.

Penelitian pertama yang relevan adalah penelitian Otniel Aurelius Nole dan Tony Tampake yang berjudul *Konten Moderasi Beragama sebagai Lived Religion di TikTok*. Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi media yang efektif dalam menyebarkan nilai moderasi beragama melalui praktik lived religion di ruang digital.³ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yang sama, yaitu konten keagamaan di TikTok. Perbedaannya, penelitian tersebut menggunakan teori lived religion, sedangkan penelitian ini menggunakan perspektif Al-Qur'an melalui pendekatan tafsir maudhu'i.

Penelitian kedua dilakukan oleh Siti Nurjanah mengenai dakwah Islam di media sosial yang menemukan bahwa penggunaan media digital mampu meningkatkan efektivitas penyebaran pesan keagamaan kepada generasi muda. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai dakwah digital, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu menitikberatkan pada efektivitas dakwah, sedangkan penelitian ini menyoroti estetisasi konten keagamaan dan implikasinya terhadap pemahaman agama.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Ahmad Zaini mengenai komodifikasi agama di media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agama dalam media sosial berpotensi mengalami transformasi menjadi komoditas yang dikonsumsi publik melalui mekanisme pasar digital. Persamaannya terletak pada pembahasan tentang relasi agama dan media digital, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini mengkaji fenomena tersebut melalui perspektif Al-Qur'an dan konsep estetisasi konten.

Berdasarkan uraian tersebut, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan teori estetisasi media digital dengan pendekatan tafsir maudhu'i dalam menganalisis fenomena konten keagamaan di TikTok. Penelitian ini tidak hanya mengkaji fungsi media sosial sebagai sarana dakwah, tetapi juga mengevaluasi bagaimana unsur-unsur estetika yang digunakan dalam konten keagamaan dipandang dalam perspektif Al-Qur'an. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan studi Al-Qur'an dan media digital, sekaligus menjadi dasar bagi penguatan etika dakwah digital di era media sosial.

Untuk menjaga fokus penelitian, kajian ini dibatasi pada analisis fenomena estetisasi konten keagamaan Islam di platform TikTok. Penelitian tidak membahas seluruh bentuk dakwah digital pada media sosial lainnya seperti Instagram, YouTube, atau Facebook, serta tidak meneliti efektivitas dakwah secara kuantitatif. Fokus penelitian diarahkan pada interpretasi ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan keindahan, dakwah, keikhlasan, dan etika komunikasi dalam konteks estetisasi konten keagamaan di TikTok.

³ Otniel Aurelius Nole dan Tony Tampake, "Konten Moderasi Beragama Sebagai Lived Religion di TikTok," *Jurnal Penelitian Agama*, Vol. 25, No. 2, 2024.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Penelitian kepustakaan dipilih karena fokus kajian terletak pada analisis fenomena estetisasi konten keagamaan di TikTok melalui perspektif Al-Qur'an. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti Al-Qur'an, kitab tafsir, buku, artikel jurnal nasional dan internasional, prosiding, serta dokumen ilmiah lain yang relevan. Desain kualitatif digunakan untuk memahami makna, nilai, dan konstruksi sosial yang terkandung dalam fenomena estetisasi konten keagamaan di media digital secara mendalam dan kontekstual.⁴

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan tafsir maudhu'i (tafsir tematik). Pendekatan ini dilakukan dengan menghimpun seluruh ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema tertentu, yaitu keindahan (al-jamal), dakwah, etika komunikasi, dan keikhlasan, kemudian dianalisis secara komprehensif untuk memperoleh pandangan Al-Qur'an mengenai fenomena estetisasi konten keagamaan di TikTok. Pendekatan tafsir maudhu'i dianggap relevan karena mampu menjawab persoalan-persoalan kontemporer melalui analisis tematik terhadap ayat-ayat Al-Qur'an.⁵

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Metode ini bertujuan menggambarkan dan menganalisis fenomena estetisasi konten keagamaan yang berkembang di TikTok serta menghubungkannya dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an. Analisis dilakukan dengan menafsirkan data yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah dan membandingkannya dengan hasil penelitian terdahulu mengenai dakwah digital, media sosial, dan studi Al-Qur'an.⁶

4. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Primer

1. Al-Qur'an al-Karim.
2. Kitab-kitab tafsir yang relevan, antara lain: Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, Tafsir Ibn Katsir karya Ismail ibn Katsir, Fi Zhilal al-Qur'an karya Sayyid Qutb.
3. Konten-konten keagamaan di TikTok yang menunjukkan unsur estetisasi, seperti penggunaan efek visual, musik latar, sinematografi, dan teknik penyuntingan digital.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder meliputi:

1. Buku-buku tentang tafsir, komunikasi dakwah, media digital, dan estetika Islam.
2. Artikel jurnal nasional dan internasional terbit tahun 2016–2026.
3. Prosiding seminar dan hasil penelitian terkait dakwah digital dan media sosial.
4. Laporan penelitian dan dokumen akademik lainnya.
5. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti (human instrument). Peneliti bertugas menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, melakukan interpretasi, dan menarik kesimpulan. Untuk mendukung proses penelitian digunakan instrumen tambahan berupa:

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 6.

⁵ Syaeful Rokim dan Rumba Triana, "Tafsir Maudhu'i: Asas dan Langkah Penelitian Tafsir Tematik," *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 6, No. 2 (2021), hlm. 274-286.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 15.

- a. Lembar dokumentasi data.
- b. Tabel klasifikasi ayat Al-Qur'an.
- c. Matriks analisis konten TikTok.
- d. Format analisis literatur dan jurnal.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dan studi literatur.

Pertama, peneliti mengumpulkan ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema penelitian. Kedua, peneliti menelaah kitab-kitab tafsir yang relevan untuk memahami makna ayat secara komprehensif. Ketiga, peneliti mengumpulkan artikel jurnal, prosiding, dan buku yang membahas dakwah digital, media sosial, estetisasi agama, dan TikTok. Keempat, peneliti melakukan observasi dokumentatif terhadap konten keagamaan di TikTok untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk estetisasi yang digunakan oleh kreator konten keagamaan.⁷

7. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tiga tahapan:

- a. Kondensasi Data (Data Condensation)

Data yang telah diperoleh diseleksi, diklasifikasikan, dan difokuskan sesuai dengan tujuan penelitian.

- b. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk tabel, matriks, dan uraian naratif.

- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir dilakukan dengan menghubungkan hasil analisis fenomena estetisasi konten keagamaan dengan ayat-ayat Al-Qur'an yang telah ditafsirkan menggunakan pendekatan maudhu'i.⁸

8. Uji Validitas Data

- a. Triangulasi Sumber

Membandingkan data dari Al-Qur'an, kitab tafsir, jurnal ilmiah, buku, dan konten TikTok.

- b. Triangulasi Teori

Membandingkan hasil analisis menggunakan teori estetisasi media, teori dakwah digital, dan teori komunikasi Islam.

- c. Kecukupan Referensi

Menggunakan referensi akademik yang kredibel dan relevan, terutama jurnal ilmiah dalam kurun sepuluh tahun terakhir.

9. Hasil dan Diskusi yang Diharapkan

Penelitian ini diperkirakan menemukan bahwa estetisasi konten keagamaan di TikTok menjadi strategi dakwah yang efektif dalam menarik perhatian generasi muda melalui pemanfaatan visual, audio, dan narasi yang menarik. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah telah mengalami transformasi dari model konvensional menuju model digital yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa dominasi unsur estetika dan algoritma media sosial berpotensi menggeser orientasi dakwah dari substansi menuju popularitas dan viralitas. Oleh karena itu, diperlukan landasan normatif Al-Qur'an untuk memastikan bahwa estetisasi dakwah tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam.⁹

⁷ Maria Ulfa, "Metode Inkuiri dalam Perspektif Al-Qur'an (Kajian Tafsir Maudhu'i)," *Intelektualita*, Vol. 9, No. 2 (2020), hlm. 171-183.

⁸ Nashruddin Baidan, *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm. 151-156.

⁹ Putri Isma Indriyani dan Khadiq, "Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era:

10. Temuan Penelitian dan Pembahasan

Penelitian Inayatul Mustautina dan Saifuddin Zuhry Qudsy menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi media baru dalam pembelajaran Al-Qur'an dan penyebaran pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda.¹⁰ Sementara itu, penelitian Putri Isma Indriyani dan Khadiq menegaskan bahwa transformasi digital telah mengubah praktik keagamaan masyarakat Muslim, termasuk dalam aktivitas dakwah dan pembelajaran agama.¹¹

Selain itu, penelitian Fitria Wahud dkk. menemukan bahwa konten dakwah di TikTok memuat nilai-nilai akidah, syariah, dan akhlak yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran Pendidikan Agama Islam.¹² Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang konstruksi identitas keagamaan dan penyebaran nilai-nilai Islam.

Dalam perspektif Al-Qur'an, fenomena estetisasi konten keagamaan perlu dianalisis berdasarkan prinsip dakwah bil-hikmah sebagaimana terdapat dalam QS. An-Nahl [16]:125. Penggunaan estetika diperbolehkan selama tidak menghilangkan nilai kejujuran, keikhlasan, dan substansi pesan agama. Oleh karena itu, estetisasi dapat dipandang sebagai sarana (wasilah) dakwah, bukan tujuan utama dakwah itu sendiri.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi teori estetisasi media digital dengan pendekatan tafsir maudhu'i dalam mengkaji fenomena konten keagamaan di TikTok. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas efektivitas dakwah digital atau tipologi konten keagamaan di media sosial, sedangkan penelitian ini secara khusus menganalisis bagaimana Al-Qur'an memandang penggunaan unsur estetika dalam penyampaian pesan keagamaan di ruang digital. Catatan Kaki

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena estetisasi konten keagamaan di TikTok menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi sarana baru bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mempelajari agama sekaligus menampilkan identitas religius mereka di ruang digital. Berbagai konten dakwah di TikTok umumnya dikemas secara menarik melalui penggunaan efek visual, musik islami, kutipan ayat Al-Qur'an, gaya busana syar'i, serta video singkat yang mudah dipahami pengguna. Dengan pendekatan seperti ini, pesan-pesan agama menjadi lebih mudah diterima oleh kalangan muda karena sesuai dengan budaya digital yang cepat dan visual.¹³

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keberadaan konten keagamaan di TikTok memiliki dampak positif dan negatif. Dari sisi positif, TikTok mampu memperluas jangkauan dakwah Islam sehingga ajaran agama tidak hanya disampaikan melalui ceramah di masjid atau majelis taklim, tetapi juga melalui platform digital yang dapat diakses kapan saja. Dakwah yang dikemas secara kreatif dianggap lebih efektif dalam menarik perhatian generasi muda.¹⁴

Namun, di sisi lain, muncul kecenderungan bahwa agama dijadikan sebagai objek

Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wah," *Jurnal Dakwah*, Vol. 24, No. 2 (2023).

¹⁰ Inayatul Mustautina Inaa dan Saifuddin Zuhry Qudsy, "Dynamics and Typology of Quranic Content in TikTok," *Jurnal At-Tibyan*, Vol. 8, No. 1 (2023), hlm. 39-70.

¹¹ Putri Isma Indriyani dan Khadiq, "Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era," *Jurnal Dakwah*, Vol. 24, No. 2 (2023).

¹² Fitria Wahud, Yuni Maimuna, dan Karmila Alamsyah Wellem, "Islamic Values in TikTok's Digital Da'wah and Their Implications for Islamic Education Learning," *Edudeena: Journal of Islamic Religious Education*, Vol. 9, No. 2 (2025).

¹³ Ardiyan Fikrianoor dan Muhamad Ishaac, "Solusi Al-Qur'an dalam Mengatasi Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Keagamaan Generasi Muda," *Jurnal Keislaman* 7, no. 2 (2024): 475-489.

¹⁴ Fandi Khusnul Jaza dan Anisa Dwi Makrufi, "Analisis Dakwah Ustaz Irfan Rizki Haas di Media Sosial TikTok," *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 24, no. 2 (2024): 109-130.

hiburan dan komoditas digital. Sebagian kreator lebih fokus pada tampilan visual dan popularitas dibandingkan kedalaman materi keagamaan yang disampaikan. Konten agama sering diproduksi demi memperoleh jumlah penonton, likes, dan followers yang tinggi. Kondisi ini berpotensi menimbulkan perilaku riya' atau pencitraan religius yang bertentangan dengan nilai keikhlasan dalam Islam.¹⁵

Selain itu, algoritma TikTok juga memengaruhi cara pengguna memahami agama. Konten yang bersifat singkat, emosional, dan menarik secara visual lebih mudah viral dibandingkan kajian agama yang mendalam dan ilmiah. Akibatnya, pemahaman keagamaan di media sosial cenderung bersifat instan dan kurang komprehensif. Generasi muda lebih tertarik pada potongan ceramah singkat daripada pembelajaran agama yang membutuhkan kajian lebih serius.¹⁶

Dalam perspektif Al-Qur'an, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah pada dasarnya diperbolehkan selama bertujuan menyebarkan kebaikan dan dilakukan sesuai etika Islam. Dakwah digital dapat dipandang sebagai bentuk pelaksanaan amar ma'ruf nahi munkar sebagaimana yang diperintahkan Allah Swt. Akan tetapi, Al-Qur'an juga menegaskan bahwa aktivitas keagamaan tidak boleh dilakukan dengan tujuan mencari pujian manusia. Larangan terhadap sikap riya' dijelaskan dalam QS. Al-Ma'un ayat 4–6 yang mengecam orang-orang yang beribadah hanya untuk memperlihatkan kesalehannya kepada orang lain.¹⁷

Al-Qur'an juga mengajarkan prinsip kesederhanaan dan melarang sikap berlebihan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam menampilkan simbol-simbol keagamaan. Dalam QS. Al-A'raf ayat 31, Allah Swt. melarang perilaku berlebih-lebihan (israf). Oleh karena itu, estetisasi agama yang terlalu menonjol demi kepentingan popularitas dapat menggeser makna spiritual agama menjadi sekadar tampilan luar.¹⁸

Meski demikian, kreativitas dalam dakwah tetap diperbolehkan apabila dilakukan dengan cara yang bijaksana. Dalam QS. An-Nahl ayat 125, Allah memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Ayat ini menunjukkan bahwa penggunaan media modern seperti TikTok dapat menjadi sarana dakwah yang efektif selama substansi ajaran Islam tetap dipertahankan dan tidak dikaburkan oleh unsur hiburan semata.¹⁹

Di samping itu, maraknya konten agama di media sosial menuntut pengguna untuk lebih selektif dalam menerima informasi. Tidak semua ceramah atau kutipan agama di TikTok memiliki dasar ilmiah yang benar. Oleh karena itu, prinsip tabayyun sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi sangat penting agar masyarakat tidak mudah menerima dan menyebarkan informasi agama tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu.²⁰

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai fenomena estetisasi konten keagamaan di TikTok dalam perspektif tafsir maudhu'i, dapat disimpulkan bahwa:

1. Estetisasi konten keagamaan di TikTok merupakan bentuk adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi digital. Penggunaan unsur visual, audio, dan teknik penyuntingan modern mampu meningkatkan daya tarik serta memperluas jangkauan penyebaran pesan-pesan Islam, khususnya di kalangan generasi muda.

¹⁵ Ardian Fikrianoor dan Muhamad Ishaac, "Solusi Al-Qur'an dalam Mengatasi Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Keagamaan Generasi Muda," 480.

¹⁶ Fandi Khusnul Jaza dan Anisa Dwi Makrufi, "Analisis Dakwah Ustaz Irfan Rizki Haas di Media Sosial TikTok," 120.

¹⁷ Al-Qur'an, QS. Al-Ma'un [107]: 4–6.

¹⁸ Al-Qur'an, QS. Al-A'raf [7]: 31.

¹⁹ Al-Qur'an, QS. An-Nahl [16]: 125.

²⁰ Al-Qur'an, QS. Al-Hujurat [49]: 6.

2. Al-Qur'an tidak menolak penggunaan unsur estetika dalam dakwah selama berfungsi sebagai sarana (wasilah), bukan tujuan utama dakwah. Prinsip dakwah bil-hikmah dalam QS. An-Nahl [16]:125 menunjukkan bahwa penyampaian pesan agama dapat dilakukan dengan cara yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman, selama substansi ajaran Islam tetap terjaga.
3. Estetisasi yang berlebihan berpotensi menggeser orientasi dakwah dari nilai spiritual menuju budaya popularitas dan viralitas. Kecenderungan mengejar jumlah penonton, pengikut, dan interaksi media sosial dapat memunculkan perilaku riya', komodifikasi agama, serta pemahaman keagamaan yang bersifat instan. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip keikhlasan dan larangan berlebih-lebihan yang ditegaskan dalam QS. Al-Ma'un [107]:4–6 dan QS. Al-A'raf [7]:31.
4. Perspektif Al-Qur'an menempatkan estetisasi konten keagamaan sebagai sesuatu yang dibolehkan dengan syarat tetap menjunjung kejujuran, keikhlasan, etika komunikasi, serta prinsip tabayyun sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Hujurat [49]:6. Dengan demikian, keseimbangan antara kualitas estetika dan kedalaman substansi menjadi syarat penting dalam praktik dakwah digital di era media sosial.

Adapun hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis, yaitu:

1. Bagi lembaga pendidikan Islam, diperlukan penguatan literasi digital keagamaan agar generasi muda mampu memahami dan menyaring konten agama secara kritis serta tidak hanya berorientasi pada aspek visual.
2. Bagi para dai dan kreator konten keagamaan, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman etika dakwah digital agar penggunaan unsur estetika tidak mengaburkan nilai-nilai keikhlasan dan substansi ajaran Islam.
3. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, seperti Kementerian Agama dan institusi pendidikan tinggi, diperlukan penyusunan program literasi media dan pedoman dakwah digital yang menekankan keseimbangan antara kreativitas, akurasi materi, dan etika komunikasi Islam.
4. Bagi masyarakat pengguna media sosial, penelitian ini mendorong peningkatan budaya tabayyun dan kehati-hatian dalam menerima serta menyebarkan informasi keagamaan di ruang digital.

Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lapangan (field research) melalui wawancara dengan kreator konten keagamaan dan pengguna TikTok untuk memperoleh data yang lebih empiris.
2. Kajian berikutnya dapat membandingkan fenomena estetisasi konten keagamaan pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dakwah digital.
3. Penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan lain, seperti teori resepsi Al-Qur'an, living Qur'an, atau analisis wacana digital untuk memperkaya khazanah studi Al-Qur'an dan media sosial.
4. Perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh konten keagamaan yang terestetisasi terhadap pembentukan pemahaman dan perilaku keberagamaan generasi Z secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim.

Fikrianoor, Ardiyan, dan Muhamad Ishaac. "Solusi Al-Qur'an dalam Mengatasi Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Keagamaan Generasi Muda." *Jurnal Keislaman* 7, no. 2 (2024): 475–489.

- Inaa, Inayatul Mustautina, dan Saifuddin Zuhry Qudsy. "Dynamics and Typology of Quranic Content in TikTok." *Jurnal At-Tibyan* 8, no. 1 (2023): 39–70.
- Indriyani, Putri Isma, dan Khadiq. "Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era: Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wah." *Jurnal Dakwah* 24, no. 2 (2023).
- Jaza, Fandi Khusnul, dan Anisa Dwi Makrufi. "Analisis Dakwah Ustaz Irfan Rizki Haas di Media Sosial TikTok." *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 24, no. 2 (2024): 109–130.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis*. Edisi ke-4. California: Sage Publications, 2020.
- Nashruddin Baidan, *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).
- Nole, Otniel Aurelius, dan Tony Tampake. "Konten Moderasi Beragama Sebagai Lived Religion di TikTok." *Jurnal Penelitian Agama* 25, no. 2 (2024).
- Rokim, Syaeful, dan Rumba Triana. "Tafsir Maudhui: Asas dan Langkah Penelitian Tafsir Tematik." *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 6, no. 2 (2021): 274–286.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Ulfa, Maria. "Metode Inkuiri dalam Perspektif Al-Qur'an (Kajian Tafsir Maudhu'i)." *Intelektualita* 9, no. 2 (2020): 171–183.
- Wahud, Fitria, Yuni Maimuna, dan Karmila Alamsyah Wellem. "Islamic Values in TikTok's Digital Da'wah and Their Implications for Islamic Education Learning." *Edudeena: Journal of Islamic Religious Education* 9, no. 2 (2025).
- We Are Social dan Meltwater. *Digital 2024: Indonesia*. Singapore: DataReportal, 2024.