



**PENGARUH BUDAYA POPULAR DALAM MEDIA: PENGGUNAAN UNSUR  
BUDAYA POPULAR DALAM KOMUNIKASI DAKWAH**

Faris Najmi Samsukamal<sup>1\*</sup>, Afiq Aiman Saifuddin<sup>1</sup>, Muhammad Azrul Mat  
Jusoh<sup>1</sup>, Muhammad Zahin Zeffrie<sup>1</sup> & Muhammad Amirul Rahman Osman<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Cawangan Melaka,  
78000 Alor Gajah Melaka, Malaysia

\* [2024539243@student.uitm.edu.my](mailto:2024539243@student.uitm.edu.my) (Corresponding Author)

DOI: <https://doi.org/10.24191/ejitu.v6i2.7204>

**Abstrak**

**E-JITU**

Acceptance date:  
16 July 2023

Valuation date:  
20 July 2023

Publication date:  
20 October 2023

*Perkembangan pesat teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara penyampaian dakwah Islam, khususnya dalam kalangan generasi muda. Platform seperti TikTok, Instagram dan YouTube menjadi saluran utama dalam mendapatkan maklumat keagamaan yang bersifat visual, santai dan mudah difahami. Kajian ini meneroka bagaimana elemen budaya popular seperti video pendek, lagu dakwah moden, filem, drama Islamik dan animasi pendidikan digunakan secara kreatif dalam komunikasi dakwah kontemporari. Penggunaan pendekatan ini dilihat mampu menarik perhatian audiens yang pelbagai, namun turut menimbulkan persoalan berkaitan ketulenan mesej, ketepatan kandungan serta potensi penyimpangan apabila unsur hiburan mengatasi prinsip asas Islam. Melalui analisis kes seperti pendakwah media sosial, kempen digital (#HijrahMovement) dan filem Islamik seperti Munafik, kajian ini meneliti kesan penggunaan bahasa tidak formal, visual moden dan gaya penyampaian yang dipengaruhi budaya semasa terhadap kefahaman serta penerimaan dakwah. Dapatan menunjukkan bahawa budaya popular berpotensi menjadi jambatan efektif dalam menyampaikan nilai Islam secara kreatif dan berimpak tinggi. Namun begitu, keberkesanannya bergantung kepada keseimbangan antara kreativiti dan integriti dakwah. Oleh itu, kajian mencadangkan kerjasama antara golongan agamawan dan pencipta kandungan digital bagi memastikan mesej Islam disampaikan dengan tepat, beretika dan relevan dengan realiti semasa. Kajian ini diharap dapat menjadi asas kepada pembangunan strategi dakwah yang lebih efektif dan sesuai dalam konteks masyarakat digital masa kini.*

**Kata kunci:** Komunikasi Dakwah, Budaya Popular, Media Sosial, Generasi Muda, Dakwah Kontemporari

**THE INFLUENCE OF POPULAR CULTURE IN MEDIA: THE USE OF  
POPULAR CULTURE ELEMENTS IN DA'WAH COMMUNICATION****Abstract**

*The rapid development of digital technology and social media has transformed the way Islamic da'wah is delivered, particularly among the younger generation. Platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube have become primary channels for accessing religious content that is visual, casual, and easy to understand. This study explores how elements of popular culture—such as short videos, contemporary religious songs, Islamic films and dramas, as well as educational animations—are creatively used in contemporary da'wah communication. While these approaches appear effective in capturing the attention of diverse audiences, they also raise concerns regarding the authenticity of the message, accuracy of content, and the potential for deviation when entertainment elements overshadow the fundamental principles of Islam. Through case analyses involving social media preachers, digital campaigns (e.g., #HijrahMovement), and Islamic films such as Munafik, this study examines the impact of informal language, modern visuals, and presentation styles influenced by contemporary culture on the understanding and reception of da'wah. Findings suggest that popular culture holds significant potential as an effective bridge for creatively conveying Islamic values with high impact. However, its effectiveness relies heavily on a balance between creativity and the integrity of da'wah. Therefore, the study recommends collaboration between religious scholars and digital content creators to ensure that Islamic messages are conveyed accurately, ethically, and in ways that are relevant to current realities. It is hoped that this research will contribute to the development of more effective and contextually appropriate da'wah strategies in today's digital society.*

**Keywords:** *Da'wah Communication, Popular Culture, Social Media, Youth, Contemporary Islamic Preaching*

**PENGENALAN**

Perkembangan teknologi serta ledakan media sosial telah membawa perubahan yang ketara dalam cara masyarakat berinteraksi dan menerima maklumat. Aplikasi seperti TikTok, Instagram dan YouTube kini menjadi platform utama bagi masyarakat, terutamanya generasi muda, untuk mendapatkan maklumat, termasuk berkaitan agama (Rahmat & Zaini, 2021). Sebagai contoh, penceramah terkenal seperti PU Riz dan Ustaz Wadi Annuar menggunakan TikTok untuk menyampaikan mesej dakwah secara santai dan menarik.

Kemunculan budaya popular dalam kehidupan seharian umat Islam dapat dilihat melalui trend muzik nasyid moden, pakaian Islamik bergaya, serta content hiburan berunsurkan nilai murni. Evolusi ini menunjukkan perlunya pendekatan dakwah yang adaptif dengan era digital dan budaya popular supaya mesej Islam terus relevan dan diterima.

Budaya popular merujuk kepada bentuk hiburan dan ekspresi budaya yang diterima secara meluas oleh masyarakat, seperti muzik, filem, fesyen, dan penggunaan media

sosial (Storey, 2018). Contohnya, lagu-lagu dakwah seperti “Salam” oleh Maher Zain yang popular di kalangan remaja Muslim menggunakan elemen muzik pop yang catchy namun masih berunsur Islamik.

Komunikasi dakwah pula ialah proses penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat melalui pelbagai medium dan pendekatan, dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai Islam seperti akhlak, ibadah, dan keadilan sosial (Hamid, 2015).

### **PERMASALAHAN KAJIAN**

Terdapat ketidakseimbangan antara unsur budaya popular dan nilai-nilai dakwah Islam, apabila sesetengah pendakwah terlalu menekankan gaya penyampaian sehingga mengabaikan ketepatan mesej. Contohnya, terdapat pendakwah media sosial yang menyampaikan ajaran secara dramatik, tetapi kurang tepat dari segi dalil (Aziz & Nasir, 2022).

Persoalan juga timbul tentang keberkesanan penggunaan budaya popular dalam dakwah adakah ia benar-benar membawa perubahan positif atau sekadar menjadi hiburan semata-mata. Penggunaan budaya popular dalam dakwah turut menimbulkan persoalan kritikal tentang keberkesanannya, sejauh mana pendekatan ini benar-benar mampu menghasilkan perubahan positif dalam pemahaman dan pengamalan Islam dalam kalangan audiens, khususnya generasi muda, atau adakah ia sekadar menjadi bentuk hiburan semata-mata yang berisiko mencairkan inti pati dan ketulenan mesej Islam.

### **OBJEKTIF KAJIAN**

Kajian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana unsur budaya popular digunakan dalam komunikasi dakwah, seperti penggunaan lagu, video pendek, dan trend TikTok untuk menyampaikan nasihat agama.
2. Mengenal pasti kesan budaya popular terhadap kandungan dan pendekatan dakwah, contohnya perubahan dalam gaya bahasa yang lebih santai dan visual yang lebih menarik.
3. Mencadangkan pendekatan dakwah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam tetapi tetap menarik bagi masyarakat kontemporari, seperti penggunaan animasi Islamik seperti Omar & Hana sebagai medium pendidikan anak-anak.

### **PERSOALAN KAJIAN**

Kajian ini cuba menjawab soalan-soalan berikut:

1. Apakah bentuk budaya popular yang digunakan dalam komunikasi dakwah, contohnya filem Islamik seperti Munafik dan video TikTok dakwah berdurasi pendek?
2. Bagaimanakah budaya popular memberi kesan terhadap isi dan gaya dakwah, seperti penggunaan bahasa pasar yang mesra dalam ceramah TikTok?

3. Apakah cabaran dan kelebihan penggunaan budaya popular dalam dakwah, termasuk risiko penyampaian yang kurang tepat dan kelebihan dari segi capaian audiens?

## **SOROTAN LITERATUR**

### **Influencer Muslim di Media Sosial**

Kajian Kandungan dan Gaya Penyampaian: Platform media sosial seperti TikTok dan Instagram telah menjadi antara saluran dakwah yang paling berpengaruh dalam kalangan remaja Muslim masa kini. Influencer Muslim, khususnya tokoh seperti Ustaz Ahmad Adnin Roslan, bijak memanfaatkan ciri-ciri interaktif dan visual media ini untuk menyampaikan mesej Islam dalam bentuk yang lebih santai, mudah difahami dan dekat dengan jiwa anak muda. Beliau menggunakan bahasa yang ringkas, nada yang lemah lembut serta penyampaian yang berhemah dalam menyentuh isu-isu agama, sosial dan kekeluargaan.

Pendekatan ini bukan sahaja membantu menyampaikan maklumat agama dengan cara yang tidak menghakimi, tetapi juga membuka ruang perbincangan yang sihat dalam kalangan pengguna media sosial. Teknik penggunaan muzik latar, paparan teks, serta ekspresi wajah turut meningkatkan daya tarikan kandungan, menjadikan dakwah lebih interaktif dan relevan. Dengan kemudahan komen dan perkongsian semula, mesej dakwah juga dapat disebarkan dengan lebih meluas kepada pelbagai lapisan masyarakat.

Pengaruh terhadap Pemikiran dan Amalan Remaja Muslim: Neelofa, sebagai seorang selebriti berpengaruh di Malaysia, telah menggunakan platform seperti Instagram, TikTok dan YouTube untuk berkongsi gaya hidup Muslimah, nasihat keagamaan, serta perjalanan hijrahnya ke arah kehidupan yang lebih Islami. Dengan lebih 8 juta pengikut di Instagram, beliau mempunyai capaian yang sangat luas dalam kalangan remaja Muslim dan wanita muda.

Pengaruh Neelofa tidak hanya terbatas kepada penampilan diri, tetapi juga kepada cara beliau mempromosikan nilai-nilai Islam melalui imej diri yang profesional, berjaya, dan dalam masa sama menjaga prinsip agama seperti berpakaian menutup aurat, menjaga pergaulan, dan menekankan kepentingan ilmu serta keluarga. Beliau juga sering dijemput untuk bercakap dalam forum keagamaan, berkongsi pengalaman hijrah, dan memberi inspirasi tentang kejayaan dalam kerangka Islam.

Remaja Muslim yang mengikuti Neelofa dilaporkan lebih cenderung untuk melihat gaya hidup Islam sebagai sesuatu yang moden dan relevan, sekali gus mengubah persepsi bahawa menjadi Muslimah yang taat itu membataskan cita-cita atau gaya hidup. Produk-produk patuh syariah yang diusahakan oleh Neelofa seperti Naelofar Hijab juga menyumbang kepada normalisasi pemakaian hijab sebagai satu kebiasaan bergaya, bukan sekadar kewajipan agama.

Namun begitu, terdapat juga kritikan terhadap Neelofa, terutamanya apabila berlakunya isu yang melibatkan interpretasi agama dalam konteks promosi komersial. Hal ini

menunjukkan cabaran yang dihadapi apabila seseorang individu memegang dua peranan sebagai selebriti dan sebagai individu berpengaruh dalam soal agama. Ia menekankan keperluan pemantauan dan panduan berterusan daripada pihak berautoriti agama agar dakwah yang disampaikan kekal sah dan tidak terpesong oleh agenda perniagaan atau populariti.

## **KERANGKA TEORI DAN KONSEP**

### Teori Komunikasi Berkaitan

Teori Penyesuaian Budaya (Cultural Adaptation Theory) oleh Kim (2001) menjelaskan bagaimana individu menyesuaikan diri dengan budaya baharu melalui proses interaksi. Dalam konteks dakwah, pendakwah harus menyesuaikan pendekatan mereka agar sesuai dengan budaya popular yang diikuti oleh masyarakat. Misalnya, Ustaz Ebit Lew menggunakan pendekatan empati dan gaya visual moden dalam video beliau untuk menyentuh hati penonton.

### Prinsip Komunikasi Dakwah Islam

Tiga prinsip utama dalam komunikasi dakwah ialah:

- i. Al-Tabligh:* Menyampaikan mesej Islam secara jelas dan tepat. Sebagai contoh, rancangan TV Tanyalah Ustaz memberikan penerangan berdasarkan nas dan hadis dengan pendekatan moden.
- ii. Al-Amr bil Ma'ruf wa al-Nahy 'an al-Munkar:* Menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Contohnya, gerakan seperti #RiseForRamadan di TikTok mengajak pengguna menyebarkan kebaikan semasa bulan puasa.
- iii. Hikmah dan Maw'izah Hasanah:* Memberikan nasihat dengan bijak dan lemah lembut. Pendekatan ini diamalkan oleh pendakwah seperti Habib Ali Zaenal Abidin yang terkenal dengan gaya lembut dan berhikmah dalam ceramahnya. Konsep Budaya Popular dari Perspektif Islam

Pandangan ulama terhadap budaya popular adalah pelbagai. Ulama seperti Sheikh Yusuf al-Qaradawi menyatakan bahawa hiburan dibenarkan selagi tidak melalaikan dan membawa kepada maksiat. Sebagai contoh, program realiti Islamik seperti Imam Muda menggabungkan elemen hiburan dan pendidikan secara seimbang.

Namun, terdapat juga pandangan yang menolak budaya popular sekiranya ia mengandungi unsur yang bercanggah dengan akidah atau syariah, seperti hiburan berlebihan, pakaian tidak sopan, atau kandungan yang menghina agama.

## **METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif bagi memahami secara mendalam fenomena penggunaan unsur budaya popular dalam komunikasi dakwah

kontemporari, khususnya melalui medium digital dan media sosial. Pendekatan ini dipilih bagi membolehkan peneliti menelusuri dengan teliti bentuk penyampaian dakwah yang bersifat visual, interaktif dan santai, yang kini menjadi pilihan utama dalam kalangan generasi muda.

Reka bentuk kajian ini berteraskan analisis kes (*case study*) dan analisis kandungan (*content analysis*), yang memberi tumpuan kepada pelbagai bentuk bahan dakwah berasaskan budaya popular. Antara kes yang dianalisis termasuk kandungan video pendek di TikTok oleh pendakwah muda seperti Ustaz Ahmad Adnin Roslan, kempen digital seperti #HijrahMovement, filem-filem bercorak Islamik seperti Munafik dan drama bersiri seperti Cinta Ilahi, selain poster dakwah dan infografik daripada platform seperti Instagram @yukngajiid dan podcast Islamik yang kini semakin mendapat perhatian.

Data dikumpulkan melalui kaedah pemerhatian bukan partisipan terhadap kandungan media sosial yang terpilih, yang merangkumi video, poster digital, muzik dakwah, serta paparan interaksi pengguna seperti komen, perkongsian, dan tanda suka. Di samping itu, sumber dokumentasi sekunder turut digunakan, termasuk artikel jurnal, laporan berita, dan bahan ilmiah berkaitan budaya popular serta strategi komunikasi dakwah. Pemilihan bahan dilakukan secara purposif berdasarkan kepopularan kandungan, tahap interaksi pengguna, dan kesesuaiannya dengan objektif kajian.

Instrumen kajian terdiri daripada senarai semak yang dibina untuk menilai aspek-aspek seperti elemen budaya popular yang digunakan, tahap ketulenan mesej dakwah, serta kesan terhadap gaya penyampaian dan kefahaman audiens. Ciri-ciri seperti penggunaan bahasa tidak formal, gaya visual moden, dan latar muzik kontemporari diperhatikan dan dianalisis bagi mengenal pasti trend semasa dalam pendekatan dakwah digital.

Proses analisis data dilakukan secara tematik, di mana data dianalisis berdasarkan tema-tema utama yang muncul daripada pemerhatian dan dokumentasi. Antara tema yang dikenalpasti termasuk bentuk budaya popular dalam dakwah, kesan positif terhadap penerimaan mesej Islam, cabaran penyampaian dakwah dalam konteks hiburan, serta usaha mencari keseimbangan antara kreativiti dan integriti dakwah. Hasil analisis ini seterusnya digunakan untuk merumuskan cadangan terhadap amalan dakwah yang lebih berkesan dan relevan dalam era digital masa kini.

## **DAPATAN KAJIAN**

### **Unsur Budaya Popular Dalam Konteks Dakwah Semasa: Bentuk Unsur Budaya Popular**

#### **a. Media Sosial dan Platform Digital**

Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube kini menjadi antara medium utama dalam menyampaikan mesej dakwah kepada masyarakat, khususnya golongan muda. Melalui kandungan seperti video pendek, poster digital, dan siaran langsung, dakwah menjadi lebih interaktif, santai, dan mudah difahami. Pendakwah juga digalakkan

menyampaikan ilmu dengan adab dan etika agar mesej Islam tidak disalah erti atau menjadi bahan provokasi. Pendekatan ini terbukti efektif kerana majoriti masyarakat kini bergantung kepada media sosial untuk mendapatkan maklumat harian mereka.

b. Muzik dan Nasyid Kontemporari

Muzik berunsur dakwah seperti nasyid kontemporari memainkan peranan penting dalam menarik perhatian pendengar muda yang lebih cenderung kepada irama moden. Lagu-lagu yang membawa mesej keinsafan, pengharapan, dan keimanan kini menggunakan susunan muzik moden seperti pop, R&B, dan balada. Hal ini menjadikan penyampaian mesej Islam lebih dekat dengan realiti kehidupan masyarakat hari ini, tanpa mengeneipkan nilai keagamaan.

c. Seni Visual dan Poster Dakwah

Seni visual seperti poster, komik Islamik, dan infografik dakwah merupakan antara pendekatan budaya popular yang efektif dalam menyampaikan mesej secara ringkas tetapi menarik. Poster-poster ini biasanya mengandungi mesej pendek berbentuk hadis, nasihat, atau peringatan yang direka secara kreatif agar mudah difahami dan dikongsikan. Kajian terhadap akaun Instagram @yukngajiid menunjukkan bahawa penggunaan elemen grafik moden dan bahasa semasa sangat membantu dalam menarik minat golongan remaja terhadap kandungan dakwah.

d. Filem dan Drama Bertemakan Islam

Filem dan drama Islamik seringkali digunakan sebagai medium dakwah secara tidak langsung melalui penceritaan. Mesej-mesej berkaitan akhlak, keinsafan, dan perubahan diri digarap dalam plot yang dramatik dan menyentuh emosi. Contohnya filem “Muallaf” oleh Yasmin Ahmad dan drama “Cinta Ilahi” menonjolkan perubahan watak utama ke arah kehidupan beragama secara halus namun memberi kesan mendalam kepada penonton.

e. Fesyen Muslimah Moden

Fesyen Muslimah moden yang menekankan gaya kontemporari tanpa meninggalkan prinsip menutup aurat juga merupakan satu bentuk dakwah visual. Ia menunjukkan bahawa Islam tidak menghalang umatnya untuk berfesyen, asalkan ia patuh syariah. Jenama-jenama terkenal seperti Naelofar dan dUck telah menjadikan tudung sebagai satu simbol keyakinan diri dan identiti Muslimah moden, sekali gus memberi inspirasi kepada ramai wanita untuk mula berhijab.

### **Respon Masyarakat Islam**

i. Penerimaan Generasi Muda terhadap Dakwah Kreatif.

Generasi muda menunjukkan penerimaan yang positif terhadap pendekatan dakwah yang kreatif dan inovatif. Mereka lebih cenderung kepada kandungan yang ringkas, menarik,

dan mudah diakses melalui platform digital. Pendekatan ini membantu dalam menyampaikan mesej Islam dengan cara yang lebih relevan dan berkesan kepada golongan muda.

ii. Reaksi Konservatif terhadap Dakwah Berbentuk Hiburan.

Sebahagian masyarakat Islam yang berpegang kepada nilai konservatif menunjukkan kebimbangan terhadap pendekatan dakwah yang berbentuk hiburan. Mereka berpendapat bahawa pendekatan ini berisiko mencairkan nilai-nilai Islam dan mengurangkan keseriusan mesej dakwah. Namun, pendekatan ini juga dilihat sebagai usaha untuk mendekati golongan yang sukar dicapai melalui cara tradisional.

iii. Usaha Mencari Keseimbangan antara Budaya dan Mesej Agama.

Terdapat usaha berterusan dalam kalangan pendakwah untuk mencari keseimbangan antara penggunaan elemen budaya popular dan penyampaian mesej agama. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan dakwah kekal relevan dengan perkembangan semasa tanpa mengorbankan prinsip asas Islam. Dengan memahami konteks budaya semasa, pendakwah dapat menyampaikan mesej Islam dengan cara yang lebih berkesan dan diterima oleh masyarakat.

### **Pengaruh Unsur Budaya Popular Terhadap Komunikasi Dakwah.**

Budaya popular seperti muzik, filem, media sosial dan fesyen semasa memainkan peranan penting dalam membentuk cara masyarakat berfikir dan berinteraksi, khususnya dalam kalangan generasi muda. Dakwah sebagai medium penyampaian nilai Islam tidak terkecuali daripada dipengaruhi oleh unsur-unsur ini. Berikut merupakan kesan positif, kesan negatif serta perubahan gaya dakwah hasil daripada pengaruh budaya popular.

#### **Kesan Positif**

Pengaruh budaya popular terhadap komunikasi dakwah memberi impak yang besar dan positif, khususnya dalam memperluas capaian dakwah serta menarik perhatian golongan muda yang sebelum ini kurang mendekati ilmu agama. Pendekatan yang selari dengan arus semasa menjadikan dakwah lebih relevan, mudah diterima, dan efektif dalam menyampaikan mesej Islam secara menyeluruh.

Menarik Minat Golongan Muda terhadap Dakwah.

Unsur budaya popular menjadikan dakwah lebih dekat dengan jiwa generasi muda. Pendekatan yang sesuai dengan selera mereka seperti penggunaan muzik moden, video pendek di TikTok atau Instagram, serta gaya penyampaian yang santai membantu meningkatkan minat mereka terhadap ilmu agama.

Ustaz Ahmad Adnin Roslan menggunakan TikTok dan Instagram untuk menyampaikan dakwah dengan cara santai dan berhemah. Video pendek mereka mudah difahami dan menarik minat golongan muda.

a. Penyebaran Mesej Islam Lebih Meluas dan Mudah Difahami.

Dengan penggunaan platform budaya popular seperti media sosial, mesej dakwah boleh disampaikan secara meluas dalam masa singkat. Kandungan visual dan bahasa mudah difahami menjadikan mesej Islam lebih inklusif dan boleh diakses oleh pelbagai lapisan masyarakat.

Lagu-lagu nasyid moden dan selawat versi remix yang dimuat naik di YouTube dan TikTok menjadikan pembelajaran tentang Islam lebih menyeronokkan. Irama yang menarik dan lirik yang mudah diingat membantu golongan muda mendekati nilai agama dengan cara yang santai dan sesuai dengan minat mereka.

Lagu selawat versi remix oleh kumpulan seperti Rabbani atau Inteam yang digunakan dalam video TikTok.

Lagu “Assalamualaikum” oleh Opick yang tular di platform media sosial dan digunakan dalam pelbagai video dakwah kreatif. Remaja mencipta video “day in my life” dengan latar muzik nasyid, menjadikan dakwah lebih dekat dengan gaya hidup harian mereka.

b. Mewujudkan Komuniti Dakwah Maya

Budaya popular melalui platform digital membolehkan wujudnya komuniti dakwah dalam talian, di mana pengguna saling menyokong dalam menyebarkan mesej Islam. Interaksi dua hala melalui komen, siaran langsung (live), podcast, dan perkongsian semula (repost) menjadikan dakwah lebih terbuka, inklusif dan mesra pengguna.

Sebagai contoh, siaran langsung di TikTok oleh pendakwah muda seperti Ustaz Adnin Roslan membolehkan penonton bertanya soalan agama secara spontan, menjadikan dakwah lebih interaktif dan mudah difahami. Selain itu, Podcast Qawiyaro yang popular di Spotify dan YouTube menampilkan perbincangan santai mengenai isu-isu kehidupan, kerohanian, serta motivasi Islami yang dekat dengan jiwa anak muda. Pendekatan mesra, bahasa yang ringan, dan penyampaian yang jujur menjadikan podcast ini platform dakwah yang berkesan dan relevan, terutama dalam kalangan pendengar yang lebih suka mendengar ketika memandu, bersenam atau berehat.

### **Kesan Negatif**

Walaupun pengaruh budaya popular mampu menjadikan dakwah lebih menarik dan dekat dengan masyarakat, terdapat juga beberapa kesan negatif yang perlu diberi perhatian. Pendakwah dan masyarakat umum perlu lebih berhati-hati agar mesej dakwah tidak terpesong atau hilang keberkatan disebabkan pengaruh budaya yang tidak sesuai dengan nilai Islam.

a. Risiko Penggunaan Unsur Budaya Secara Berlebihan atau Tidak Sesuai

Dalam usaha untuk menarik perhatian, terdapat kecenderungan sesetengah pihak menggunakan elemen budaya popular secara melampau. Ini boleh menyebabkan

kehilangan fokus terhadap mesej utama dakwah iaitu penyampaian nilai Islam yang murni.

Sesetengah video dakwah di media sosial menggunakan teknik clickbait atau ragebait—contohnya, tajuk yang sengaja provokatif atau gambar miniatur (thumbnail) yang kontroversial untuk menarik lebih banyak tontonan dan komen. Contohnya, video dakwah yang menimbulkan kontroversi dengan tajuk seperti “Kejahatan Besar Ini Ramai Tak Tahu!” tetapi isi sebenar video kurang berkaitan atau terlalu ringkas. Teknik ini mungkin berjaya menarik perhatian penonton, tetapi boleh mengaburkan fokus dakwah dan menimbulkan persepsi negatif terhadap mesej Islam. Penonton jadi lebih tertarik pada sensasi tajuk daripada isi yang bermanfaat, sekali gus mengurangkan keberkesanan dakwah yang sebenar dan nilai murni Islam.

b. Pemesongan Mesej dan Nilai Dakwah.

Apabila terlalu mengikut arus budaya semasa, terdapat kemungkinan mesej dakwah disampaikan dengan cara yang tidak tepat atau tidak selari dengan ajaran Islam. Ini boleh mencetuskan kekeliruan dalam kalangan pendengar dan mengurangkan keberkesanan dakwah.

Sesetengah kandungan dakwah di Instagram atau YouTube yang menggabungkan humor atau sindiran yang keterlaluan dalam menyampaikan nasihat agama. Misalnya, video parodi yang mengejek amalan tertentu dalam Islam tanpa sensitiviti yang betul, seperti meniru cara bacaan al-Quran secara lucu atau menyindir pendapat ulama tertentu secara berlebihan.

Walaupun niatnya mungkin untuk menarik perhatian atau menghibur, cara sebegini boleh menimbulkan salah faham dan rasa kurang hormat terhadap ajaran Islam. Ia boleh mengaburkan nilai adab dan kesantunan yang sepatutnya dikekalkan dalam dakwah, sekaligus menjejaskan imej dakwah dan menyebabkan masyarakat kurang serius menerima mesej yang disampaikan.

### **Pandangan Serong Netizen terhadap Penyampaian Dakwah Komersial.**

Pendakwah kini semakin menggunakan pendekatan komersial dengan gaya santai dan bahasa bebas untuk menarik perhatian, terutama dalam kalangan generasi muda. Mereka juga mempromosikan produk secara dalaman sebagai sumber pendapatan sambil menyelitkan elemen dakwah dalam penyampaian.

Walaupun pendakwah berusaha berdakwah dengan berjual beli secara beradab, kerana adab adalah cerminan akhlak Islam yang sebenar, masih ada netizen yang memandang serong pendekatan ini. Kritikan tersebut muncul kerana mereka melihat cara ini kurang menghormati kesucian dan kesantunan dakwah, malah ada yang menuduh pendakwah “menunggang agama” demi keuntungan.

Contohnya, Kek Tapak Kuda Ustaz Riduan yang menggunakan media sosial untuk menjual produk sambil berdakwah telah menarik minat ramai golongan muda. Namun,

cabaran utama ialah memastikan mesej Islam tidak tenggelam atau terabai akibat unsur komersial dalam dakwah tersebut.

Pendekatan ini menunjukkan perlunya keseimbangan antara keikhlasan dalam berdakwah dan mengekalkan adab yang mencerminkan akhlak Islam, supaya dakwah kekal suci dan relevan dalam budaya popular masa kini.

### **Perubahan Gaya Dakwah**

Pengaruh budaya popular telah membawa perubahan ketara dalam pendekatan dan gaya penyampaian dakwah masa kini. Para pendakwah kini lebih responsif terhadap gaya hidup generasi muda dan cenderung menggunakan medium serta pendekatan yang lebih interaktif, santai, dan mesra digital. Antara perubahan ketara yang dapat dilihat termasuk:

#### **a. Visual dan Storytelling Interaktif**

Pendakwah masa kini semakin memanfaatkan kekuatan media visual seperti video pendek di TikTok, Instagram Reels, dan YouTube untuk menyampaikan mesej dakwah secara lebih kreatif dan menarik. Elemen animasi, grafik moden, dan teknik penceritaan (storytelling) berasaskan kisah benar atau pengalaman hijrah digunakan untuk menyentuh emosi audiens. Pendekatan ini bukan sahaja dapat menarik perhatian golongan muda, malah membantu mereka memahami dan menghayati nilai-nilai Islam dengan lebih mendalam.

Contoh: Akaun TikTok @garishidayah menghasilkan video dakwah beranimasi yang menyentuh hati dan mudah difahami. Dalam video ini, mesej tazkirah disampaikan melalui naratif visual yang menarik dan menyentuh jiwa, menjadikan penyampaian dakwah lebih efektif dan dekat dengan hati penonton masa kini.

#### **b. Pendekatan Santai serta Jenaka**

Gaya penyampaian yang santai dan diselitkan dengan unsur humor mampu mengurangkan rasa bosan atau ketegangan dalam sesi dakwah. Pendekatan ini menjadikan suasana lebih mesra dan selesa, sekali gus memudahkan audiens menerima mesej yang ingin disampaikan tanpa tekanan atau formaliti berlebihan. Selain itu, humor juga merupakan medium berkesan untuk menyampaikan teguran, kritikan sosial, atau nasihat secara halus dan tidak menyakitkan hati.

Contoh: Ustaz Azhar Idrus sering menyelitkan jenaka spontan dan bersahaja ketika menyampaikan ceramah, Lawak-lawak beliau yang berkait dengan situasi harian menjadikan ceramah lebih hidup, mudah difahami, dan dekat di hati pendengar.

#### **c. Kolaborasi dengan Influencer dan Selebriti.**

Untuk menarik minat golongan muda, pendakwah masa kini semakin giat menjalinkan kerjasama dengan influencer media sosial dan selebriti terkenal yang mempunyai pengaruh besar dalam masyarakat. Pendekatan ini membolehkan mesej dakwah

disampaikan secara lebih santai dan relatable, terutama apabila ia disalurkan melalui individu yang menjadi idola atau ikutan generasi muda. Kolaborasi sebegini juga membuktikan bahawa dakwah tidak terbatas kepada golongan agamawan sahaja, malah boleh disampaikan oleh sesiapa yang ingin berkongsi nilai-nilai Islam secara positif.

Contoh: Episod podcast #JalanYangKupilih yang menampilkan selebriti Alif Satar bersama pendakwah Qawiyaro, di mana mereka berbincang tentang perjalanan hidup, cabaran berhijrah, dan bagaimana mendekati diri kepada Allah dalam dunia hiburan. Kandungan ini menjadi inspirasi kepada ramai anak muda kerana ia mengetengahkan sisi spiritual figura yang mereka hormati.

## **CADANGAN**

### **Perbincangan Dapatan**

Implikasi terhadap Kefahaman Islam di Era Digital: Penggunaan media sosial seperti TikTok, Instagram dan YouTube sebagai platform dakwah mencerminkan satu perubahan paradigma dalam cara mesej Islam disampaikan. Kajian mendapati bahawa generasi muda lebih tertarik kepada kandungan berbentuk visual dan interaktif. Maka, pendekatan dakwah melalui media ini bukan sahaja relevan, tetapi berpotensi besar untuk meningkatkan kefahaman Islam dalam kalangan pengguna digital. Namun begitu, penyampaian yang bersifat terlalu ringkas juga berisiko menyebabkan pemahaman yang cetek atau tersasar jika tidak disertai dengan panduan yang sah.

Peranan Pendakwah dan Penceramah dalam Era Budaya Popular: Dalam dunia yang didominasi oleh budaya popular dan trend semasa, pendakwah dan penceramah perlu bersikap adaptif dan inovatif. Mereka perlu memahami cita rasa dan bahasa golongan muda tanpa mengorbankan integriti dan kesucian ajaran Islam. Justeru itu, peranan pendakwah bukan sahaja sebagai penyampai ilmu, tetapi juga sebagai pemudah cara yang mampu menjelaskan nilai Islam dengan pendekatan yang kontemporari dan berkesan. Mereka harus mampu menjembatani keperluan dakwah dengan kehendak zaman tanpa terperangkap dalam bentuk penyampaian yang ketinggalan.

Analisis Keseimbangan antara Daya Tarikan Budaya dan Ketulenan Dakwah: Keseimbangan antara penggunaan elemen budaya popular dengan keaslian mesej Islam merupakan isu utama yang perlu diberi perhatian. Walaupun penggunaan trend seperti gaya video TikTok, muzik latar, dan teknik suntingan moden boleh meningkatkan daya tarikan, ia tidak boleh menjejaskan kandungan dakwah itu sendiri. Unsur hiburan yang digunakan harus menjadi alat bantu untuk menarik perhatian, bukan mendominasi mesej. Ketulenan dakwah mesti dikekalkan agar nilai-nilai Islam tidak dicairkan atau disalah tafsir dalam usaha untuk menarik audiens yang lebih luas.

### **Cadangan**

Pendidikan Literasi Media Islam kepada Masyarakat: Kerajaan, institusi pendidikan dan organisasi dakwah digalakkan untuk memperkenalkan program literasi media Islam kepada masyarakat umum, khususnya kepada generasi muda. Pendidikan ini boleh merangkumi cara mengenal pasti sumber sah, menilai kandungan dakwah yang

beretika, serta memahami peranan pengguna media dalam menyebarkan mesej Islam secara bertanggungjawab.

**Penghasilan Kandungan Dakwah yang Beretika dan Relevan:** Pencipta kandungan digital perlu diberi bimbingan tentang bagaimana menghasilkan kandungan yang menarik namun tidak menyalahi prinsip agama. Modul latihan atau bengkel mengenai etika penyampaian Islam melalui media sosial boleh diadakan dengan kerjasama institusi agama dan komuniti kreatif. Penekanan perlu diberikan kepada aspek bahasa, visual, dan nilai yang diangkat dalam setiap kandungan.

**Kerjasama antara Golongan Agama dan Pencipta Kandungan Digital:** Usaha dakwah akan lebih berkesan jika terdapat kerjasama strategik antara golongan ulama, pendakwah bertauliah dan pencipta kandungan digital. Kolaborasi ini boleh memastikan kandungan yang dihasilkan bukan sahaja menarik dan mudah diakses, tetapi juga tepat dari segi akidah, fiqh dan akhlak. Usaha ini boleh dijayakan melalui pelantikan penasihat syariah dalam produksi kandungan atau mewujudkan platform bersama seperti saluran YouTube atau akaun media sosial rasmi.

**Strategi Dakwah Kreatif yang Tidak Menjejaskan Prinsip Islam:** Pendekatan dakwah yang kreatif dan inovatif harus digalakkan bagi menarik minat masyarakat moden. Ini termasuk penggunaan animasi, sketsa, lagu, dan filem pendek yang menyampaikan mesej Islam secara halus namun berkesan. Namun begitu, strategi ini hendaklah sentiasa berpaksikan kepada nilai-nilai Islam yang tulen agar mesej dakwah tidak terpesong hanya kerana mengejar populariti atau tontonan tinggi.

## **KESIMPULAN**

Penggunaan unsur budaya popular dalam komunikasi dakwah seperti trend TikTok, drama kontemporari, serta kempen digital membuktikan bahawa pendekatan baharu dalam penyampaian Islam amat diperlukan dalam konteks dunia moden. Peralihan daripada bentuk dakwah tradisional kepada gaya penyampaian yang lebih interaktif dan visual membuka peluang yang luas untuk menyampaikan mesej Islam secara efektif, khususnya kepada golongan muda yang lebih terdedah kepada teknologi dan media sosial.

Namun begitu, kejayaan strategi ini bergantung kepada kebijaksanaan para pendakwah dan pencipta kandungan dalam mengekalkan prinsip-prinsip Islam. Dakwah haruslah bersifat inklusif, beretika, dan berpandukan ilmu yang sahih agar tidak terjerumus dalam penyampaian yang dangkal atau sekadar mengejar trend. Oleh itu, pendekatan dakwah masa kini perlu dirancang dengan teliti, disokong oleh pendidikan literasi media Islam, dan disemai dengan semangat kolaborasi antara pelbagai pihak demi memastikan mesej Islam terus subur dan difahami secara mendalam dalam kalangan masyarakat moden.



**RUJUKAN**

Abu Hassan, M. I. (2020). Budaya popular dan kesannya terhadap masyarakat Islam di Malaysia. *Jurnal Syariah dan Masyarakat*, 14(1), 45–58.

Al-Qaradawi, Y. (2013). Halal dan haram dalam Islam.

Al-Qur'an. Surah An-Nahl: 125.

Aziz, A. A., & Nasir, M. (2022). Fenomena pendakwah segera di media sosial: Satu tinjauan awal. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2), 112–124.

Fadlillah, A. (2018). Dakwah seni budaya di Nusantara. Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia (YADIM). Retrieved from <https://www.yadim.com.my/v2/dakwah-seni-budaya-di-nusantara>

Fatin Farzana Dass Meral & Safinah Ismail. (2023). Keberkesanan aktiviti dakwah dalam aplikasi TikTok terhadap akhlak mahasiswa. *International Journal of Religion, Arts and Humanities*. UKM Journal Article Repository.

Feriansyah, F. (2022). Analisis semiotik unsur budaya populer pada poster kajian dakwah di akun Instagram @yukngajiid. *Komunika: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(2), 123–135. Retrieved from <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Komunika/article/download/7313/4115/24373>

Feriansyah, F. (2022). Analisis semiotik unsur budaya populer pada poster kajian dakwah di akun Instagram @yukngajiid. *Komunika: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(2), 123–135.

Hamid, A. F. A. (2015). *Komunikasi dan dakwah Islam*. Penerbit UM.

Hamid, A. F. A. (2015). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Penerbit Universiti Malaya.

Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (2021). Jaga adab, disiplin ilmu ketika sampaikan dakwah di media sosial – JAKIM. *Astro Awani*. Retrieved from <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/jaga-adab-disiplin-ilmu-ketika-sampaikan-dakwah-di-media-sosial-jakim-326196>

Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. SAGE Publications.

Kim, Y. Y. (2001). *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. SAGE Publications.

Mohd Shah, N. F., & Basinon, N. (2023). Social media and its role in da'wah communication. *Universiti Teknologi MARA Institutional Repository*. Retrieved from <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/111306>



Rahmat, N. H., & Zaini, N. A. M. (2021). Islamic preaching in the era of TikTok: Engagement or entertainment? *Jurnal Komunikasi*, 37(1), 88–100.

Rahmat, N. H., & Zaini, N. A. M. (2021). Islamic Preaching in the Era of TikTok: Engagement or Entertainment? *Jurnal Komunikasi*, 37(1), 88–100.

Sayed Hesham Idris. (2023). Guna TikTok untuk sampaikan dakwah. *Utusan Malaysia*.

Sinar Harian. (2021). Bukan sekadar hiburan, TikTok kini jadi medan dakwah. *Sinar Harian*.

Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. Routledge.

Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Routledge.