

RESEARCH ARTICLE

Open Access

Rekontekstualisasi Dakwah Di Tiktok: Pergeseran Makna Tepuk Sakinah dan Resepsi Generasi Z

Farhan¹

Correspondence:
farhan@unuja.ac.id

¹Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Abstract: Tepuk Sakinah is a participatory mnemonic used in premarital guidance to help prospective couples remember key principles of a sakinah family. Once circulated on TikTok, its short, rhythmic, and easily imitated format became open to reproduction, parody, and modification. This study examines how the meaning of Tepuk Sakinah changes when it moves from premarital education into digital culture and how Generation Z audiences interpret the message. Using a qualitative approach, the study combines textual-discursive analysis of Tepuk Sakinah content on TikTok with reception analysis based on in-depth interviews with five Generation Z informants. The analysis reconstructs the preferred meaning of Tepuk Sakinah from official Ministry of Religious Affairs sources, compares it with its digitally reproduced forms, and maps audience interpretations through Stuart Hall's encoding/decoding model. Two major findings emerge. First, Tepuk Sakinah is recontextualized from a pedagogical-da'wah device into a memetic format capable of carrying humor, social criticism, and everyday experiences. Second, this shift does not linearly erase its religious meaning. Two informants demonstrate dominant readings, one shows a negotiated reading, and two tend toward oppositional readings. These findings indicate that virality does not necessarily eliminate religious messages; rather, meaning becomes polysemic through the interaction of institutional messages, platform affordances, imitative practices, and audience experience. The study contributes to digital da'wah scholarship by positioning Generation Z not merely as message recipients but as active interpreters and participants in the production of religious meaning.

Keywords: Tepuk Sakinah; Digital Da'wah; TikTok; Audience Reception; Generation Z

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah mengubah cara pesan keagamaan diproduksi, disebarkan, dan dimaknai. Dalam kerangka digital religion, media digital bukan sekadar saluran netral bagi agama, melainkan lingkungan yang ikut membentuk praktik, otoritas, relasi sosial, dan ekspresi keberagamaan (Campbell, 2013). Konteks Indonesia memperlihatkan proses yang serupa. Media sosial menjadi ruang penting untuk menampilkan kesalehan, membangun komunitas, memperluas dakwah, sekaligus menegosiasikan bentuk-



© The Author(s) 2026. Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons licence and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this licence, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

bentuk baru praktik Islam (Slama, 2018). Karena itu, kajian dakwah digital perlu bergerak dari pertanyaan mengenai seberapa luas pesan agama menjangkau audiens menuju pertanyaan yang lebih mendasar: apa yang terjadi pada makna pesan ketika ia masuk ke dalam logika platform digital.

Sejumlah penelitian tentang Islam dan media sosial di Indonesia telah menunjukkan bahwa dakwah digital sangat bergantung pada bentuk visual, gaya komunikasi, dan kultur partisipatif. Nisa (2018) memperlihatkan bagaimana Instagram membuka ruang bagi bentuk dakwah yang kreatif dan berkelindan dengan budaya visual kaum muda Muslim. Hew (2018) menunjukkan bahwa persuasi visual dan strategi media sosial dapat memperluas daya tarik figur dakwah, sementara Husein dan Slama (2018) menegaskan bahwa kesalehan daring juga memunculkan ketegangan serta perdebatan mengenai otentisitas praktik keberagamaan. Kajian yang lebih mutakhir menunjukkan bahwa transformasi dakwah digital di Indonesia juga berkaitan dengan perubahan perilaku audiens, interaktivitas, dan mediasi platform (Kholili et al., 2024). Literatur tersebut penting, tetapi sebagian besar berfokus pada figur dai, otoritas, visualisasi pesan, komunitas, atau regulasi dakwah digital.

TikTok menghadirkan tantangan analitis yang berbeda karena struktur platformnya sangat menonjolkan reproduksi, imitasi, dan sirkulasi format singkat. Kaye et al. (2021) menjelaskan bahwa affordance TikTok mendorong pengguna biasa untuk menjadi kreator melalui format, audio, efek, dan tren yang mudah direplikasi. Zulli dan Zulli (2022) menyebut konfigurasi ini sebagai technological mimesis yang membentuk imitation publics, yakni publik yang terhubung melalui praktik meniru, mengulang, dan memodifikasi format yang beredar. Dalam situasi demikian, sebuah pesan dapat tetap mempertahankan unsur tekstual tertentu tetapi memperoleh fungsi sosial yang berbeda ketika digunakan kembali dalam konteks humor, tren, kritik, atau pengalaman sehari-hari. Proses ini sejalan dengan budaya remix yang memungkinkan materi digital dibuat, dibagikan, ditinjau ulang, dan dimodifikasi secara berulang (Literat, 2019).

Fenomena Tepuk Sakinah menjadi contoh menarik untuk membaca proses tersebut. Kementerian Agama Republik Indonesia pada 2025 menjelaskan Tepuk Sakinah sebagai format yel-yel atau tepukan yang digunakan untuk memudahkan calon pengantin mengingat esensi keluarga sakinah. Isi utamanya merujuk pada lima pilar: zawaj (berpasangan), mitsaqan ghalizhan (janji kokoh), mu'asyarah bil ma'ruf (saling memperlakukan dengan baik), musyawarah, dan taradhin (saling ridha) (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025). Prinsip-prinsip tersebut memiliki akar dalam materi pembinaan keluarga sakinah yang disusun Ditjen Bimas Islam sebagai bacaan mandiri bagi calon pengantin (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017). Dalam konteks Bimbingan Perkawinan, bentuk partisipatif semacam ini sejalan dengan kebutuhan metode pembelajaran pranikah yang aktif dan mudah diterima peserta (Rahman, 2018).

Masalah muncul ketika Tepuk Sakinah keluar dari ruang pedagogis Bimbingan Perkawinan dan memasuki TikTok. Temuan awal penelitian menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mengunggah ulang format aslinya, tetapi juga mengubah lirik, tema, nama, dan konteks penggunaannya. Tepuk Sakinah kemudian hadir bersama humor, kritik sosial, dan pengalaman

keseharian. Pada titik ini, istilah ‘pergeseran makna’ tidak cukup dipahami sebagai perubahan semantik pada kata atau lirik, tetapi sebagai rekontekstualisasi: pesan berpindah dari satu tata penggunaan sosial ke tata penggunaan yang lain. Nieborg dan Poell (2018) menekankan bahwa platformisasi membuat produksi budaya semakin kontingen pada mekanisme platform; sementara pada TikTok, kondisi tersebut diperkuat oleh mekanisme imitasi dan reproduksi format (Kaye et al., 2021; Zulli & Zulli, 2022).

Celah akademik penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, kajian dakwah digital di Indonesia telah cukup banyak membahas bagaimana pesan agama dikemas secara visual dan bagaimana figur dakwah membangun jangkauan serta otoritas, tetapi belum banyak menelaah migrasi sebuah pesan edukasi-keagamaan institusional dari ruang pembinaan formal menuju ekologi memetik TikTok. Kedua, studi tentang dakwah digital sering menempatkan generasi muda sebagai sasaran atau konsumen pesan; padahal dalam budaya platform, audiens dapat sekaligus menjadi penafsir, pengulang, dan produsen ulang makna. Dengan demikian, persoalan penelitian ini bukan sekadar apakah Tepuk Sakinah masih ‘berisi dakwah’, melainkan bagaimana preferred meaning yang dirancang institusi dinegosiasikan setelah format tersebut direproduksi oleh pengguna dan diterima oleh Generasi Z.

Untuk menjawab persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan model encoding/decoding Hall (1980). Model ini berangkat dari asumsi bahwa pesan media tidak memiliki efek makna yang tunggal dan otomatis. Audiens dapat melakukan dominant-hegemonic reading ketika menerima kode dominan, negotiated reading ketika menerima sebagian tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman sendiri, atau oppositional reading ketika memahami kode dominan tetapi membacanya melalui kerangka yang berlawanan. Kerangka ini relevan untuk menjelaskan mengapa konten yang sama dapat dipahami sebagai dakwah, kombinasi edukasi-hiburan, atau sekadar tren viral.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) menjelaskan makna dakwah yang dikonstruksikan dalam Tepuk Sakinah pada konteks awalnya; dan (2) menganalisis bentuk rekontekstualisasi di TikTok serta resepsi Generasi Z terhadap perubahan tersebut. Kebaruan penelitian terletak pada penggabungan analisis terhadap perubahan fungsi pesan pada level platform dengan analisis resepsi audiens. Dengan cara ini, pergeseran makna tidak diperlakukan sebagai proses linear dari ‘sakral’ menuju ‘hiburan’, melainkan sebagai proses polisemik yang melibatkan pesan institusional, affordance platform, praktik imitasi, dan pengalaman audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang memadukan analisis tekstual-wacana dan analisis resepsi. Pilihan ini disesuaikan dengan karakter masalah penelitian yang tidak hanya menanyakan isi pesan Tepuk Sakinah, tetapi juga perubahan konteks penggunaannya dan cara audiens menafsirkan pesan tersebut. Unit kasus penelitian adalah sirkulasi Tepuk Sakinah dari konteks Bimbingan Perkawinan menuju konten TikTok serta resepsinya di kalangan Generasi Z.

Data primer terdiri atas dua kelompok. Pertama, konten Tepuk Sakinah yang beredar di TikTok dan memperlihatkan bentuk asli maupun reproduksi/modifikasinya. Kedua, hasil wawancara mendalam dengan lima informan Generasi Z yang mengetahui atau pernah berinteraksi dengan konten Tepuk Sakinah. Informan dipilih secara purposif berdasarkan keterpaparan terhadap fenomena yang diteliti. Data sekunder mencakup sumber resmi Kementerian Agama mengenai Tepuk Sakinah dan keluarga sakinah, serta literatur akademik tentang dakwah digital, platformisasi, budaya imitasi TikTok, dan resepsi audiens.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi unsur yang bertahan dan berubah pada Tepuk Sakinah, terutama nama, lirik, tema, konteks, dan fungsi komunikasinya. Wawancara diarahkan pada pengetahuan informan mengenai asal-usul Tepuk Sakinah, persepsi terhadap pesan keluarga sakinah, pengalaman melihat versi modifikasi, dan penilaian apakah konten tersebut dipahami sebagai dakwah, edukasi-hiburan, atau tren. Dokumentasi meliputi tangkapan layar, catatan observasi, dan rekaman atau transkrip wawancara yang tersedia dalam proses penelitian.

Analisis dilakukan dalam empat tahap. Pertama, peneliti merekonstruksi preferred meaning Tepuk Sakinah melalui materi resmi Kementerian Agama dan bentuk awalnya dalam konteks Bimbingan Perkawinan. Kedua, peneliti membandingkan bentuk awal tersebut dengan konten reproduksi di TikTok untuk menemukan perubahan pada teks, tema, konteks, dan fungsi. Ketiga, data wawancara dikondensasi, ditampilkan, dan ditarik kesimpulannya secara iteratif sebagaimana prinsip analisis kualitatif Miles et al. (2014). Keempat, orientasi pemaknaan masing-masing informan dipetakan dengan kategori dominant, negotiated, dan oppositional reading dari Hall (1980). Kategori resepsi digunakan sebagai alat interpretasi, bukan sebagai ukuran kuantitatif untuk menggeneralisasi populasi Generasi Z.

Keabsahan temuan diletakkan dalam kerangka trustworthiness yang mencakup credibility, transferability, dependability, dan confirmability (Lincoln & Guba, 1985). Dalam konteks penelitian ini, penguatan kredibilitas dilakukan melalui perbandingan sumber resmi, konten digital, dan narasi wawancara; sedangkan dependabilitas dan konfirmabilitas ditopang oleh keterlacakan proses kategorisasi data. Karena hanya melibatkan lima informan, hasil penelitian diposisikan sebagai pemahaman kontekstual terhadap pola resepsi, bukan representasi statistik seluruh Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tepuk Sakinah sebagai Mnemonic Dakwah dalam Bimbingan Perkawinan

Temuan menunjukkan bahwa makna awal Tepuk Sakinah berakar pada fungsi pedagogis dan dakwah. Format tepukan merangkum prinsip-prinsip keluarga sakinah ke dalam ungkapan singkat yang mudah diingat. Sumber resmi Kementerian Agama menyebut lima pilar yang dipopulerkan melalui Tepuk Sakinah, yakni zawaj, mitsaqan ghalizhan, mu'asyarah bil ma'ruf, musyawarah, dan taradhin (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025). Dalam struktur ini, tepukan bukan

tujuan, melainkan perangkat mnemonic: tubuh, ritme, dan repetisi digunakan untuk mengikat konsep normatif ke dalam pengalaman belajar yang partisipatif.

Fungsi tersebut selaras dengan orientasi Bimbingan Perkawinan yang menempatkan calon pengantin sebagai peserta pembelajaran, bukan sekadar pendengar ceramah. Literatur tentang pembelajaran pranikah di lingkungan KUA menekankan kebutuhan metode aktif, inovatif, kreatif, efektif, dan menyenangkan agar materi mudah diterima (Rahman, 2018). Karena itu, penggunaan tepukan dapat dipahami sebagai strategi pedagogis untuk menerjemahkan konsep normatif keluarga sakinah ke dalam bentuk yang ringan tanpa harus menghilangkan substansi. Preferred meaning yang di-encode oleh institusi adalah penguatan komitmen perkawinan melalui pengingat terhadap prinsip relasi pasangan.

Lima pilar itu juga menunjukkan bahwa pesan dakwah Tepuk Sakinah tidak berhenti pada simbol keluarga harmonis secara abstrak. Zawaj menekankan kesalingan pasangan; mitsaqan ghalizhan menempatkan perkawinan sebagai komitmen kokoh; mu'asyarah bil ma'ruf menegaskan perlakuan yang baik; musyawarah menekankan pengambilan keputusan bersama; dan taradhin menempatkan kerelaan serta persetujuan sebagai prinsip relasional. Dengan demikian, makna awal Tepuk Sakinah bersifat instruksional sekaligus etis: ia menyederhanakan prinsip relasi keluarga agar mudah diingat dan dipraktikkan.

Rekontekstualisasi di TikTok: dari Perangkat Pedagogis ke Format Memetik

Ketika berpindah ke TikTok, struktur komunikasinya berubah. Dalam forum Bimbingan Perkawinan, fasilitator, peserta, tujuan kegiatan, dan konteks pembelajaran relatif jelas. Di TikTok, format yang sama berhadapan dengan audiens yang heterogen, mekanisme rekomendasi, tren audio, praktik remix, serta insentif keterlibatan. Hasil observasi menunjukkan adanya perubahan nama, lirik, tema, dan konteks penggunaan. Tepuk Sakinah tidak lagi hanya berkaitan dengan edukasi keluarga, tetapi dipakai untuk humor, kritik sosial, dan ekspresi pengalaman sehari-hari.

Perubahan tersebut lebih tepat disebut rekontekstualisasi daripada sekadar penghilangan pesan. Kaye et al. (2021) menunjukkan bahwa TikTok memudahkan pengguna mengulang format populer melalui fitur dan template yang tersedia. Zulli dan Zulli (2022) bahkan menempatkan mimesis sebagai logika sosial utama TikTok: pengguna terhubung bukan hanya melalui percakapan, tetapi melalui tindakan meniru dan memodifikasi pola yang sama. Dengan demikian, format Tepuk Sakinah memiliki karakter yang sangat kompatibel dengan logika platform: ritmis, pendek, mudah diulang, memiliki pola yang dikenali, dan dapat diadaptasi ke tema lain.

Pada titik inilah hiburan tidak selalu hadir sebagai lawan dakwah. Hiburan dapat berfungsi sebagai mode sirkulasi yang membuat format bertahan, sementara substansi pesan dapat menguat, melemah, atau berubah bergantung pada bentuk reproduksinya. Budaya remix memungkinkan pengguna memindahkan suatu format ke konteks yang berbeda dan menghasilkan makna baru (Literat, 2019). Platformisasi juga membuat produksi budaya semakin bergantung pada arsitektur, metrik, dan logika distribusi platform (Nieborg & Poell, 2018). Oleh sebab itu, pergeseran Tepuk

Sakinah tidak cukup dijelaskan hanya oleh ‘niat pengguna’, tetapi juga oleh kondisi teknososial yang mendorong konten menjadi mudah ditiru dan dimodifikasi.

Tabel 1. Rekontekstualisasi Tepuk Sakinah dari Bimwin ke TikTok

Dimensi	Konteks Bimwin	Konteks TikTok
Tujuan dominan	Edukasi dan penguatan nilai keluarga sakinah	Sirkulasi campuran: edukasi, humor, kritik, tren
Otoritas konteks	Fasilitator/Kementerian Agama dan forum pembinaan	Pengguna, kreator, tren, dan logika platform
Bentuk pesan	Lima pilar dalam format mnemonic yang relatif stabil	Lirik, tema, nama, dan konteks dapat dimodifikasi
Pola partisipasi	Mengikuti tepukan sebagai bagian pembelajaran	Meniru, mengunggah ulang, meremix, dan memparodikan
Kemungkinan makna	Relatif diarahkan pada preferred meaning institusional	Polisemik; dapat dibaca sebagai dakwah, edutainment, atau hiburan

Resepsi Generasi Z: Makna yang Tidak Tunggal

Wawancara menunjukkan bahwa Generasi Z tidak menerima Tepuk Sakinah secara seragam. Dengan model Hall (1980), informan kedua dan ketiga berada pada posisi dominant reading karena masih membaca Tepuk Sakinah terutama sebagai media edukasi keluarga dan pesan dakwah. Informan keempat berada pada posisi negotiated reading: ia mengakui adanya pesan keluarga sakinah, tetapi pengalaman berhadapan dengan berbagai parodi membuat fungsi hiburan menjadi bagian penting dari pemaknaannya. Informan pertama dan kelima cenderung berada pada posisi oppositional reading karena orientasi pemaknaan mereka lebih dekat pada tren viral dan hiburan daripada pada fungsi edukasi yang dikehendaki konteks awal.

Kategorisasi tersebut memperlihatkan bahwa makna pesan digital tidak sepenuhnya dikendalikan oleh pengirim. Hall (1980) menegaskan bahwa encoding tidak menjamin decoding yang identik. Dalam kasus Tepuk Sakinah, institusi dapat meng-encode lima pilar keluarga sebagai pesan dominan, tetapi ketika pesan beredar melalui platform, pengalaman audiens dan bentuk-bentuk reproduksi yang mereka lihat ikut menentukan pembacaan. Hal ini penting karena banyak studi dakwah digital cenderung menilai keberhasilan dari jangkauan, estetika, atau keterlibatan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya keterpaparan belum tentu identik dengan kesamaan pemaknaan.

Di sisi lain, adanya dominant dan negotiated reading juga mencegah kesimpulan simplistik bahwa viralitas telah mengosongkan agama dari konten. Dua informan masih mempertahankan pembacaan yang dekat dengan preferred meaning, sedangkan satu informan menggabungkan edukasi dan hiburan. Artinya, format hiburan dapat menjadi lapisan tambahan, bukan selalu

pengganti substansi. Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai dakwah digital Indonesia yang menunjukkan bahwa kreativitas visual dan budaya populer dapat menjadi bagian dari cara pesan agama memperoleh relevansi di ruang digital (Hew, 2018; Nisa, 2018).

Tabel 2. Pemetaan Resepsi Lima Informan terhadap Tepuk Sakinah

Informan	Posisi Resepsi	Orientasi Pemaknaan
Informan 1	Cenderung oppositional	Lebih menonjolkan tren viral/hiburan
Informan 2	Dominant	Menerima sebagai edukasi keluarga dan dakwah
Informan 3	Dominant	Menerima sebagai edukasi keluarga dan dakwah
Informan 4	Negotiated	Mengakui pesan keluarga sekaligus fungsi hiburan
Informan 5	Cenderung oppositional	Lebih menonjolkan tren viral/hiburan

Dari “Pergeseran” menuju Polisemisasi Pesan Dakwah

Sintesis temuan menunjukkan bahwa konsep ‘pergeseran makna’ perlu dipertajam. Jika istilah tersebut digunakan secara linear, ia memberi kesan bahwa makna dakwah berpindah sepenuhnya menjadi hiburan. Data penelitian justru memperlihatkan koeksistensi beberapa makna. Pada level produksi, sebagian konten mengalami perubahan lirik, tema, dan konteks; pada level resepsi, audiens terbagi antara pembacaan dominan, negosiasi, dan oposisi. Karena itu, proses yang terjadi dapat disebut polisemisasi: satu format memiliki beberapa kemungkinan makna yang beredar secara bersamaan.

Polisemisasi tersebut dapat dijelaskan melalui pertemuan tiga lapisan. Lapisan pertama adalah institutional encoding, yakni nilai keluarga sakinah yang dirumuskan dan diajarkan oleh Kementerian Agama. Lapisan kedua adalah platform mediation, yakni affordance TikTok yang memudahkan pengulangan, modifikasi, dan sirkulasi tren (Kaye et al., 2021; Zulli & Zulli, 2022). Lapisan ketiga adalah audience decoding, yakni proses audiens membaca konten melalui pengalaman, paparan, dan konteks sosial mereka (Hall, 1980). Pergeseran makna terjadi ketika ketiga lapisan tersebut tidak lagi sepenuhnya sejajar.

Temuan ini memperluas kajian digital religion yang menempatkan media digital sebagai lingkungan yang ikut membentuk praktik keagamaan (Campbell, 2013). Dalam konteks Indonesia, Slama (2018) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari praktik Islam sehari-hari, sedangkan Kholili et al. (2024) menyoroti perubahan perilaku audiens dan mediasi dakwah di era digital. Kasus Tepuk Sakinah menambahkan dimensi yang lebih spesifik: pesan yang berasal dari institusi resmi pun dapat menjadi objek budaya partisipatif, sehingga otoritas makna tidak lagi sepenuhnya berada pada institusi pencipta pesan.

Dibandingkan penelitian Nisa (2018) dan Hew (2018), yang terutama menunjukkan kreativitas visual dan strategi dakwah di media sosial, studi ini menyoroti apa yang terjadi setelah

sebuah format keagamaan menjadi bahan imitasi publik. Kontribusinya bukan pada penemuan bahwa dakwah menggunakan media sosial, melainkan pada penjelasan mengenai perubahan status sebuah pesan: dari materi yang memiliki konteks pedagogis relatif terkendali menjadi objek digital yang dapat digunakan ulang untuk beragam kepentingan. Dengan demikian, Generasi Z tidak tepat diposisikan hanya sebagai target dakwah. Mereka adalah bagian dari sirkuit makna yang dapat mempertahankan, menegosiasikan, atau mengalihkan preferred meaning.

Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa institusi dakwah tidak perlu memandang unsur hiburan sebagai ancaman secara otomatis. Tantangannya adalah menjaga penanda konteks agar pesan inti tetap terbaca ketika format masuk ke budaya platform. Strategi dakwah digital dapat menggabungkan unsur ringan dan partisipatif dengan penjelasan lanjutan, caption kontekstual, serial konten, atau tautan menuju materi substantif. Dengan cara tersebut, logika imitasi TikTok dapat digunakan untuk memperluas jangkauan sekaligus meminimalkan pemutusan antara format viral dan makna edukatif. Namun, implikasi ini perlu dibaca secara proporsional karena penelitian hanya melibatkan lima informan dan belum dimaksudkan untuk menggambarkan keseluruhan perilaku Generasi Z.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Tepuk Sakinah pada konteks awalnya merupakan perangkat mnemonic-partisipatif untuk menyampaikan nilai keluarga sakinah melalui lima pilar: zawaj, mitsaqan ghalizhan, mu'asyarah bil ma'ruf, musyawarah, dan taradhin. Ketika format tersebut memasuki TikTok, terjadi rekontekstualisasi melalui perubahan lirik, tema, nama, dan konteks penggunaan. Tepuk Sakinah kemudian dapat berfungsi sebagai dakwah, edukasi-hiburan, humor, kritik sosial, maupun tren digital.

Pergeseran tersebut tidak berlangsung secara linear dari dakwah menuju hiburan. Analisis resepsi menunjukkan dua informan berada pada pembacaan dominan, satu pada pembacaan negosiasi, dan dua cenderung pada pembacaan oposisi. Dengan demikian, makna awal tidak sepenuhnya hilang, tetapi bersaing dan berkoeksistensi dengan makna baru. Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa perubahan makna dakwah di media sosial merupakan hasil interaksi antara institutional encoding, mediasi platform, dan audience decoding. TikTok memperluas kemungkinan imitasi dan modifikasi, sedangkan audiens aktif menentukan posisi pemaknaan berdasarkan pengalaman mereka.

Kontribusi utama studi ini adalah memperlihatkan bahwa keberhasilan viral sebuah pesan keagamaan tidak dapat diukur hanya dari jangkauan atau popularitas. Analisis perlu memasukkan pertanyaan tentang konteks, transformasi format, dan resepsi. Secara praktis, pengelola dakwah dan institusi keagamaan perlu merancang konten yang kompatibel dengan budaya partisipatif tanpa melepaskan penanda substansi. Keterbatasan penelitian terletak pada jumlah informan yang kecil dan dokumentasi korpus digital yang masih perlu dipertegas. Penelitian berikutnya dapat menggunakan netnografi, analisis korpus video yang lebih luas, atau survei resepsi untuk menguji pola pemaknaan pada kelompok Generasi Z yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79* (pp. 128–138). Hutchinson.
- Hew, W. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Husein, F., & Slama, M. (2018). Online piety and its discontent: Revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2017). *Fondasi keluarga sakinah: Bacaan mandiri calon pengantin*. Subdit Bina Keluarga Sakinah, Direktorat Bina KUA dan Keluarga Sakinah, Ditjen Bimas Islam.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025, September 25). 'Tepuk Sakinah', cara Kemenag mudahkan catin hafal esensi keluarga sakinah. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/nasional/tepuk-sakinah-cara-kemenag-mudahkan-catin-hafal-esensi-keluarga-sakinah-eYHsg>
- Kholili, M., Izudin, A., & Hakim, M. L. (2024). Islamic proselytizing in digital religion in Indonesia: The challenges of broadcasting regulation. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2357460. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2357460>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Literat, I. (2019). Make, share, review, remix: Unpacking the impact of the internet on contemporary creativity. *Convergence*, 25(5–6), 1168–1184. <https://doi.org/10.1177/1354856517751391>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>

- Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Rahman, A. (2018). Penerapan model pembelajaran aktif, inovatif, kreatif, efektif dan menyenangkan (PAIKEM) pada kursus pra nikah bagi calon pengantin (catin). *Jurnal Bimas Islam*, 11(3), 571–600. <https://doi.org/10.37302/jbi.v11i3.63>
- Slama, M. (2018). Practising Islam through social media in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 1–4. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>