

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital

Ilham, Sri Muliana, Suci Muthia Sihombing, Suci Rahmitha, Aldi Kurniawan Sirait

Komunikasi & Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Daar al-Ulum

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 15, 2025

Revised April 24, 2025

Accepted April 30, 2025

Available online May 03, 2025

Keywords:

Social Media, Dakwah, Era Digital.

Keywords:

Social Media, Da'wah, Digital Era



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Lntuk menganalisis pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. Hasil penelitian ini yaitu bahwa pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki peran penting dan potensi besar. Pesan dakwah dapat tersebar secara cepat dan efektif melalui media sosial, mencapai audiens yang lebih luas. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah harus bijak dan bertanggung jawab. Konten dakwah perlu memperhatikan kebenaran, kredibilitas, dan konteks ajaran Islam. Kolaborasi antara kiai, santri, dan pengguna media sosial yang bijak diperlukan. Tantangan meliputi penyebaran informasi yang tidak akurat dan kurangnya pemahaman tentang etika bermedia sosial. Pendekatan bijak dan strategi efektif diperlukan, seperti memastikan keakuratan informasi dan meningkatkan literasi digital. Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki dampak sosial kompleks, dengan manfaat dan dampak negatif yang perlu diwaspadai. Pemahaman yang baik dan penggunaan yang bijak sangat penting dalam memanfaatkan media sosial dalam dakwah.

ABSTRACT

Social media has become an effective means of spreading da'wah messages globally. The purpose of this study is to analyze the use of social media in increasing the effectiveness of da'wah in the digital era. The results of this study are that the use of social media in da'wah has an important role and great potential. Da'wah messages can be spread quickly and effectively through social media, reaching a wider audience. However, the use of social media in da'wah must be wise and responsible. Da'wah content needs to pay attention to the truth, credibility, and context of Islamic teachings. Collaboration between kiai, santri, and wise social media users is needed. Challenges include the spread of inaccurate information and a lack of understanding of social media ethics. A wise approach and effective strategy are needed, such as ensuring the accuracy of information and increasing digital literacy. The use of social media in da'wah has complex social impacts, with benefits and negative impacts that need to be watched out for. Good understanding and wise use are very important in utilizing social media in da'wah.

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah melahirkan transformasi signifikan dalam cara orang berinteraksi dan memperoleh informasi. Kemajuan teknologi, terutama popularitas internet, telah mengubah lanskap komunikasi menjadi lebih cepat, terhubung, dan global (Arif & Roem, 2019). Dalam konteks ini, media sosial telah muncul sebagai salah satu alat utama yang memainkan peran krusial dalam memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi. Dengan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pikiran, gambar, video, dan pemikiran secara real-time, media sosial memberikan platform yang luas bagi individu dan kelompok untuk berkomunikasi, memperluas jaringan sosial, dan mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Dengan demikian, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan berbagi informasi telah menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di era digital ini.

Pemanfaatan sosial media untuk dakwah menawarkan potensi yang besar dalam mendistribusikan pesan-pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas (Rohman, 2019). Sosial media memiliki karakteristik yang memungkinkan dakwah mencapai jangkauan yang luas, terlebih lagi dengan jumlah pengguna sosial media yang terus meningkat. Selain itu, interaktifitas yang ditawarkan oleh sosial media memungkinkan interaksi langsung antara para dai atau organisasi dakwah dengan audiens mereka, memungkinkan dialog dan tanya jawab yang lebih mudah dilakukan. Kemampuan berbagi

*Corresponding author

Email: ilham@iaidu-asahan.ac.id, srimuliana010124@gmail.com, sucimuthiasihombing@gmail.com, sucirahmita8@gmail.com, aaldyy2023@gmail.com

konten yang dimiliki oleh sosial media juga berperan penting dalam menyebarkan pesan dakwah, karena pengguna dapat dengan mudah membagikan konten dakwah kepada jaringan sosial mereka. Tidak hanya itu, sifat viral dari sosial media juga dapat memperkuat dakwah dengan potensi pesan yang dapat menyebar dengan cepat dan luas. Dengan demikian, potensi sosial media sebagai platform dakwah tidak dapat diabaikan dan perlu untuk dieksplorasi lebih lanjut guna meningkatkan efektivitas dakwah di era digital.

Dalam memanfaatkan sosial media untuk dakwah, para dai atau organisasi dakwah dihadapkan pada tantangan-tantangan yang perlu diatasi (Sumadi, 2016). Salah satu tantangan utama adalah persaingan informasi yang tinggi di media sosial, di mana pesan dakwah harus bersaing dengan berbagai konten lainnya untuk mendapatkan perhatian audiens. Selain itu, penyebaran konten yang tidak akurat atau kontroversial juga menjadi tantangan, mengingat sosial media memberikan kebebasan bagi siapa saja untuk menyebarkan informasi tanpa filter yang memadai. Hal ini menuntut para dai atau organisasi dakwah untuk lebih berhati-hati dalam menyajikan pesan-pesan dakwah yang akurat dan terpercaya. Selanjutnya, polarisasi opini di media sosial juga menjadi tantangan, di mana pesan dakwah dapat terjebak dalam filter bubble dan kesulitan menjangkau audiens dengan pandangan yang berbeda. Para dai atau organisasi dakwah perlu mengembangkan strategi yang dapat memperluas jangkauan pesan mereka dan mempromosikan dialog konstruktif di tengah keragaman pendapat di media sosial. Mengatasi tantangan-tantangan ini akan membantu meningkatkan efektivitas dakwah di era digital dan memastikan pesan-pesan dakwah dapat mencapai audiens dengan tepat dan akurat.

Penggunaan sosial media dalam dakwah memiliki potensi pengaruh dan dampak yang positif terhadap audiens. Melalui sosial media, dakwah dapat meningkatkan pemahaman keagamaan audiens dengan menyediakan konten yang edukatif, informatif, dan mendalam (Wibowo, 2019). Audiens dapat mengakses berbagai sumber dan pemikiran yang beragam, sehingga memperkaya pengetahuan keagamaan mereka. Selain itu, dakwah melalui sosial media juga memiliki potensi untuk memperkuat ikatan sosial. Dengan terhubung melalui grup dakwah atau komunitas online, individu-individu dengan minat dan tujuan yang serupa dapat berinteraksi, berbagi pengalaman, dan saling memberikan dukungan moral dalam memperkuat keyakinan dan praktik keagamaan mereka. Selain itu, sosial media juga dapat menjadi panggung untuk menyuarakan isu-isu sosial yang relevan dengan dakwah. Dengan memobilisasi tindakan nyata di masyarakat melalui kampanye sosial atau kegiatan amal, dakwah di sosial media dapat menjadi sarana untuk mempromosikan nilai-nilai kemanusiaan, keadilan sosial, dan pemajuan masyarakat yang berdasarkan prinsip-prinsip agama. Oleh karena itu, pemahaman akan potensi pengaruh dan dampak positif dari dakwah di sosial media sangat penting untuk memanfaatkan platform ini secara efektif dalam membangun masyarakat yang lebih baik.

Studi tentang pemanfaatan sosial media dalam dakwah memberikan wawasan penting bahwa masih ada kesenjangan (Burhanudin, Nurhidayah, & Chaerunisa, 2019). Salah satu aspek yang perlu diteliti adalah keterampilan dalam menggunakan media sosial. Memahami fitur-fitur media sosial dan mengembangkan keterampilan berinteraksi dengan audiens menjadi penting dalam memanfaatkan media sosial secara efektif dalam dakwah. Selain itu, karakteristik audiens juga perlu dipertimbangkan. Memahami kebutuhan dan preferensi audiens serta menyusun pesan dakwah yang sesuai dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Pemanfaatan fitur-fitur media sosial, seperti live streaming dan penggunaan gambar dan video, perlu dieksplorasi lebih lanjut dalam dakwah. Tantangan keterbatasan akses dan keterampilan juga mempengaruhi pemanfaatan sosial media dalam dakwah. Oleh karena itu, memahami dan mengatasi kesenjangan ini akan membantu meningkatkan pemanfaatan sosial media dalam dakwah di era digital.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Studi kasus berfokus pada kekhususan suatu kasus, apakah itu individu, kelompok budaya, atau biografi. Metode penelitian kualitatif mengacu pada metode yang disebut juga metode investigatif karena peneliti biasanya mengumpulkan data. Interaksi individu dan masyarakat di wilayah penelitian. Dalam penelitian ini digunakan teknik purposive sampling sebagai teknik pemilihan informan. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Informan penelitian ini adalah dosen dan anggota Majelis Ta'lim Ainul Yaqin. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, dokumen seperti kamera, tape recorder dan buku catatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran dan Potensi Sosial Media Dalam Dakwah

Sosial media memainkan peran penting yang signifikan dalam dakwah Islam di era digital. Sebagai platform yang populer dan luas, sosial media menyediakan saluran komunikasi yang efektif bagi

para da'i untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui sosial media, para da'i dapat berbagi ceramah, kajian, tulisan, dan kutipan inspiratif mengenai ajaran Islam dengan mudah dan cepat (Arif & Roem, 2019).

Peran sosial media dalam dakwah Islam juga melibatkan aspek interaktif dan partisipatif (Salsabila & Muslim, 2022). Melalui fitur-fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan grup diskusi, sosial media memungkinkan para da'i untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka. Ini memungkinkan terjalinnya dialog yang aktif, memungkinkan pertanyaan dijawab, kekhawatiran ditanggapi, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang Islam dicapai. Selain itu, sosial media juga memberikan ruang bagi komunitas Muslim untuk saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan moral, dan memperkuat ikatan sosial dalam mempraktikkan ajaran Islam.

Salah satu contoh konkret yang menggambarkan peran sosial media dalam dakwah Islam adalah akun Instagram @nuonline_id yang dikelola oleh LTN Nahdlatul Ulama (PBNU) Executive Board (Romadani & Fikry, 2021). Akun ini berhasil memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dengan mengunggah konten dakwah yang informatif, inspiratif, dan edukatif, akun ini mampu menyampaikan pesan-pesan agama kepada ribuan pengikutnya. Selain itu, media sosial juga memberikan peluang bagi da'i dan mubalig lokal untuk menggunakan saluran alternatif dalam menyebarkan pesan dakwah mereka. Selain menggunakan media massa tradisional, seperti surat kabar dan televisi, da'i dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan mad'u. Melalui platform sosial media seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, da'i dapat mempublikasikan ceramah, kajian, dan tulisan-tulisan agama mereka, mencapai audiens yang lebih luas, serta membangun komunitas yang berbagi minat dan keyakinan. Dengan memanfaatkan media sosial secara strategis, dakwah dapat menembus batasan geografis dan menghadapi tantangan dan hambatan yang ada dalam penyebaran pesan agama.

Untuk itu, kiai dan santri memiliki peran penting dalam melawan dampak negatif tersebut dan berkontribusi dalam pembelaan siber terhadap ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin serta menjaga kearifan lokal masyarakat. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan literasi digital di kalangan kiai dan santri (Nugraha & Ayundasari, 2021). Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang media sosial dan literasi digital, kiai dan santri dapat secara kritis menganalisis konten yang mereka temui di media sosial, memilah informasi yang dapat dipercaya, serta memahami konteks dan nilai-nilai ajaran Islam yang sesungguhnya. Selain itu, mereka juga dapat aktif berpartisipasi dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah yang benar dan mempromosikan kearifan lokal melalui media sosial.

Selain itu, penting bagi kiai dan santri untuk terlibat dalam dialog dan interaksi dengan masyarakat secara online. Dengan berdiskusi secara konstruktif dan memberikan penjelasan yang jelas tentang ajaran Islam yang sejalan dengan konteks zaman dan kearifan lokal masyarakat, mereka dapat mempengaruhi dan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada audiens online. Selain itu, kiai dan santri juga dapat membangun jejaring dengan tokoh-tokoh agama dan kelompok-kelompok yang memiliki visi yang sejalan untuk memperkuat upaya pembelaan siber dan mempromosikan ajaran Islam yang moderat dan inklusif.

Namun, penting untuk diakui bahwa penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satu dampak negatif yang perlu diwaspadai adalah adanya konten-konten yang belum sepenuhnya dapat dipertanggungjawabkan kebenaran dan kredibilitasnya (dan Pembahasan, 2019). Hal ini dapat berdampak buruk terhadap pemikiran masyarakat yang belum tentu memiliki pemahaman yang cukup tentang ajaran agama. Selain itu, fenomena dakwah kaum Islam Radikal juga menjadi perhatian serius, di mana mereka menyudutkan ajaran pesantren dengan mengabaikan konteks zaman dan kearifan lokal masyarakat. Fenomena ini dapat menghasilkan pemahaman yang salah tentang Islam dan menyebabkan potensi radikalisasi di kalangan masyarakat.

Dengan meningkatkan literasi digital, berperan aktif dalam media sosial, dan berdialog secara konstruktif, kiai dan santri dapat berperan dalam melawan dampak negatif media sosial dan menjaga kearifan lokal dalam dakwah Islam. Dalam era digital yang semakin maju, komitmen untuk memperkuat literasi digital dan mengelola media sosial dengan bijak menjadi penting agar dakwah Islam di media sosial dapat efektif, bermanfaat, dan selaras dengan ajaran agama serta kearifan lokal masyarakat.

Selain peran dan potensi sosial media dalam dakwah, media sosial juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengembangkan strategi dakwah yang menarik dan relevan dengan perkembangan zaman (Silvia, 2019). Seorang *content creator* pada media sosial memiliki kesempatan untuk menggunakan berbagai strategi komunikasi pemasaran guna menarik perhatian dan mempertahankan audiensnya. Dalam konteks dakwah, strategi komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas, terutama anak muda.

Dalam menggunakan media sosial sebagai alat dakwah, seorang *content creator* dapat mengadaptasi gaya komunikasi yang sesuai dengan target audiensnya. Misalnya, mereka dapat

memperhatikan tren perkembangan gaya komunikasi dan gaya hidup milenial untuk membuat konten yang menarik dan relevan. Penggunaan warna-warna bernuansa romantis, gambar-gambar yang menarik, dan kata-kata yang mudah diterima dan dipahami oleh anak muda dapat meningkatkan daya tarik konten dakwah di media sosial.

Selain itu, penggunaan strategi *story telling* juga menjadi bagian penting dalam mengembangkan strategi dakwah di media sosial. Dengan menggunakan cerita atau narasi yang menarik, konten dakwah dapat menyentuh emosi dan membangun ikatan emosional dengan audiensnya. Melalui cerita yang memikat, pesan-pesan agama dapat disampaikan dengan cara yang lebih menyentuh hati dan dapat meningkatkan daya resonansi dengan audiens.

Selain itu, penting juga bagi *content creator* dakwah untuk memperhatikan gaya bahasa yang digunakan dalam konten mereka. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh anak muda dan memperhatikan kecenderungan bahasa yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari dapat membantu pesan dakwah lebih mudah diterima oleh audiens. Pemilihan kata-kata yang tepat dan penulisan yang ringkas namun informatif dapat meningkatkan keterbacaan dan daya tarik konten dakwah.

Dengan memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran, *story telling*, dan bahasa yang sesuai, *content creator* dakwah dapat mengembangkan strategi dakwah yang menarik dan efektif di media sosial. Strategi-strategi ini dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama anak muda, dan menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang lebih relevan dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat menjadi lebih efektif dan bermanfaat dalam menyebarkan ajaran Islam di era digital ini.

Dalam konteks dakwah Islam, media sosial memiliki peran penting sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara global. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat dengan cepat dan efektif mencapai audiens yang lebih luas di berbagai belahan dunia. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Konten-konten dakwah yang disebarkan melalui media sosial harus memperhatikan kebenaran, kredibilitas, dan konteks ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin. Selain itu, kiai dan santri memiliki peran penting dalam menjaga kearifan lokal masyarakat melalui kegiatan literasi digital dan pembelaan siber. Melalui literasi digital, mereka dapat meningkatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial yang tepat dalam menyebarkan pesan-pesan Islam. Selain itu, mereka juga dapat berperan dalam mengatasi konten-konten negatif atau kontroversial yang dapat merusak citra dan pemahaman ajaran Islam. Dengan demikian, melalui kolaborasi antara kiai, santri, dan pengguna media sosial yang bijak, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat memberikan manfaat yang positif dalam menyebarkan ajaran Islam di era digital ini.

Tantangan dan Hambatan Pemanfaatan Sosial Media Dalam Dakwah

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki peran penting dalam menyebarkan ajaran agama Islam di era digital. Media sosial memungkinkan para da'i dan mubalig untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang cepat dan efektif. Namun, terdapat beberapa tantangan dan hambatan yang perlu dihadapi dalam pemanfaatan media sosial dalam dakwah.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah dihadapkan pada tantangan serius terkait penyebaran informasi yang menyimpang dari ketentuan hukum, adat, dan agama (Uddin & Muhid, 2021). Fenomena seperti anak muda yang dengan bebas memposting foto bergandengan tangan dengan pasangan yang bukan mahramnya dan menyebarkan informasi yang bertentangan dengan ajaran agama menjadi contoh nyata dari tantangan tersebut. Dalam era digital ini, di mana akses informasi sangat mudah dan kebebasan berekspresi menjadi kunci, penting bagi para dai dan mubalig untuk menghadapi tantangan ini dengan bijaksana dan penuh tanggung jawab. Mereka perlu melakukan pendekatan yang baik dalam menyampaikan pesan dakwah, dengan mengedepankan nilai-nilai keagamaan yang benar, mengingatkan akan batasan-batasan yang ada dalam agama, dan memberikan pemahaman yang tepat terkait konsekuensi dari tindakan yang menyimpang. Selain itu, penting juga bagi para dai dan mubalig untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait etika penggunaan media sosial dan tata cara berperilaku yang sesuai dengan ajaran agama. Dengan menghadapi tantangan ini secara proaktif, para dai dan mubalig dapat memperkuat efektivitas dakwah mereka di era digital dan menjaga integritas ajaran agama dalam lingkungan yang semakin kompleks dan terbuka ini.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah tidak hanya dihadapkan pada tantangan penyebaran informasi yang menyimpang, tetapi juga menghadapi hambatan lainnya, yaitu kurangnya pemahaman tentang etika bermedia sosial dan kurangnya literasi digital (B, 2020). Banyak pengguna media sosial yang belum memahami dengan baik tentang bagaimana berinteraksi dan menyebarkan informasi dengan benar dan sesuai dengan nilai-nilai agama. Kurangnya pemahaman etika bermedia sosial dapat mengakibatkan penyebaran informasi yang tidak akurat, fitnah, atau bahkan penyebaran konten yang bertentangan dengan ajaran agama. Selain itu, kurangnya literasi digital juga menjadi hambatan dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif di media sosial. Banyak individu atau lembaga dakwah yang

belum memiliki kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan fitur-fitur media sosial dan memahami *algoritma* yang digunakan untuk memperluas jangkauan pesan dakwah. Oleh karena itu, penting bagi para da'i dan mubalig untuk terus mengembangkan pemahaman dan literasi digital mereka, serta melakukan upaya edukasi kepada masyarakat mengenai etika bermedia sosial dan pemanfaatan media sosial secara benar dalam rangka menyebarkan dakwah yang akurat dan sesuai dengan ajaran agama.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah tidak hanya menghadapi tantangan dan hambatan, tetapi juga memiliki potensi yang besar. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai alternatif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang efektif dalam mengimbangi perkembangan zaman (Suriyanto, 2020). Dengan memanfaatkan media sosial, para da'i dan mubalig dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan pesan dakwah mereka. Selain itu, media sosial juga memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang usaha dakwah.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas pemanfaatan media sosial dalam dakwah, perlu dilakukan pendekatan yang tepat dan strategi yang efektif. Salah satu contohnya adalah pendekatan seni dalam dakwah, seperti yang dilakukan oleh Sunan Kalijaga dalam menggunakan tembang Lir-ilir (Nugraha & Ayundasari, 2021). Tembang ini bukan hanya sebagai bentuk hiburan, tetapi juga mengandung makna filosofis dan nilai-nilai agama yang dapat disampaikan kepada masyarakat dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Selain itu, dalam era digital saat ini, implementasi teknologi cloud computing juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan efektivitas media dakwah. Dengan memanfaatkan teknologi ini, organisasi kemasyarakatan dapat mengunggah dan menyimpan konten dakwah mereka secara aman dan terpusat di awan (cloud), sehingga memudahkan aksesibilitas dan distribusi pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas (Hendradi, 2019). Dengan pendekatan seni dan pemanfaatan teknologi yang tepat, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat menjadi lebih efektif dan dapat mencapai tujuannya dalam menyampaikan pesan agama kepada masyarakat dengan cara yang lebih inovatif dan relevan.

Dalam pemanfaatan media sosial dalam dakwah, terdapat tantangan dan hambatan yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangannya adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau tidak sesuai dengan ajaran agama, yang dapat merusak citra agama Islam. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang etika bermedia sosial dan kurangnya literasi digital juga dapat menyebabkan penyebaran informasi yang tidak akurat. Namun, dengan pendekatan yang tepat dan strategi yang efektif, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan dakwah. Penting untuk melakukan pendekatan yang bijak dan bertanggung jawab dalam pemanfaatan media sosial dalam dakwah, seperti memastikan keakuratan informasi yang disebarkan, menghormati etika bermedia sosial, dan meningkatkan literasi digital masyarakat. Dengan demikian, dakwah melalui media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan menyebarkan pesan agama dengan cara yang lebih relevan dan inovatif.

Strategi dan Metode Efektif Pemanfaatan Sosial Media Dalam Dakwah

Dakwah merupakan tugas penting bagi setiap Muslim, dan di era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Ramadani, 2020). Dengan menggunakan media sosial, dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan lebih beragam. Untuk memanfaatkan media sosial dalam dakwah secara efektif, terdapat berbagai strategi dan metode yang dapat diterapkan. Dengan menggunakan pendekatan yang bijaksana dan memahami karakteristik audiens, da'i dapat menyusun konten yang relevan dan menarik bagi mereka. Selain itu, penggunaan gambar, video, dan fitur-fitur interaktif pada media sosial dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah dan memperluas jangkauannya. Konsistensi dalam menyebarkan konten dakwah juga sangat penting, agar audiens dapat terhubung secara terus-menerus dengan pesan dakwah yang disampaikan.

Dalam konteks pemanfaatan media sosial dalam dakwah, terdapat berbagai strategi dan metode yang dapat diterapkan dengan efektif. Salah satu contohnya adalah melalui akun Instagram @mau.benerbareng, yang menggunakan animasi audio-visual sebagai media dakwah (Subul & Abdurrazaq, 2022). Dengan menggabungkan elemen visual dan audio yang menarik, akun ini mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan memberikan pesan-pesan dakwah secara menarik dan informatif. Selain itu, media sosial YouTube juga memiliki potensi yang besar dalam berdakwah, seperti yang dilakukan oleh Ustadz Segaf Baharun. Melalui saluran YouTube-nya, Ustadz Segaf Baharun menyampaikan ceramah-ceramah yang edukatif dan inspiratif kepada audiensnya (Prastiyo & Hidayah, 2022). Kelebihan media sosial YouTube adalah kemampuannya dalam menyajikan konten video yang lebih panjang dan mendalam, sehingga memberikan ruang yang lebih luas untuk mengupas berbagai isu dan topik yang relevan dengan ajaran agama. Dengan memanfaatkan media sosial dengan strategi yang tepat dan memahami kebutuhan audiens, dakwah melalui media sosial dapat menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama di era digital ini.

Dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat dakwah, perlu diperhatikan faktor pendukung dan penghambat yang dapat mempengaruhi efektivitasnya. Faktor pendukung yang signifikan adalah kemudahan dalam mengoperasikan media sosial dan jumlah pengguna media sosial yang sangat besar, yang memberikan peluang yang luas untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dengan pesan-pesan dakwah (Faridah, Zulkarnain, Yusuf, & Asriadi, 2022). Keberadaan berbagai fitur dan teknologi dalam media sosial juga memberikan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan dakwah melalui berbagai format, seperti teks, gambar, audio, dan video. Namun, terdapat juga faktor penghambat yang perlu diperhatikan, seperti durasi waktu terbatas dalam video yang diunggah, yang membatasi kedalaman dan kompleksitas pesan yang dapat disampaikan. Selain itu, keterbatasan kuota internet menjadi kendala bagi pengguna media sosial yang tinggal di daerah dengan akses internet terbatas atau mahal. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan media sosial dalam dakwah, penting untuk mempertimbangkan dan mengatasi faktor-faktor tersebut agar pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif dan dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas di era digital ini.

Dalam melakukan dakwah melalui media sosial, penting untuk memperhatikan konten pesan dakwah yang disampaikan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial harus memiliki kekuatan persuasif yang dapat menarik perhatian dan mempengaruhi audiens (Hajar & Anshori, 2021). Konten dakwah yang disusun dengan baik akan mampu menginspirasi, memberikan pemahaman yang jelas, dan mengajak audiens untuk merenung dan mengubah perilaku mereka ke arah yang lebih baik. Selain itu, pesan dakwah juga harus mampu membangun karakter dan akhlak yang baik pada individu dan masyarakat. Konten yang mengangkat nilai-nilai kebaikan, cinta kasih, toleransi, dan keadilan akan memperkuat pesan dakwah dalam rangka menciptakan masyarakat yang lebih harmonis. Oleh karena itu, dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat dakwah, perlu diperhatikan konten pesan dakwah yang kuat, persuasif, dan mampu membangun karakter serta akhlak yang baik pada audiens di era digital ini.

Dalam memanfaatkan media sosial untuk dakwah, mampu menggunakan strategi yang kreatif dan efektif. Misalnya, dapat menggunakan desain grafis yang menarik dan eye-catching, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens, serta menempatkan konten dakwah pada posisi yang tepat agar mudah ditemukan. Selain itu, penting untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang persuasif dan mampu membangun karakter dan akhlak yang baik. Pesan dakwah yang disusun dengan baik akan mampu mempengaruhi dan menginspirasi audiens untuk berperilaku lebih baik. Namun, dalam memanfaatkan media sosial untuk dakwah, perlu juga memperhatikan faktor pendukung dan penghambat yang ada. Faktor pendukung seperti kemudahan penggunaan media sosial dan jumlah pengguna yang besar dapat menjadi peluang bagi penyebaran dakwah yang luas. Namun, faktor penghambat seperti durasi video yang terbatas dan keterbatasan kuota internet dapat menjadi kendala dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan media sosial untuk dakwah, perlu menjalankan strategi yang kreatif dan efektif serta memperhatikan faktor pendukung dan penghambat agar dakwah mampu tersampaikan dengan baik.

Sosial Pemanfaatan Sosial Media Dalam Dakwah

Pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, termasuk dalam usaha menyebarkan ajaran agama seperti dakwah agama Islam. Melalui media sosial, informasi dan pengetahuan agama dapat disebarluaskan dengan lebih mudah dan cepat kepada umat Islam di berbagai belahan dunia. Media sosial menyediakan platform yang luas dan dapat diakses oleh banyak orang, sehingga memungkinkan para da'i dan ulama untuk berbagi pemahaman agama yang bermanfaat. Melalui konten yang beragam seperti tulisan, gambar, audio, dan video, media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas wawasan dan pengetahuan agama.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah semakin berkembang dengan adanya aplikasi TikTok (Randani, Safrinal, Latuconsina, & Purwanto, 2021). Aplikasi ini telah menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh generasi milenial sebagai media dakwah. Para dai-dai muda menggunakan kreativitas mereka untuk menyampaikan pesan-pesan agama melalui video-video pendek yang menarik dan menghibur. Dalam penelitian yang dilakukan, terlihat bahwa kehadiran dai-dai muda di TikTok memberikan pengaruh positif dalam memperbaiki citra aplikasi ini. Sebagai contoh, dai-dai muda menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengingatkan umat akan nilai-nilai agama, memberikan nasihat-nasihat yang bermanfaat, serta menyampaikan pesan-pesan motivasi yang menginspirasi. Melalui konten-konten dakwah yang kreatif dan menghibur, mereka mampu menarik perhatian khalayak yang lebih luas dan mengubah persepsi negatif terhadap aplikasi ini. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah memberikan dampak positif dalam menyebarkan pesan agama kepada generasi milenial dan menciptakan perubahan yang lebih baik dalam konten yang dikonsumsi oleh pengguna aplikasi tersebut.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah tidak hanya terbatas pada aplikasi TikTok, tetapi juga melibatkan platform lain seperti Instagram. Akun-akun Instagram seperti @gusmiftah Habib @husain_haidar Ning @imaz_ telah menjadi inspirasi bagi banyak orang dalam menyebarkan pesan dakwah. Melalui akun-akun tersebut, beliau mengajarkan tentang aqidah, syariat Islam, toleransi umat beragama dan muamalah secara kreatif dan interaktif. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial dalam berdakwah juga dapat memiliki dampak negatif. Misalnya, adanya *influencer* yang menunjukkan sikap *toxic positivity*, di mana mereka terlalu fokus pada pemahaman yang hanya menyenangkan tanpa mempertimbangkan aspek kritis dan konteks yang lebih luas. Selain itu, terdapat juga *buzzer* yang menunjukkan sikap *toxic negativity*, yaitu menyebarkan pesan-pesan yang berorientasi pada kebencian, pemecah-belah, atau mengajak pada sikap radikal yang tidak sejalan dengan ajaran agama yang damai dan rahmatan lil 'alamin.

Oleh karena itu, dalam memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah, penting untuk tetap menjaga integritas dan memperhatikan konten yang disebarkan agar tetap sesuai dengan nilai-nilai agama yang sejuk dan mendorong kebaikan serta persatuan umat. Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan nilai publik terkait pengaruh dakwah di media sosial terhadap pandangan gaya hidup halal (Adinegoro, 2022). Melalui konten-konten dakwah yang disebarkan di platform media sosial, umat Muslim semakin sadar akan pentingnya memperhatikan aspek kehalalan dalam gaya hidup mereka. Pesan-pesan dakwah yang mengedukasi tentang pentingnya mengonsumsi makanan halal, menggunakan produk halal, dan menjalani gaya hidup halal secara keseluruhan menjadi semakin diperhatikan dan diaplikasikan oleh masyarakat. Dakwah mengenai kehalalan produk juga dapat memengaruhi pola konsumsi umat Muslim, dengan mereka lebih selektif dalam memilih produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip kehalalan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat menjadi sarana efektif untuk membentuk kesadaran dan mengubah pandangan masyarakat terhadap gaya hidup halal.

Dalam masa pandemi COVID-19, pemanfaatan media sosial seperti aplikasi Zoom dan Google Meet telah menjadi alternatif efektif dalam menjalankan kegiatan dakwah (Noviandi, Nisa, & Sari, 2021). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan untuk memutus rantai penyebaran virus telah membatasi kegiatan dakwah yang biasanya dilakukan secara konvensional, seperti ceramah di masjid atau pertemuan langsung dengan jamaah. Namun, dengan adanya aplikasi Zoom dan Google Meet, para dai dan ustadz dapat melanjutkan kegiatan dakwah melalui platform daring. Melalui aplikasi tersebut, mereka dapat menyampaikan ceramah, pengajian, serta memberikan bimbingan dan pembinaan kepada umat dengan tetap menjaga jarak fisik. Selain itu, dakwah melalui aplikasi Zoom dan Google Meet juga memungkinkan adanya interaksi langsung antara dai dan jamaah, di mana jamaah dapat bertanya dan berdiskusi mengenai berbagai masalah agama secara virtual. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dalam dakwah melalui aplikasi Zoom dan Google Meet telah membuktikan diri sebagai solusi yang efektif dan responsif dalam menjalankan kegiatan dakwah di tengah situasi pandemi yang membatasi kegiatan sosial secara fisik.

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki dampak yang kompleks, baik positif maupun negatif. Di satu sisi, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat memberikan pengetahuan agama yang bermanfaat bagi umat Islam. Melalui konten-konten dakwah yang disebarkan di media sosial, umat Muslim dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai aqidah, syariat Islam, dan muamalah. Selain itu, media sosial juga dapat membawa perubahan nilai publik mengenai pandangan terhadap gaya hidup halal. Melalui dakwah yang menyampaikan kehalalan suatu produk, umat Muslim menjadi lebih sadar akan pentingnya memperhatikan gaya hidup halal dan memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dalam dakwah juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti polarisasi dan konten yang kurang kredibel. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan media sosial dalam dakwah, perlu adanya pemahaman yang baik mengenai penggunaan yang bijak dan bertanggung jawab untuk mengoptimalkan dampak positifnya dan menghindari dampak negatifnya.

SIMPULAN

Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki peran yang penting dan potensi yang besar. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat tersebar dengan cepat dan efektif, mencapai audiens yang lebih luas. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Konten dakwah yang disebarkan harus memperhatikan kebenaran, kredibilitas, dan konteks ajaran Islam. Kolaborasi antara kiai, santri, dan pengguna media sosial yang bijak sangat diperlukan dalam memaksimalkan manfaat pemanfaatan media sosial dalam dakwah. Selain itu, terdapat tantangan dan hambatan, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan kurangnya pemahaman tentang etika bermedia sosial. Oleh karena itu, pendekatan yang bijak dan strategi yang efektif perlu diterapkan, termasuk memastikan keakuratan informasi, menghormati etika bermedia sosial, dan

meningkatkan literasi digital masyarakat. Pemanfaatan media sosial dalam dakwah juga memiliki dampak sosial yang kompleks, dengan manfaat seperti peningkatan pengetahuan agama dan perubahan nilai publik mengenai gaya hidup halal, namun juga dapat menghadirkan dampak negatif seperti polarisasi dan konten yang kurang kredibel. Oleh karena itu, pemahaman yang baik dan penggunaan yang bijak dan bertanggung jawab sangat penting dalam memanfaatkan media sosial dalam dakwah.

REFERENSI

- Adinegoro, K. R. R. (2022). Relasi Media Sosial Dan Pasar Dalam Perubahan Nilai Publik Mengenai Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Terhadap Pandangan Gaya Hidup Halal. *Halal Research Journal*.
- Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (Jrk)*, 3(1), 34–44.
- B, M. A. (2020). *Dakwah Dalam Media Sosial Dan Permasalahan Sosial Di Masa Pandemi Memicu Budaya Dan Edukasi Masyarakat Saat Ini*.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial. *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 236–246.
- Faridah, F., Zulkarnain, Z., Yusuf, M. S., & Asriadi, A. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial. *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*.
- Hajar, S., & Anshori, M. S. (2021). *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran Komunikasi Dakwah Di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *Iq (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*.
- Hendrardi, N. A. P. P. (2019). *Implementasi Roadmap For Cloud Computing Adoption (Rocca) Untuk Media Dakwah Pada Organisasi Muhammadiyah*.
- Noviandi, N., Nisa, P. C., & Sari, L. P. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Zoom Dan Google Meet Sebagai Media Dakwah Pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Nugraha, Y. B., & Ayundasari, L. (2021). Sunan Kalijaga Dan Strategi Dakwah Melalui Tembang Lir-Ilir. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu- Ilmu Sosial*.
- Nurlina. (2020). *Berdakwah Di Media Sosial Sebagai Sarana Penyebar Dakwah Di Era Digital*.
- Prastiyo, R. E., & Hidayah, L. F. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun @Nugarislucu Pada Media Sosial Twitter Dengan Studi Kasus Tanggal 01 Maret 2020 - 01 April 2020. *Busyro : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*.
- Ramadani, R. (2020). *Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z*.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*.
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan*, 13(2), 299535.
- Romadani, A., & Fikry, Y. (2021). *Peran Media Sosial Dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline_Id)*.
- Salsabila, F., & Muslim, I. F. (2022). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Literasi Digital Untuk Dakwah Di Kalangan Mahasiswa. *Intelektium*.
- Sihabuddin, M. A. (2022). Pesan Dakwah Di Era Digital Dalam Perspektif Ummatan Wasathon. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (Jkpi)*.
- Silvia, M. (2019). *Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial: Studi Kasus Pada Akun Instagram @Pejuang.Mahar*.
- Subul, F., & Abdurrazaq, M. N. K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Pada Akun Instagram @Mau.Benerbareng Sebagai Media Dakwah Terhadap perubahan Sikap Followers. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 173–190.
- Surianto, S. (2020). *Dakwah Bershalawat Melalui Media Sosial Perspektif Hadis (Studi Kasus Prank Shalawat Di Chanel Youtube Gus Aldi)*.
- Uddin, S., & Muhid, A. (2021). *Efektivitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review*.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339–356.