

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM AKTIVITAS DAKWAH

Ely Suwaibatul Aslamiah¹, Maratus Zakiatul Ilmiyah²

¹²Institut Agama Islam Uluwiyah Mojokerto,

¹ely@lecturer.uluwiyah.ac.id

Abstract:

Digitalization has brought significant changes in various aspects of life, including the spread of religious values. Social media has become one of the main tools in modern da'wah which allows the dissemination of messages widely, quickly and interactively. This article discusses the role of social media in digitizing da'wah, the da'wah methods used, the positive and negative impacts, and the challenges faced. Using a qualitative approach, this research explores how social media is an effective medium in reaching various levels of society for religious purposes.

Keywords: role, social media, da'wah methods

Abstrak:

Digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan. Media sosial menjadi salah satu alat utama dalam dakwah modern yang memungkinkan penyebaran pesan secara luas, cepat, dan interaktif. Artikel ini membahas peran media sosial dalam digitalisasi dakwah, metode dakwah yang digunakan, dampak positif dan negatifnya, serta tantangan yang dihadapi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media sosial menjadi medium yang efektif dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat untuk tujuan keagamaan.

Kata Kunci: peran, media sosial, metode dakwah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah. Media sosial sebagai salah satu produk utama dari era digital, kini menjadi alat komunikasi yang sangat populer dan memiliki peran strategis dalam menyebarkan informasi, termasuk pesan-pesan keagamaan. Platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok memungkinkan para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis.¹ Hal ini memberikan peluang besar bagi aktivitas dakwah untuk terus relevan dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Dakwah, yang secara tradisional dilakukan melalui ceramah langsung di masjid atau forum keagamaan, kini mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya media sosial. Dakwah yang sebelumnya terbatas pada ruang fisik, kini dapat diakses secara virtual melalui berbagai konten digital. Penelitian oleh Ahmad² menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam meningkatkan aksesibilitas informasi agama, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi. Dalam konteks ini, media sosial menjadi medium yang tidak hanya efektif tetapi juga efisien dalam mendistribusikan nilai-nilai keagamaan.

Keunggulan media sosial sebagai platform dakwah terletak pada sifatnya yang interaktif. Dai atau ustaz dapat langsung berkomunikasi dengan audiens melalui komentar, siaran langsung, atau fitur pesan pribadi. Selain itu, media sosial memungkinkan audiens untuk berbagi konten dakwah kepada jaringan mereka, sehingga pesan yang disampaikan memiliki potensi viral dan dapat menjangkau lebih banyak orang. Dengan sifatnya yang interaktif dan kolaboratif, media sosial mampu menciptakan komunitas digital yang mendukung penyebaran dakwah secara masif.

Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga memiliki tantangan yang tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah risiko penyalahgunaan platform untuk menyebarkan informasi yang tidak akurat atau bahkan ekstremisme.

¹ We Are Social. (2023). Digital 2023: Indonesia. Retrieved from wearesocial.com.

² Ahmad, M. (2021). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(3), 210-225

Beberapa individu atau kelompok mungkin memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan interpretasi agama yang menyimpang, yang pada akhirnya dapat menimbulkan konflik atau kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memastikan bahwa konten yang mereka sampaikan melalui media sosial sesuai dengan ajaran agama yang benar dan didasarkan pada literatur yang kredibel³.

Selain itu, persaingan dengan konten non-religius juga menjadi tantangan besar bagi dakwah di media sosial. Platform seperti Instagram dan TikTok dipenuhi dengan berbagai jenis konten hiburan yang dapat dengan mudah menarik perhatian pengguna. Dalam situasi ini, dai perlu mengadopsi pendekatan kreatif untuk menyampaikan pesan dakwah yang relevan dan menarik. Misalnya, memanfaatkan video singkat, infografis, atau kutipan inspiratif yang dikemas secara menarik agar dapat bersaing dengan konten lain di platform tersebut.

Dengan segala peluang dan tantangan yang ada, media sosial telah membuka babak baru dalam aktivitas dakwah. Tidak hanya sebagai alat penyebaran pesan agama, media sosial juga menjadi ruang dialog dan interaksi yang dinamis antara dai dan audiens. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang peran media sosial dalam dakwah menjadi penting untuk memahami bagaimana platform ini dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung misi dakwah yang inklusif, relevan, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui kajian literatur, analisis konten media sosial, dan wawancara mendalam dengan lima ustaz yang aktif berdakwah melalui media sosial. Platform yang dianalisis meliputi YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Penelitian ini juga mengamati interaksi audiens terhadap konten dakwah, seperti jumlah suka, komentar, dan bagikan (*share*). Langkah-langkah penelitian meliputi: a) Pengumpulan Data: Mengumpulkan data primer dari wawancara dan data sekunder dari analisis

³ Hidayat, A. (2020). "Digitalisasi Dakwah: Studi Kasus Dai di Media Sosial." *Jurnal Dakwah Digital*, 5(1), 45-67.

konten. b) Analisis Data: Menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama terkait digitalisasi dakwah. c) Validasi Data: Melakukan triangulasi untuk memastikan keakuratan data.

PEMBAHASAN

A. Peran Media Sosial Dalam Berdakwah

Media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam menyampaikan dakwah di era digital. Platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan dai atau ustaz untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi geografis tertentu. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat strategis untuk mendistribusikan pesan keagamaan secara efektif. Sebagai contoh, video ceramah yang diunggah di YouTube dapat ditonton oleh jutaan orang di berbagai belahan dunia tanpa batas waktu. Hal ini menciptakan ruang baru bagi dakwah untuk berkembang melampaui metode tradisional seperti ceramah langsung di masjid atau pertemuan keagamaan.

Interaktivitas yang ditawarkan media sosial menjadi salah satu keunggulan utama dalam dakwah. Dai dapat langsung berinteraksi dengan audiens melalui sesi tanya jawab, komentar, atau siaran langsung. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan kedekatan antara dai dan jamaah tetapi juga memberikan ruang untuk klarifikasi atau diskusi terkait isu-isu keagamaan yang sedang berkembang. Penelitian oleh Ahmad⁴ menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan aksesibilitas informasi agama, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga memiliki tantangan. Salah satunya adalah risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau tidak sesuai dengan ajaran agama. Dalam beberapa kasus, terdapat individu atau kelompok yang menyalahgunakan platform ini untuk menyebarkan interpretasi agama yang keliru atau provokatif. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memastikan validitas konten yang disampaikan. Selain itu, etika dalam

⁴ Ahmad, M. (2021). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(3), 210-225

penyampaian pesan dakwah di media sosial juga harus diperhatikan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.

Selain tantangan, media sosial juga mendorong inovasi dalam metode dakwah. Konten dakwah kini dikemas lebih kreatif untuk menarik perhatian audiens, seperti dalam bentuk video pendek, infografis, atau kutipan inspiratif. Misalnya, di TikTok, dai sering memanfaatkan format video singkat untuk menyampaikan pesan-pesan agama yang mudah dipahami oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya beradaptasi dengan perkembangan teknologi tetapi juga dengan preferensi audiens yang terus berubah⁵.

Media sosial memiliki peran penting dalam mengubah cara dakwah dilakukan di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pesan keagamaan dapat disampaikan secara lebih luas, cepat, dan efektif. Namun, keberhasilan dakwah di media sosial sangat bergantung pada kemampuan dai untuk menyampaikan pesan yang valid, relevan, dan etis. Dalam jangka panjang, media sosial berpotensi menjadi alat utama dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan yang inklusif dan positif.

B. Metode Dakwah Melalui Media Sosial

Media sosial telah menjadi alat strategis dalam menyampaikan dakwah di era digital. Berbeda dengan dakwah konvensional yang lebih banyak mengandalkan interaksi langsung, media sosial memungkinkan dai untuk menggunakan berbagai metode kreatif yang sesuai dengan karakteristik platform digital. Metode ini bertujuan tidak hanya untuk menyampaikan pesan agama tetapi juga untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara lebih luas dan inklusif. Hal ini memberikan peluang bagi para dai untuk menyesuaikan gaya dakwah mereka dengan kebutuhan dan preferensi audiens modern.

Salah satu metode yang paling populer adalah penggunaan konten video pendek. Platform seperti TikTok dan Instagram Reels menjadi media yang efektif

⁵ Latifah, N. (2022). "Strategi Dai dalam Berdakwah di Era Digital." *Jurnal Islam dan Teknologi*, 7(2), 150-170.

untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam durasi singkat. Video berdurasi 15-60 detik dapat mencakup kutipan hadis, doa harian, atau motivasi islami yang mudah dipahami dan menarik perhatian generasi muda. Menurut Latifah⁶, metode ini sangat efektif karena audiens cenderung lebih tertarik pada konten yang padat, visual, dan mudah dicerna. Selain itu, fitur algoritma platform seperti TikTok dapat meningkatkan visibilitas konten dakwah kepada audiens yang lebih luas.

Metode lain yang banyak digunakan adalah siaran langsung melalui Facebook Live, YouTube Live, atau Instagram Live. Metode ini memungkinkan dai untuk berinteraksi langsung dengan audiens dalam waktu nyata, misalnya menjawab pertanyaan atau berdiskusi tentang topik tertentu. Siaran langsung ini juga memberikan kesan personal dan mendalam, mirip dengan ceramah tatap muka, namun dengan jangkauan yang jauh lebih luas. Penelitian oleh Ahmad menunjukkan bahwa siaran langsung memiliki keunggulan dalam menciptakan kedekatan antara dai dan audiens, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan audiens.

Selain video, infografis juga menjadi metode yang efektif untuk berdakwah di media sosial. Infografis memungkinkan penyampaian informasi agama secara visual, ringkas, dan menarik. Misalnya, seorang dai dapat membuat infografis tentang tata cara salat, manfaat berpuasa, atau kandungan makna ayat Al-Qur'an. Infografis ini biasanya disebar di platform seperti Instagram dan Pinterest, yang sangat mendukung konten berbasis visual. Dengan desain yang menarik, audiens lebih mudah memahami dan mengingat pesan yang disampaikan.

Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga memerlukan pendekatan strategis dan terencana. Para dai perlu memahami algoritma setiap platform, seperti waktu terbaik untuk mengunggah konten, jenis konten yang disukai audiens, dan cara meningkatkan interaksi. Selain itu, penting untuk memanfaatkan fitur-fitur seperti tagar (*hashtag*), kolaborasi dengan influencer,

⁶ Latifah, N. (2022). "Strategi Dai dalam Berdakwah di Era Digital." *Jurnal Islam dan Teknologi*, 7(2), 150-170

dan promosi berbayar untuk meningkatkan jangkauan konten dakwah. Dengan pendekatan ini, pesan keagamaan dapat lebih mudah ditemukan dan diterima oleh audiens.

Metode dakwah melalui media sosial mencakup berbagai pendekatan kreatif seperti video pendek, siaran langsung, infografis, dan strategi digital. Metode ini tidak hanya membuat pesan agama lebih relevan bagi audiens modern tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaian dakwah di era digital. Namun, dai juga perlu mempertimbangkan tantangan seperti persaingan konten, misinformasi, dan etika dalam menyampaikan pesan. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat utama dalam menyebarkan nilai-nilai agama secara luas dan mendalam.

PENUTUP

Digitalisasi dakwah melalui media sosial memberikan peluang besar untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan secara luas dan efektif. Namun, para dai perlu berhati-hati dalam menyampaikan pesan agar tetap relevan, akurat, dan tidak menimbulkan kontroversi. Tantangan dalam bentuk misinformasi, etika, dan kompetisi konten perlu diatasi melalui pendekatan strategis dan inovatif.

Penelitian ini menyarankan agar para dai memanfaatkan media sosial secara bijak dengan tetap mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan dan kebutuhan audiens. Pelatihan bagi dai dalam penggunaan media sosial juga menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2021). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(3), 210-225.
- Fauzan, I. (2022). "Dakwah di Era Digital: Studi pada Konten TikTok Ustaz Millennial." *Jurnal Dakwah Modern*, 10(2), 200-215.
- Hidayat, A. (2020). "Digitalisasi Dakwah: Studi Kasus Dai di Media Sosial." *Jurnal Dakwah Digital*, 5(1), 45-67.
- Kurniawati, D. (2020). "Pemanfaatan Instagram untuk Dakwah Kreatif: Studi Kasus Dai Muda." *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 70-85.
- Latifah, N. (2022). "Strategi Dai dalam Berdakwah di Era Digital." *Jurnal Islam dan Teknologi*, 7(2), 150-170.
- Rahman, H. (2020). "Peran Dai dalam Menghadapi Tantangan Dakwah di Era Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 55-70.
- Setiawan, M. (2021). "Media Sosial sebagai Alat Transformasi Dakwah Islam." *Jurnal Islam dan Teknologi Informasi*, 3(2), 112-129.
- We Are Social. (2023). Digital 2023: Indonesia. Retrieved from wearesocial.com
- Yusuf, A., & Nur, S. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Digital." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 8(4), 305-320.