

Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital

Mukhlissal Hasbi[✉], Sucitra², Aris Fadillah³

✉ SD Negeri 020 Rambah Samo

² SD Negeri 024 Labuhan Tangga Besar

³ SD Negeri 03 Dosan kec. Pusako

Corresponding Author: Mukhlissal Hasbi, E-Mail: bang.hasbi12@gmail.com

received: June 19, 2024 And Accepted For Publication: September 10, 2024

Published: September 27, 2024

ABSTRAK

Era digital telah mengubah cara dakwah disampaikan, dengan media sosial menjadi sarana utama dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter memungkinkan dakwah disampaikan secara kreatif dan interaktif melalui berbagai format seperti video, infografis, dan tulisan. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara dai dan jamaah, serta penyebaran nilai-nilai Islam secara lebih efektif. Namun, dakwah di media sosial menghadapi tantangan seperti misinformasi, konten yang kurang terverifikasi, kritik, serta komersialisasi dakwah. Meskipun demikian, media sosial tetap memberikan peluang besar dalam meningkatkan kualitas dakwah, memperluas jangkauan pesan, serta meningkatkan kesadaran keislaman di masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan strategi yang tepat agar tetap memberikan manfaat yang optimal bagi umat.

Kata Kunci: Media Sosial, Dakwah, Tantangan, Peluang, Era Digital

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 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. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dakwah. Dengan kemajuan teknologi, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau majelis ilmu, tetapi juga dapat disampaikan melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter (Nadila Putri Saharani et al., 2022). Media sosial memberikan peluang bagi para dai untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih modern dan menarik.

Media sosial memungkinkan pesan dakwah mencapai masyarakat di berbagai belahan dunia tanpa batasan geografis. Dengan sekali unggahan, seorang dai dapat menjangkau jutaan orang, baik mereka yang tinggal di kota-kota besar maupun di daerah terpencil. Hal ini tentu menjadi keunggulan

utama dibandingkan dengan metode dakwah konvensional yang terbatas pada ruang dan waktu tertentu (Tarbiyah et al., 2016).

Selain itu, media sosial memungkinkan dakwah disampaikan dalam bentuk yang lebih kreatif dan interaktif (Parhan et al., 2021). Berbeda dengan ceramah tradisional, dakwah di media sosial dapat dikemas dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, atau artikel yang menarik. Penyajian yang lebih dinamis ini membantu audiens memahami pesan yang disampaikan dengan lebih mudah dan menyenangkan.

Interaksi antara dai dan audiens juga menjadi lebih mudah berkat media sosial. Melalui fitur komentar, diskusi daring, dan sesi tanya jawab langsung, jamaah dapat berkomunikasi secara langsung dengan dai. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan antara dai dan audiens, tetapi juga memungkinkan terjadinya klarifikasi jika ada kesalahpahaman dalam pemahaman ajaran Islam (Agama & Kecenderungan, 2022).

Keunggulan lain dari dakwah di media sosial adalah kemampuannya untuk menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens. Dengan adanya fitur analisis data pada platform media sosial, dai dapat mengetahui minat dan preferensi audiens mereka (Fajrussalam et al., 2022). Dengan demikian, materi dakwah dapat disusun agar lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Meskipun memiliki banyak manfaat, dakwah melalui media sosial juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran misinformasi dan hoaks (Parhan et al., 2021). Tidak semua informasi yang beredar di media sosial dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga ada risiko munculnya pemahaman yang keliru dalam masyarakat.

Selain itu, banyaknya dai yang muncul di media sosial tidak selalu menjamin kebenaran dan kedalaman ilmu yang mereka sampaikan. Beberapa dai mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang kuat, sehingga ada kemungkinan mereka menyampaikan informasi yang kurang terverifikasi atau bahkan menyesatkan (Wahid et al., 2021).

Dai yang aktif di media sosial juga sering menghadapi kritik dan hujatan dari berbagai pihak. Tidak semua orang sepakat dengan pandangan yang disampaikan, sehingga sering kali muncul perdebatan yang tajam. Dalam beberapa kasus, kritik tersebut bahkan dapat berujung pada ancaman atau serangan personal terhadap dai yang bersangkutan (Alamin & Missouri, 2023).

Komersialisasi dakwah juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Beberapa dai lebih berfokus pada popularitas dan keuntungan finansial dibandingkan dengan esensi dakwah itu sendiri. Akibatnya, dakwah bisa kehilangan makna aslinya dan lebih condong ke arah bisnis atau hiburan semata (Jasri et al., 2022).

Namun, terlepas dari tantangan yang ada, media sosial tetap memberikan banyak peluang bagi perkembangan dakwah di era digital (Zaim, 2020). Salah satu peluang utama adalah kemudahan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Dengan akses yang luas dan cepat, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi keagamaan yang benar dan bermanfaat.

Dai juga dapat meningkatkan kualitas penyampaian dakwah dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaan visual yang menarik, animasi, dan presentasi yang terstruktur dapat membantu audiens memahami materi dakwah dengan lebih baik. Hal ini membuat dakwah menjadi lebih efektif dan berdaya guna (Hamdi & Musthofa, 2021).

Selain itu, media sosial memungkinkan adanya kolaborasi antar dai. Dengan bekerja sama, para dai dapat menghadirkan konten dakwah yang lebih bervariasi dan menarik, serta menjangkau lebih banyak orang (Amirudin & Hibri, 2024). Kolaborasi ini juga bisa menjadi sarana untuk saling mengoreksi dan memperbaiki pemahaman agama yang disampaikan kepada masyarakat.

Terakhir, media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran keislaman di kalangan masyarakat (Mustaniruddin et al., 2021). Dengan banyaknya konten Islami yang tersedia, masyarakat menjadi lebih mudah mengakses dan mempelajari ajaran Islam. Hal ini dapat membantu mereka menjalani kehidupan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam dan memperkuat hubungan mereka dengan agama.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis peran media sosial dalam dakwah, serta tantangan dan peluang yang dihadapi di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai fenomena dakwah digital, bukan sekadar pengukuran kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan pola penyebaran dakwah di media sosial, strategi yang digunakan para dai, serta respons audiens terhadap konten dakwah yang tersebar di berbagai platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan observasi terhadap konten dakwah di media sosial. Studi pustaka mencakup analisis berbagai jurnal ilmiah, artikel, dan buku yang membahas dakwah digital serta peran media sosial dalam penyebaran ajaran Islam. Sementara itu, observasi dilakukan dengan mengamati berbagai konten dakwah yang diunggah oleh dai di platform media sosial. Observasi ini mencakup analisis jenis konten yang digunakan (video, infografis, podcast, atau tulisan), gaya komunikasi yang dipakai, serta keterlibatan audiens melalui komentar, like, dan share.

Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi pola dan tren dalam penyampaian dakwah di media sosial serta mengevaluasi dampaknya terhadap audiens. Data yang diperoleh dari studi pustaka dan observasi dikaji secara mendalam untuk menemukan tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital, seperti misinformasi, kritik, dan komersialisasi dakwah. Selain itu, penelitian ini juga menelaah peluang yang ditawarkan media sosial dalam meningkatkan efektivitas dakwah, seperti penyebaran nilai-nilai Islam yang lebih luas, peningkatan kualitas penyampaian, serta kolaborasi antar dai. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menyusun rekomendasi mengenai strategi dakwah yang lebih efektif di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Dai tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu dalam menyampaikan ajaran Islam, karena platform digital memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan hanya menggunakan perangkat elektronik dan koneksi internet, pesan dakwah dapat disampaikan kepada jutaan orang di berbagai belahan dunia. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi dakwah, terutama dalam memperkenalkan ajaran Islam kepada mereka yang mungkin tidak memiliki akses langsung ke lembaga keagamaan atau majelis ilmu.

Selain cakupan yang luas, media sosial juga memungkinkan penyampaian dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Berbeda dengan metode tradisional yang biasanya berbentuk ceramah lisan, dakwah digital dapat dikemas dalam berbagai format seperti video, infografis, podcast, dan tulisan interaktif. Video pendek dengan visual menarik dan infografis yang informatif dapat membantu menjelaskan konsep Islam dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Hal ini sangat penting dalam menarik perhatian generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten berbasis digital.

Interaksi yang lebih langsung antara dai dan jamaah juga menjadi salah satu keunggulan dakwah di media sosial. Melalui fitur seperti kolom komentar, pesan langsung, dan sesi tanya jawab daring, jamaah dapat berkomunikasi langsung dengan dai untuk mendapatkan klarifikasi atau berdiskusi tentang ajaran Islam. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah tetapi juga membangun kedekatan antara dai dan audiens. Respons cepat terhadap pertanyaan dan permasalahan yang dihadapi jamaah membuat dakwah menjadi lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Tantangan dalam Dakwah Digital. Meskipun memiliki banyak manfaat, dakwah melalui media sosial juga menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan terbesar adalah penyebaran misinformasi dan hoaks yang dapat menyesatkan masyarakat. Dengan mudahnya seseorang membagikan informasi di media sosial, konten yang tidak terverifikasi sering kali menyebar luas tanpa adanya filter yang ketat. Hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam dan merusak citra dakwah. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memastikan bahwa setiap konten yang disebar memiliki landasan yang kuat dan sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya.

Selain misinformasi, munculnya dai dengan latar belakang keilmuan yang kurang mendalam juga menjadi tantangan dalam dakwah digital. Tidak semua orang yang menyampaikan dakwah di media sosial memiliki pemahaman yang kuat tentang Islam, sehingga ada risiko penyampaian informasi yang kurang akurat atau bahkan bertentangan dengan prinsip Islam. Fenomena ini dapat menyebabkan penyimpangan dalam pemahaman masyarakat mengenai ajaran Islam. Oleh karena itu,

penting bagi dai untuk terus meningkatkan kapasitas keilmuan mereka serta menyampaikan dakwah berdasarkan sumber yang kredibel.

Kritik dan serangan dari pihak yang tidak sepakat dengan pesan yang disampaikan juga menjadi tantangan tersendiri dalam dakwah digital. Dai yang aktif di media sosial sering kali menghadapi hujatan atau bahkan ancaman dari kelompok yang memiliki pandangan berbeda. Hal ini dapat menghambat penyebaran dakwah dan menurunkan semangat dai dalam menyampaikan ajaran Islam. Oleh karena itu, dai perlu memiliki strategi komunikasi yang baik untuk menghadapi kritik secara bijak tanpa memperkeruh suasana atau memicu konflik yang lebih besar.

Komersialisasi dakwah juga menjadi permasalahan yang cukup serius di era digital. Beberapa dai lebih berfokus pada popularitas dan keuntungan finansial dibandingkan dengan substansi dakwah itu sendiri. Fenomena ini dapat menyebabkan pergeseran tujuan dakwah dari menyebarkan kebaikan menjadi sekadar mencari keuntungan pribadi. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap dakwah di media sosial dan menurunkan kredibilitas para dai. Oleh karena itu, penting bagi dai untuk tetap menjaga niat yang tulus dalam berdakwah dan tidak terjebak dalam kepentingan komersial semata.

Peluang Dakwah di Era Digital. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, dakwah melalui media sosial tetap memberikan banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas penyebaran ajaran Islam. Salah satu peluang terbesar adalah kemudahan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam ke seluruh dunia. Dengan akses yang luas terhadap platform digital, informasi keislaman dapat dengan cepat menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang. Hal ini membuka kesempatan bagi orang-orang yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap dakwah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang Islam.

Selain itu, teknologi juga memungkinkan peningkatan kualitas dakwah melalui penyampaian yang lebih menarik dan terstruktur. Dengan adanya berbagai aplikasi desain grafis dan penyuntingan video, dai dapat membuat konten yang lebih profesional dan mudah dipahami. Hal ini tidak hanya membuat dakwah lebih efektif tetapi juga meningkatkan minat masyarakat dalam mempelajari ajaran Islam. Penyampaian yang kreatif dan inovatif dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif.

Kolaborasi antar dai di media sosial juga menjadi peluang besar dalam dakwah digital. Dengan bekerja sama, para dai dapat saling mendukung dan memperkaya materi dakwah yang mereka sampaikan. Kolaborasi ini dapat berupa diskusi bersama, pengadaan kajian daring, atau produksi konten bersama yang membahas berbagai aspek Islam dari perspektif yang lebih luas. Dengan adanya kolaborasi, pesan dakwah dapat menjadi lebih beragam dan menjangkau lebih banyak orang dengan pendekatan yang berbeda-beda.

Agar dakwah di media sosial dapat memberikan manfaat yang optimal, diperlukan strategi yang tepat dalam pemanfaatannya. Dai harus mampu menyesuaikan konten dengan kebutuhan

audiens serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan selalu berdasarkan sumber yang terpercaya. Selain itu, penggunaan teknologi secara bijak dapat membantu meningkatkan efektivitas dakwah serta mengatasi tantangan yang ada. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana yang sangat bermanfaat dalam menyebarkan ajaran Islam dan membangun masyarakat yang lebih sadar akan nilai-nilai keislaman.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Berbagai platform memungkinkan dakwah dilakukan secara kreatif, interaktif, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, tantangan seperti misinformasi, kritik, dan komersialisasi dakwah harus diatasi dengan strategi yang tepat. Dengan pemanfaatan yang bijak dan berbasis ilmu yang benar, media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran keislaman di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, D., & Kecenderungan, S. (2022). *Abdul Wahid Maktub President University Lecturer*.
- Alamin, Z., & Missouri, R. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(1), 84–91. <https://doi.org/10.52266/tajdid.v7i1.1769>
- Amirudin, N., & Hibri, H. (2024). Analisis Pendidikan Agama Islam Dalam Lirik Lagu Rhoma Irama Keramat. *Tamaddun*, 25(1), 020. <https://doi.org/10.30587/tamaddun.v25i1.7332>
- Fajrussalam, H., Dwiyaniti, I., Salsabila, N. F., Aprillionita, R., & Auliakhasanah, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Islam dalam Kemajuan Perkembangan Teknologi. *As-Sabiqun*, 4(1), 102–114. <https://doi.org/10.36088/assabiqun.v4i1.1686>
- Hamdi, S., & Musthofa, K. (2021). Menghadirkan Konsep Hifz Al-Irdi dalam Bermedia Sosial: Upaya Menyikapi Asusila Abu-Abu di Youtube. *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(02), 141–162. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v1i02.129>
- Heriyanto, M., Safri, I., Fauzi, M. Y., Riau, U., Baru, S., District, T., City, P., Riau, U. I., Tiga, S., District, B. R., City, P., Tinggi, S., Islam, A., Falah, N., Molek, A., Gajah, B., District, S. T., & Regency, I. H. (2023). *Indonesian Journal of Social Sciences, Policy and Politics*. 1(1), 117–122.
- Jasri, J., Haswan, F., Al-Hafiz, N. W., Siregar, M. H., Aprizal, A., Nopriandi, H., Harianja, H., Syam, E., Erlinda, E., Chairani, S., & Nazli, R. (2022). Teknologi Dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perspektif Islam. *BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 128–132. https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v2i1.2452
- Mustaniruddin, A., Afriyadi, H., & Abu Bakar, J. (2021). Indikator Terciptanya Masyarakat Madani Perspektif Al-Qur'an. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 19(2), 164–187. <https://doi.org/10.30631/tjd.v19i2.127>
- Nadila Putri Saharani, Julia Indah Islami, Ella Nurul Fauzi, Citra Dewi Lestari, Amanda Maharani, &

- Yayat Suharyat. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat*, 1(2), 116–125. <https://doi.org/10.55606/jurrafi.v1i2.514>
- Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Bekomunikas. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 59–80. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12887>
- Romlah, S., & Rusdi, R. (2023). Pendidikan Agama Islam Sebagai Pilar Pembentukan Moral Dan Etika. *Al-Ibrah : Jurnal Pendidikan Dan Keilmuan Islam*, 8(1), 67–85. <https://doi.org/10.61815/alibrah.v8i1.249>
- Tarbiyah, F., Keguruan, I., Raden, I., & Lampung, I. (2016). *Tadris: Jurnal Keguruan dan Ilmu Tarbiyah* 01 (2) (2016) 173-177 POTENSI MEDIA SOSIAL DALAM MEMPOPULERKAN KONTEN SAINS ISLAM Irwandani. 01(2), 173–177. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/tadris>
- Wahid, U., Saeno, S., Lestari, R., Suwarno, S., & Aminudin, A. (2021). Konflik Identitas Negosiasi Muka Mahasiswa Islam Dalam Pemanfaatan Sosial Media Untuk Dakwah. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7343>
- Zaim, M. (2020). Media Pembelajaran Agama Islam Di Era Milenial 4.0 Learning Media of Islamic Religion in the Milenial Era 4.0. *Jurnal Kependidikan Islam*, 6(1), 1–17.

Author Information:

Mukhlissal Hasbi

Emai: bang.hasbi12@gmail.com SD Negeri 020 Rambah Samo, Indonesia