

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH

INDRA HOTMIAN

IAI An-nadwah Kuala Tungkal

email:

indrahotmian@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini mengulas tentang penggunaan media sosial sebagai alat dakwah. Di era modern saat ini, media sosial menjadi manifestasi dari kemajuan informasi dan teknologi, sehingga perlu dianalisis bagaimana media sosial dimanfaatkan, khususnya dalam konteks dakwah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah, mengingat popularitas fenomena media sosial di kalangan masyarakat. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, yang melibatkan pengumpulan data melalui pemahaman dan pembelajaran teori-teori dari berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Proses studi pustaka terdiri dari empat tahap, yaitu persiapan peralatan, penyusunan bibliografi, pengaturan waktu, serta membaca dan mencatat materi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah merupakan kegiatan penyebarluasan agama Islam melalui ajakan dan seruan, salah satunya dilakukan melalui media. Media sosial dianggap paling efektif dalam kegiatan berdakwah. Meskipun demikian, berdakwah melalui media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma yang berlaku di platform tersebut. Dengan demikian, manfaat yang diperoleh melalui kegiatan beribadah melalui dakwah di media sosial benar-benar dapat diwujudkan. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi penelitian lanjutan, terutama dalam konteks bahwa dakwah terus dilakukan oleh para Da'i yang perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan kondisi sosial, teknologi, dan arus informasi yang semakin maju dan modern. Oleh karena itu, para Da'i diharapkan dapat beradaptasi dan bersaing dalam menghadapi perkembangan teknologi ini dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Kata Kunci: *Pemanfaatan, media sosial, dakwah*

ABSTRACT

This article discusses the use of social media as a means of dakwah (Islamic preaching). In the current modern era, social media represents the advancement of information and technology, prompting an analysis of how social media is utilized, particularly in the context of dakwah. The research problem in this study focuses on understanding how social media is utilized as a tool for dakwah, given the popularity of social media phenomena among the public. The applied method in this research is qualitative, employing a literature review approach involving data collection through understanding and studying theories from various relevant literature on the research topic. The literature review process comprises four stages: equipment preparation, bibliography compilation, time management, and reading and note-taking of research materials. The research findings indicate that dakwah is an activity involving the dissemination of Islam through invitations and calls, and one of the effective approaches is through media. Social media is considered the most effective tool for dakwah activities. However, dakwah through social media should adhere to the ethics and norms applicable on those platforms. Thus, the benefits derived from worship activities through dakwah on social media can genuinely be realized. In practical terms, this research can contribute to further studies, especially considering that dakwah continues to be carried out by Da'i (Islamic preachers) who need to adapt to the evolving social conditions, technology, and increasingly advanced and modern information trends. Consequently, Da'i are expected to adapt and compete in facing technological developments by enhancing their skills and knowledge.

Keywords: *Utilization, social media, dakwah*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam teknologi membawa perubahan signifikan di berbagai sektor. Segala bidang, seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya, pendidikan, dan aspek kehidupan lainnya, mengalami transformasi yang cepat. Dampak perubahan ini dirasakan oleh masyarakat global, memastikan bahwa setiap bagian dunia dapat dijangkau oleh teknologi komunikasi. Seolah-olah tidak ada lagi sudut dunia yang terpencil, karena teknologi telah membuka seluruh wilayah untuk perubahan. Dengan kemajuan teknologi, manusia seakan tidak lagi terpisah, dan jarak antar wilayah menjadi semakin pendek. Internet, sebagai tren utama dalam teknologi komunikasi, berperan besar dalam perubahan ini. Kemunculan internet, yang dapat diakses melalui perangkat genggam setiap individu, membuat kehidupan terasa lebih mudah dan terhubung (Siregar, 2023).

Salah satu inovasi terbaru dalam teknologi informasi yang sedang populer saat ini adalah media sosial. Media sosial merupakan platform atau wadah untuk kumpulan masyarakat maya yang saling terhubung atau bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Media sosial juga dapat dianggap sebagai sarana bagi komunitas maya yang memiliki keinginan kuat terhadap informasi. Media sosial mempermudah akses dan penyebaran informasi dalam berbagai bentuk, seperti lisan, tulisan, audio, video, dan lainnya. Beberapa contoh media sosial yang berkembang pesat saat ini termasuk Facebook, Twitter, blog, YouTube, Instagram, WhatsApp, dan masih banyak lagi (Siregar, 2023).

Media sosial telah berhasil bersaing dengan televisi dan radio dalam penyiaran kegiatan dakwah. Selain itu, media sosial memungkinkan penyiaran langsung kegiatan dakwah dengan mudah tanpa memerlukan peralatan canggih atau ruang yang luas. Kelebihan lainnya adalah kemampuan media sosial untuk menyiarkan kegiatan dakwah di daerah terpencil, asalkan wilayah tersebut memiliki koneksi sinyal operator seluler yang baik (Zulfikar, 2014).

Penyiaran kegiatan dakwah melalui media sosial dapat dilaksanakan dengan simpel dan dapat dijalankan oleh siapa pun. Selain itu, siaran langsung kegiatan dakwah dapat dengan mudah dibagikan kepada siapa saja yang berminat menonton, baik itu perorangan maupun kelompok. Akibatnya, kegiatan dakwah dapat tersebar dan menyebar dengan sangat cepat ke berbagai daerah tanpa terbatas oleh jarak atau lokasi (Zulfikar, 2014).

Pemanfaatan media sosial telah menjadi suatu kebutuhan esensial bagi setiap individu. Fasilitas yang diberikan sebagai alat penyambung interaksi dan komunikasi menjadi dasar dari pentingnya kegunaan ini. Pertumbuhan teknologi komunikasi yang pesat menghasilkan produk-produk inovatif yang baru. Munculnya pola komunikasi yang modern adalah salah satu aspek dari perkembangan penggunaan media sosial. Oleh karena itu, media sosial memainkan peran yang sangat krusial sebagai platform dan sumber inovasi dalam menjalankan proses komunikasi (Fajrussalam, 2022).

Menurut Jalaluddin, media diartikan sebagai perluasan dari kemampuan manusia dalam menerima rangsangan. Saat ini, pendakwah banyak menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan interaksi langsung dengan jemaat. Proses komunikasi ini dapat terjadi dengan mudah tanpa kehadiran tatap muka langsung antara pendakwah dan jemaat. Oleh karena itu, jejaring sosial dianggap efektif untuk memainkan perannya. Media sosial memiliki potensi sebagai saluran untuk menyampaikan pengetahuan, terutama dalam bidang agama, dengan secara terus-menerus menyelaraskan pesan dakwah (Fajrussalam, 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui **“Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah”**.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif, dimana penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelidiki dan memahami fenomena yang terjadi, mengapa fenomena tersebut terjadi, dan bagaimana fenomena tersebut terjadi (Murdiyanto, 2020). Adapun pendekatan yang digunakan dalam artikel ini adalah studi pustaka, yang melibatkan pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang relevan dengan penelitian tersebut. Terdapat empat tahap studi pustaka dalam penelitian, yaitu persiapan peralatan yang diperlukan, penyusunan bibliografi, pengaturan waktu, serta membaca dan mencatat bahan penelitian (Zuchri, 2021).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari sumber-sumber dan mengonstruksi informasi dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, dan penelitian-penelitian sebelumnya. Bahan pustaka yang diperoleh dari referensi tersebut dianalisis secara kritis dan mendalam untuk mendukung proposisi dan gagasan yang ada. Dalam metode studi pustaka, peneliti melakukan pencarian dan pengumpulan literatur yang terkait dengan topik penelitian. Selanjutnya, literatur tersebut dievaluasi untuk menilai relevansi, kredibilitas, dan kualitasnya. Setelah itu, peneliti menganalisis dan menyusun literatur yang telah dikumpulkan untuk memahami tema dan argumen yang terkait dengan topik penelitian (Murdiyanto, 2020).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah

Dakwah mencakup upaya mengajak, menyampaikan, atau menyeru masyarakat agar secara sadar memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran agama. Tujuannya adalah untuk membangkitkan potensi fitrah dan mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Munawwir menekankan bahwa istilah dakwah, jika dilihat dari isim mashdarnya, mencakup arti memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, dan memohon (Nurfitriya, 2022).

Menurut Muhiddin dalam Amaliyah, dakwah merupakan ajaran agama yang membawa rahmat bagi umat manusia dan memuat nilai-nilai positif seperti ketentraman, rasa aman, dan kesejukan (al-amn). Dalam praktik dakwah, penting untuk memperhatikan dua aspek, yaitu substansi dan format dakwah (isi dan bentuk), mencakup pesan yang disampaikan dan metode penyampaian dakwah (esensi dan metode). Meskipun keduanya tidak dapat dipisahkan, isi dan pesan dakwah memiliki dimensi universal yang tidak terikat oleh ruang dan waktu tertentu (Hidayatul, 2022).

Ghazali mendefinisikan dakwah sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam dengan tujuan mendorong umat Islam agar melaksanakan perintah agama dengan sepenuh hati. Dakwah adalah proses ajakan kepada seseorang untuk beriman kepada Allah dan rasul-Nya, dengan cara membenarkan segala sesuatu yang telah disampaikan serta melakukan perintah agama. Pentingnya dakwah dalam perspektif Islam dijelaskan sebagai kewajiban bagi setiap pemeluk agama Islam. Oleh karena itu, dakwah menjadi kegiatan menyampaikan segala bentuk ajaran agama Islam dengan mengajarkan kebaikan melalui ajakan atau seruan kepada seluruh umat Islam dengan syariat-syariat Islam (Wahyuni, 2022).

Dakwah juga merupakan bagian dari komunikasi profetik, mengandung ajaran-ajaran Islam yang mengacu pada sunnah Nabi Muhammad Saw dan isi Al-Qur'an. Nabi Muhammad Saw menyebarkan ajaran Islam ke seluruh dunia melalui dakwah, yang dapat dilakukan melalui lisan maupun perbuatan. Dakwah lisan dapat berupa ceramah, ajakan untuk berbuat baik, seruan agar umat Islam selalu beribadah kepada Allah, mengingatkan untuk selalu berbuat baik dan berkata jujur, menjauhi perbuatan buruk, dan melaksanakan perbuatan baik (Romli, 2019).

Tujuan utama dakwah adalah menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat dengan ridha Allah Swt. Shohib menjelaskan bahwa dakwah bertujuan

membentuk masyarakat Islam menjadi masyarakat dengan predikat Khairu Ummah, yaitu masyarakat dengan aqidah yang benar dan kuat dalam segi ekonomi, sosial politik, dan kultural. Tujuan dakwah adalah menjadikan manusia Muslim, tunduk dan berserah diri hanya kepada Allah Swt., dengan fungsi mengajak dan menyeru umat manusia kepada kehidupan yang sempurna dalam berbagai aspek. Secara umum, dakwah terfokus pada perbaikan aqidah dan implikasinya, menjadi misi utama para nabi dan utusan Allah Swt (Romli, 2019).

Objek dakwah adalah tujuan utama yang ingin dicapai melalui dakwah. Objek dakwah terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang tersegmentasi dan terklasifikasi berdasarkan usia, jenis kelamin, kemampuan berfikir, cara berfikir, tingkat pendidikan, status sosial, wilayah, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, objek dakwah melibatkan seluruh umat Islam, termasuk yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi terkait dengan keagamaan (Khalid, 2017).

Dakwah melalui pemanfaatan media

Seiring dengan kemajuan teknologi, para Da'i yang melakukan dakwah telah berhasil menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut. Hal ini terbukti dengan penggunaan media sebagai sarana efektif dalam kegiatan dakwah. Media menjadi salah satu alat utama untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama media baru yang telah mengubah bentuk media melalui konvergensi (Perssela, 2022).

Peran media dalam dakwah berfungsi sebagai alat penyampai pesan dakwah, baik melalui komunikasi verbal maupun non-verbal. Dakwah verbal dapat berupa ceramah, tulisan keagamaan dalam bentuk artikel atau jurnal, status dalam media sosial, meme, dan lain sebagainya. Di sisi lain, dakwah non-verbal mencakup sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh para Da'i kepada mad'u (orang yang didakwahi) sebagai contoh perbuatan baik, memberikan pemahaman mengenai apa yang baik dan buruk, serta mengajarkan tindakan yang sebaiknya dilakukan atau dihindari. Fungsi ini menjadikan media memiliki peranan yang sangat penting dalam melaksanakan dakwah, sebagaimana dijelaskan oleh Jumantoro bahwa dakwah adalah upaya mengajak kepada kebaikan melalui komunikasi lisan, tulisan, tingkah laku, dan bentuk-bentuk lainnya, baik dilakukan secara sadar maupun terencana, dengan tujuan mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok, agar mereka memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan tanpa unsur paksaan (Nurfitria, 2022).

Namun, seiring dengan adanya konvergensi media, banyak umat Islam beralih dari sumber dakwah tradisional, seperti televisi atau radio, menuju media sosial. Pesona media sosial mampu memikat pengguna dan bahkan menjadi konsumsi massif. Saat ini, hampir setengah dari pengguna media sosial berasal dari berbagai latar belakang masyarakat, yang dapat mengakses berbagai informasi termasuk politik, seni, sosial, budaya, dan agama. Oleh karena itu, dalam menghadapi fenomena ini, Da'i perlu bersaing untuk tetap menyebarkan kebaikan dan menyebarkan ajaran agama Islam tanpa tertinggal oleh perkembangan zaman. Oleh karena itu, perlu adanya pembaruan dalam hal peningkatan kemampuan teknologi modern (Hidayatul, 2022).

Media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah

Beberapa orang memiliki persepsi bahwa para pendakwah cenderung kuno, tua, dan tidak bersedia berubah, dengan anggapan bahwa mereka memiliki pemikiran konservatif dan kurang antusias terhadap perubahan. Namun, perlu dicatat bahwa kenyataannya, banyak

pendakwah saat ini berasal dari kalangan milenial, dan bahkan yang lebih dewasa juga telah memahami cara yang bijak dalam menggunakan media sosial sebagai sarana berdakwah. Dakwah dapat dilakukan di berbagai tempat dan melalui berbagai media, selama tetap sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam serta menjunjung tinggi nilai-nilai, norma, aturan, dan petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis (Romli, 2019).

Sebagai contoh, pendakwah dapat memulai kegiatan berdakwah dengan membuat konten. Konten yang disebarakan melalui media sosial memiliki peranan penting, karena di dalamnya mengandung strategi dan teknik pemasaran, serta alasan bagaimana tampilan konten dapat disajikan semenarik dan sekreatif mungkin untuk menarik perhatian pengguna media. Dengan pendekatan ini, tidak ada batasan untuk memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Khalid, 2017).

IV. SIMPULAN

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap individu Muslim, yang diamanahkan untuk menjadi khalifah atau pemimpin di dunia ini, dengan salah satu tanggung jawabnya adalah menyebarkan kebaikan melalui dakwah sebagai jalan Allah SWT. Kedua, dakwah melibatkan kegiatan penyebarluasan agama Islam melalui ajakan dan seruan, termasuk melalui pemanfaatan media sosial sebagai platform berdakwah. Ketiga, media sosial dianggap sebagai sarana yang paling efektif dalam kegiatan dakwah. Namun, perlu ditekankan bahwa penggunaan media sosial dalam berdakwah harus memperhatikan etika dan norma-norma yang berlaku dalam bermedia sosial. Dengan demikian, media sosial dapat memberikan manfaat yang sebenarnya dalam konteks ajang beribadah melalui dakwah di dunia maya.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas semua pihak yang telah membantu dalam penulisan artikel ini. Artikel ini tidak hanya menjadi wadah untuk menyampaikan informasi, tetapi juga mencerminkan upaya dalam memberikan nilai tambah kepada pembaca, sehingga menghadirkan konten yang informatif, menarik, dan berkualitas.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Fajrussalam, H. (2022). *Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam dalam kemajuan perkembangan teknologi*. 4, 102–114.
- Hidayatul, N. (2022). *Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital*. 151–169.
- Khalid, I. (2017). Dakwah dan komunikasi. *Akar-Akar Dakwah Islamiyah: (Akidah, Ibadah, Dan Syariah)*.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. In Yogyakarta Press.
- Nurfitria, S. (2022). *Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Modern*. 46(1), 85–105.
- Perssela, P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3), 650–656. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Romli. (2019). *Dakwah Islam era globalisasi*.
- Siregar, A. S. (2023). *Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa UIN syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*. 2(4), 1300–1312.
- Wahyuni, cut sari. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah*. 6(3), 4522–4528.
- Zuchri, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Zulfikar. (2014). *Pemanfaatan media sosial dalam berdakwah pada masa Covid-19 di aceh*. 138–154.