

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEDIA
DAKWAH BAGI MAHASISWA MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
IAIN KERINCI ANGKATAN 2021**

TUTI MAHARANI

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Kerinci

Email:

tuti.maharani2001@gmail.com

ABSTRAK

Di era digitalisasi yang semakin maju, media sosial telah memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sebagai media untuk berdakwah. Media sosial memungkinkan individu dan komunitas agama untuk berbagi pesan kebaikan dan nilai-nilai agama dengan cepat dan luas dengan khalayak yang lebih luas melalui platform yang dapat diakses oleh banyak orang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai sarana media dakwah bagi mahasiswa manajemen dakwah angkatan 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian penggunaan media sosial oleh mahasiswa manajemen dakwah terbukti efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas. Kemampuan media sosial untuk menjangkau khalayak yang beragam dan menyampaikan pesan dengan cepat dan interaktif menjadikannya alat yang ampuh untuk dakwah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa pengelola dakwah yang tertarik menonton video yang diunggah oleh dakwah yang tersebar di media sosial. Tak hanya menonton, mahasiswa pengelola dakwah juga ikut serta dalam bentuk pertanyaan di kolom komentar akun media sosial yang mengunggah video dakwah. Mahasiswa manajemen dakwah juga membagikan video dakwah yang menurut mereka menarik untuk dibagikan di grup-grup WhatsApp.

Kata kunci: media sosial, dakwah, mahasiswa

ABSTRACT

In the era of increasingly advanced digitalization, social media has played an important role in various aspects of life, including as a medium for preaching. Social media allows individuals and religious communities to share messages of goodness and religious values quickly and widely with a wider audience through platforms that are accessible to many people. The aim of this research is to determine the use of social media as a means of da'wah media for da'wah management students class of 2021. This research uses a qualitative approach. The research results of the use of social media by missionary management students have proven to be

effective in spreading religious messages to a wider audience. Social media's ability to reach diverse audiences and to convey messages quickly and interactively makes it a powerful tool for da'wah. This is proven by the fact that many da'wah management students are interested in watching videos uploaded by da'wah that are distributed on social media. Not just watching, da'wah management students also participated in the form of questions in the comments column of social media accounts that uploaded da'wah videos. Da'wah management students also shared preaching videos that they thought were interesting to share in WhatsApp groups.

Keywords: Social media, da'wah, student

I. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan modern saat ini. Dalam era digitalisasi yang semakin maju, media sosial telah berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sebagai media dakwah. (Amin, 2019) mengartikan bahwa dakwah merupakan proses komunikasi, yang membimbing orang lain agar menerima ajaran Islam dengan penuh kesadaran. Media sosial memungkinkan individu dan komunitas agama untuk berbagi pesan kebaikan dan nilai-nilai agama dengan cepat dan luas kepada audiens yang lebih luas melalui platform yang dapat diakses oleh banyak orang. Dalam konteks dakwah di era digitalisasi, media sosial menyediakan beragam fitur dan media yang memungkinkan individu, organisasi, dan kelompok keagamaan untuk menyebarkan pesan dakwah dengan lebih efektif. Pertama, media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi teks, foto, video, dan audio. Hal ini memberikan kebebasan kreatifitas dalam menyampaikan pesan dakwah karena pengguna dapat menggunakan berbagai bentuk media yang menarik dan dapat menarik perhatian audiens.

Dalam konteks dakwah, media sosial telah memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai spiritual kepada khalayak yang lebih luas. Meskipun penggunaan media sosial sebagai media dakwah memiliki potensi yang kuat, namun terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi agar upaya ini dapat mencapai keberhasilan yang optimal. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah validitas dan kebenaran konten dakwah yang disebarakan melalui media sosial. Karena siapa saja dapat dengan mudah mengunggah konten, terdapat risiko penyebaran informasi yang tidak valid, tidak akurat, atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dalam memilih sumber informasi yang dapat dipercaya untuk menghindari kerancuan dalam pemahaman agama. Selain itu, ada juga masalah distraksi dan penyalahgunaan yang mungkin timbul dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah. Media sosial memiliki sifat yang menarik dan mampu mencuri perhatian penggunanya dengan berbagai konten yang tersedia. Hal ini dapat berdampak negatif terhadap upaya dakwah, karena seseorang bisa terjebak dalam penggunaan yang berlebihan atau tergoda oleh konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama.

Namun, dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah, perlu diingat bahwa internet tidak memiliki batasan geografis atau batas waktu tertentu. Oleh karena itu, pengguna media sosial sebagai media dakwah juga harus berhati-hati dan bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan-pesan yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan menghindari konten yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama. Dalam kesimpulannya, media sosial telah membuka banyak peluang baru dalam melakukan dakwah di era digitalisasi. Media sosial memungkinkan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memfasilitasi interaksi dua arah serta membangun komunitas online. Namun, pengguna media sosial sebagai media dakwah juga harus bertanggung jawab dan memahami batasan serta kebutuhan untuk tetap mendekati tujuan agama yang diemban. Hal tersebut sejalan dengan teori jarum suntik (*Hypodermic Needle Theory*) atau teori peluru. Teori ini dikembangkan oleh Wilbur Schram sebagai turunan dari teori S-O-R yang menyatakan bahwa media yang sangat kuat bertindak langsung pada individu. Media dipandang sebagai stimulus besar yang menimbulkan reaksi kuat dari khalayak penerima, yang dipersepsikan pasif. Disadari atau tidak, terpaan media dapat mempengaruhi cara berpikir, persepsi, dan perilaku seseorang (Fitria et al., 2021).

Tujuan penelitian dalam konteks ini adalah untuk memahami dan efektivitas penggunaan media sosial sebagai media dakwah, serta efektivitasnya dalam menginspirasi dan membentuk pemahaman masyarakat. Melalui penelitian ini, akan dapat diidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitasnya. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran dan potensi penggunaan media sosial dalam dakwah di era digital, sehingga dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Media sosial sebagai media dakwah juga relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui penelitian ini, dapat dikembangkan strategi yang lebih inovatif dan efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media sosial. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pola penggunaan media sosial oleh para pendakwah dan respon yang diterima dari audiens, dapat dirancang strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan efisien.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, adapun objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Manajemen Dakwah angkatan 2021. Penelitian dilaksanakan yaitu di program studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kerinci. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik wawancara. Media dakwah adalah sarana atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Sedangkan Media sosial adalah platform atau jenis layanan yang memungkinkan

pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain melalui internet. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Transformasi Media dakwah

Sebelum munculnya media sosial, media nasional memiliki peran yang signifikan dalam menyebarkan pesan dakwah di masyarakat. Media nasional, seperti televisi dan radio, telah menjadi platform utama untuk menyampaikan konten dan program-program dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Televisi nasional sering menyiarkan program-program keagamaan, seperti ceramah agama, debat keagamaan, dan diskusi panel tentang isu-isu agama. Melalui siaran langsung atau rekaman yang disiarkan pada waktu tertentu, pesan-pesan dakwah dapat dijangkau oleh jutaan pemirsa di seluruh negara. Radio nasional juga memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan agama melalui program-program seperti pengajian, tanya jawab agama, serta bacaan dan penjelasan Al-Qur'an. Selain itu, media nasional seperti surat kabar dan majalah juga turut menyampaikan pesan-pesan agama melalui tulisan-tulisan bertema keagamaan, rubrik tanya jawab agama, dan profil tokoh-tokoh agama. Media nasional memiliki kekuatan dan otoritas yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pengaruh yang besar dalam memperkuat pesan dakwah. Meskipun media sosial telah menjadi platform yang dominan saat ini, peran dan kontribusi media nasional dalam menyebarkan pesan-pesan agama tetaplah penting dan relevan dalam konteks dakwah di masyarakat.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan media sosial, dakwahwan telah mengadopsi platform-platform tersebut sebagai sarana penyampaian pesan-pesan agama kepada audiens yang lebih luas. Media sosial memberikan aksesibilitas yang lebih mudah, dimana dakwahwan dapat mengunggah konten dakwah seperti tulisan, gambar, audio, dan video dengan cepat dan mudah. Selain itu, platform-platform media sosial juga menghadirkan interaksi langsung antara dakwahwan dan audiens dalam bentuk komentar, like, dan share, sehingga pesan dakwah dapat dengan cepat menyebar dan menjadi viral. Berkat transformasi media dakwah melalui media sosial, dakwahwan dapat mencapai generasi yang lebih muda yang secara luas menghabiskan waktu di platform tersebut. Dengan demikian, sebagaimana dikemukakan oleh (Fakhrurroji, 2015) teknologi dipandang sebagai sarana penting sehingga makna-makna agama dapat ditransformasi secara lebih luas ke hadapan publik. Dengan meningkatnya popularitas media sosial, dakwahwan juga dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, stories, dan video untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan kreatif. Meskipun ada tantangan dalam menggunakan media sosial, seperti risiko konten yang tidak bermanfaat atau menyesatkan, dakwahwan dapat menggunakan pendekatan yang hati-hati dan berpegang pada prinsip-prinsip ajaran agama dalam menyebarkan pesan dakwah secara efektif melalui media sosial.

b. Peran Media Sosial sebagai Media Dakwah

Media sosial memiliki peran penting sebagai media dakwah dalam era digital ini. Sebagai platform komunikasi yang luas dan dapat diakses oleh banyak orang, media sosial memberikan kesempatan bagi individu, kelompok, organisasi, maupun para pendakwah untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah secara efektif kepada masyarakat luas. Salah satu peran media sosial dalam dakwah adalah mempermudah penyebaran informasi agama. Melalui media sosial, para pendakwah dan ulama dapat membagikan video ceramah, kutipan hadis, tafsir, dan tulisan-tulisan keagamaan secara instan. Hal ini membantu masyarakat yang memiliki akses terbatas ke acara ceramah dan majelis ilmu untuk tetap memperoleh informasi dan bimbingan agama. Agama sudah menjangkau secara luar biasa di ranah dunia cyber. Secara online dalam hitungan detik siapapun dapat mengakses semua hal tentang agama. Mulai dari sejarah, kitab suci, aturan-aturan, kode etik, bahkan sampai tata cara dalam beragama.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan kolaborasi antara para pendakwah dan ulama dari berbagai tempat untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam menghadapi isu-isu keagamaan kontemporer. Diskusi dan pertukaran ide dapat terjadi melalui grup-grup diskusi atau forum-forum yang ada di media sosial. Ini membantu meningkatkan pemahaman agama serta memberikan sudut pandang yang lebih luas dalam menyikapi isu-isu tersebut. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk memberikan inspirasi dan motivasi keagamaan kepada pengguna. Banyak akun media sosial yang membagikan kutipan-kutipan motivasi dengan tema keagamaan, nasihat-nasihat kehidupan berdasarkan ajaran agama, dan kisah-kisah inspiratif yang dapat membangkitkan semangat dalam beribadah dan meningkatkan kualitas hidup secara spiritual.

Namun, penggunaan media sosial sebagai media dakwah juga memiliki tantangan tersendiri. Informasi yang tersebar di media sosial tidak selalu dapat dipertanggungjawabkan keasliannya. Oleh karena itu, penting bagi para pengguna media sosial untuk bersikap kritis dan memverifikasi informasi sebelum mengambilnya sebagai rujukan dalam beragama. Pada era teknologi komunikasi saat ini, terpaan media baru (*New Media exposure*) telah mampu menjangkau khalayak luas atau global, terutama melalui koneksi jaringan internet, yang mempengaruhi perilaku penggunanya (Zarella, n.d. 2009).

c. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Manajemen Dakwah Angkatan 2021

Media sosial yang digunakan oleh mahasiswa manajemen dakwah sebagai media dakwah pada era digital saat ini. Menonton dakwah di media sosial dapat menjadi efektif di era digital saat ini. Media sosial memberikan platform yang luas untuk menjangkau orang-orang dari berbagai latar belakang, usia, dan lokasi. Dengan menonton dakwah di media sosial dimana mahasiswa dapat mengakses materi dakwah kapan saja dan di mana saja selama memiliki akses internet. Hal tersebut memudahkan orang-orang untuk mendapatkan pengetahuan agama tanpa perlu datang ke tempat khusus atau acara tertentu. Internet pada saat ini berfungsi sebagai tempat menimba

ilmu agama. Maraknya website dan situs-situs keagamaan di internet mempertegas adanya aktifitas dakwah ilmu agama di dunia maya (Hatta, M., 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan PA salah satu mahasiswa Manajemen dakwah Angkatan 2021 menyatakan:

“Menurut saya, menonton dakwah di media sosial sangatlah mudah. Saya bisa mendapatkan akses ke berbagai konten dakwah yang beragam.”

Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunaannya terkhusus dalam pemanfaatan sebagai media dakwah.

“Koneksi internet yang stabil dan tersedia hampir di mana-mana memungkinkan saya untuk menonton dakwah kapan pun saya mau, baik itu di rumah, di perpustakaan, atau di kampus. Selain itu, berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook menyediakan beragam konten dakwah, sehingga saya memiliki pilihan yang banyak.”

“Media sosial secara signifikan membantu saya meningkatkan pemahaman saya tentang agama. Saya dapat menemukan berbagai ulama dan pembicara yang memberikan tafsiran dan penjelasan mendalam tentang konsep-konsep agama melalui video dakwah mereka. Mereka menjelaskan dengan cara yang lebih mudah dipahami, dan saya dapat mengulangi konten yang sulit saya pahami sebelumnya.”

Media sosial memungkinkan dakwah dapat dengan cepat menyebar ke banyak orang sekaligus melalui fitur berbagi dan rekomendasi. Ini membantu menyampaikan pesan-pesan kebaikan secara luas dalam waktu singkat. Selain itu adanya kreasi konten yang berkualitas, banyak ulama dan pembicara dakwah telah menggunakan media sosial dengan baik dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Mereka menciptakan konten-konten yang menarik, informatif, dan berbasis bukti yang relevan dengan konteks zaman sekarang. Hal ini dapat membantu mengatasi tantangan-tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat saat ini.

“Saya sering menemukan video ceramah atau diskusi tentang topik-topik keagamaan yang relevan dengan masalah yang dihadapi oleh generasi muda saat ini. Beberapa konten itu memberi saya inspirasi, motivasi, dan petunjuk dalam menjalani kehidupan sehari-hari dengan perspektif agama yang baik. Selain itu, saya juga dapat berinteraksi dengan pembicara melalui komentar atau meminta pendapat mereka secara langsung melalui pesan. Video dakwah dengan teman yang menarik terkadang suka saya bagikan linknya ke teman-teman di grup whatsapp.”

Melalui media sosial, kita dapat berinteraksi langsung dengan ulama atau pembicara dakwah melalui komentar, pesan langsung, atau sesi tanya jawab. Ini memberikan kesempatan untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang kita miliki.

Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial sudah dimanfaatkan oleh mahasiswa manajemen dakwah angkatan 2021 sebagai media dakwah. Dimana mereka tertarik untuk menonton video-video unggahan baik itu berupa ceramah pada media sosial. Selain itu mahasiswa juga tertarik untuk memberikan komentar pada akun yang

mengunggah video ceramah serta bertanya pada kolom komentar yang sudah disediakan di media sosial. Hal tersebut membuktikan bahwa pada era digital saat ini media sosial efektif digunakan sebagai media dakwah dalam menyapaikan pesan dakwah kepada banyak orang. Melihat begitu padatnya pemanfaatan internet dan jejaring sosial, maka, penyebaran kebaikan (berdakwah) sangatlah efektif jika menjadikan internet sebagai sarana atau medianya dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak.

IV. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih saya ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu sampai artikel ini terpublikasi. Semoga jurnal ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada kita semua.

V. KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa manajemen dakwah terbukti efektif dalam menyebarkan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Kemampuan media sosial untuk menjangkau audiens yang beragam dan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan interaktif membuatnya menjadi alat yang kuat bagi dakwah. Hal tersebut dibuktikan dengan mahasiswa manajemen dakwah banyak yang tertarik untuk menonton video-video unggahan dakwah yang disebar di media sosial. Tidak hanya sekedar menonton, mahasiswa manajemen dakwah juga turut melakukan partisipasi berupa pertanyaan di kolom komentar akun media sosial yang mengunggah video dakwah. Mahasiswa manajemen dakwah juga turut membagikan video-video dakwah yang menurut mereka menarik untuk dibagikan ke grup-grup whatsapp.

Meskipun pemanfaatan media sosial memiliki banyak keuntungan, ada juga tantangan yang perlu dihadapi oleh mahasiswa manajemen dakwah. Sesuai, menjaga privasi dan keamanan data, serta menjaga keseragaman pesan dakwah di tengah banyaknya informasi yang tersedia di media sosial.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. M. (2019). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Fakhruroji, M. (2015). SMS Tauhid Sebagai Teknoreligion Perspektif Teknokultur atas Penyebaran Tausyiah Agama Melalui SMS Moch Fakhruroji Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(No.3), 246–260.
- Fitria, N., Rasyid, A., & Zulkarnain, Z. (2021). Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Kota Pekanbaru. *Medium*, 8(2), 55–64.
- Hatta, M. (2018). *Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja (Fenomena Cyberreligion Siswa SMAN 6 Depok Jawa Barat)*.
- Zarella, D. (n.d.). (2009). *The Social Media Marketing Book*. Jakrta: Serambi Ilmu Semesta.