



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 6427-6442

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Konsep Dakwah dan Media Sosial: Sebuah Studi Fenomenologi

Asrizallis

STAI Imam Bonjol Padang Panjang

Email: Asrizalliszein@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Secara mendasar, dakwah meliputi isi (esensi) dan cara (metode). Isi (materi) memang harus disampaikan sesuai dengan sumber normativitas agama, namun juga dituntut adanya kontekstualisasi. Apalagi metode penyampaiannya, harus senantiasa seiring dan selaras dengan perkembangan zaman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa; dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim. Dakwah juga harus dilakukan dengan cara-cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, diskriminatif dan provokatif. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial dapat mendorong dinamika islam dan memperkokoh tahanan nilai-nilai islam dalam aktivitas dakwah, media sosial sebagai tempat tersebarnya dakwah dan bagaimana bisa mengoptimalkan suatu konten dakwah ke media sosial melalui digital yang dapat dijelaskan bahwa mengoptimalkan dakwah melalui media sosial adalah hal yang bisa dilakukan dengan menshare konten-konten yang menarik dan bisa membuat khalayak tertarik untuk menontonnya. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Namun, berdakwah melalui media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan.

Kata Kunci: *Dakwah, Era Digital, Etika, Media Sosial*

Abstract

The aim of this research is to discuss the concept of da'wah according to Islam and the role of social media in preaching. Basically, da'wah includes content (essence) and methods (methods). The content (material) must be conveyed in accordance with the source of religious normativity, but contextualization is also required. Moreover, the method of delivery must always be in line with and in line with current developments. The research method used in this research is library research. The research results show that; Da'wah is an obligation for every Muslim. Da'wah must also be carried out in wise and prudent ways, not confrontational, discriminatory and provocative. The use of information and communication technology through social media can encourage Islamic dynamics and strengthen the retention of Islamic values in da'wah activities, social media as a place for spreading da'wah and how to optimize da'wah content on social media via digital which can be explained by optimizing da'wah through social media This is something that can be done by sharing interesting content that can make the audience interested in watching it. Social media is considered effective as a means of preaching. However, preaching via social media must pay attention to social media ethics and norms. So that it really brings benefits instead of causing problems.

Keywords: *Da'wah, Digital Era, Ethics, Social Media*

PENDAHULUAN

Sebagai agama paripurna, Islam telah mengandung seperangkat ajaran yang komprehensif dan universal. Islam telah menyediakan segala hal yang dibutuhkan manusia termasuk kebutuhan untuk membangun peradabannya, jika manusia mau berpikir dan merenungkan ayat-ayat-Nya; baik ayat qauliyah maupun ayat kauniyah (Hendra et al., 2023; Taubah, 2016). Maka benar adanya, jika Islam disebut sebagai agama yang senantiasa relevan di segala tempat dan waktu. Namun perlu dipahami juga, bahwa nilai-nilai ideal dalam ajaran Islam tidak akan bermakna apa-apa jika tidak sampai dan dipahami oleh umat manusia (Jusuf & Bahuwa, 2020; Sari, 2023). Oleh karenanya, upaya menyampaikan dan memahami ajaran Islam kepada orang-orang yang belum mengerti dan memahami menjadi hal penting yang harus dilakukan.

Kegiatan dakwah menjadi hal yang sangat mendasar dalam Islam. Bagaimana tidak, tanpa dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Selain alasan tersebut, Islam juga senantiasa mendorong umatnya untuk berbuat kebaikan sekaligus mengajak orang lain agar menjadi insan yang baik, berakhlak dan berpengetahuan (Rifat et al., 2023; Waham et al., 2023). Maka sangat relevan jika Islam disebut sebagai agama dakwah. Dengan demikian, antara Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan (Damayanti et al., 2024; Librianti & Pratama, 2022; Ummah, 2020).

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan (Rizqy et al., 2023; Zaenuri & Kurniawan, 2021). Karena hal itu, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang dipikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya. Dakwah dapat dilakukan melalui tatap muka ataupun menyebarluaskan ke media-media sosial baik itu *youtube, facebook, instagram, whatsapp* dan lain-lain (Dessy et al., 2021; Furqan, 2015; Ni'amah et al., 2023). Dakwah juga membimbing umatnya ke jalan yang lurus dan mengikuti perintah Allah Swt, usaha yang dilakukan dengan sengaja dilakukan dengan perorangan maupun kelompok agar mereka mau menjalankan atau mengamalkan ajaran agama Islam. Maka dakwah bukanlah pekerjaan yang hanya dipikirkan tetapi suatu pekerjaan yang harus diwajibkan bagi setiap pengikutnya. Sejak zaman nabi yang mulai berdakwah sudah berkembang, mulai dari da'i ataupun mad'u (Hendra et al., 2023; Krisnawati & Asfahani, 2022; Librianti & Pratama, 2022). Berkembangannya dakwah tidak pernah lepas dari yang namanya perkembangan zaman karena majunya teknologi di era digital mengharuskan dakwah di sebar secara mudah.

Islam membutuhkan dakwah agar ajarannya tersampaikan, dan dakwah membutuhkan Islam sebagai pijakannya. Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu di antaranya adalah melalui media sosial. Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar (Afriani et al., 2024; Gutomo, 2019; Murdiono & Mardiana, 2019). Seperti diketahui bersama, bahwa aplikasi-aplikasi media sosial sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari alat komunikasi yang "dibenamkan" di dalam smartphome, tablet, laptop, dan PC. Kini, dengan semakin luas, cepat dan lebarnya koneksi internet, konsumen semakin dimudahkan dalam mengakses aplikasi media sosial (Triayudi & Sahir, 2023).

Semakin berkembang majunya teknologi informasi membuat aneka ragam media komunikasi yang bersaing dalam memberikan informasi ke media sosial tanpa batas walaupun ada dampaknya di antaranya yaitu berdampak positif maupun berdampak negatif. Tetapi para pendakwah memanfaatkan media sosial sebagai menyebarluaskan atau menyiarkan ajaran agama islam di dalamnya dengan cara berdakwah (Albantany, 2021; Arif et al., 2024; Legi et al., 2023). Salah satu kemunculan para pendakwah dalam media sosial yaitu sadarnya bahwa media sosial bisa membuat terkenal suatu konten yang bermanfaat untuk kepentingan yang baik. Hal ini banyak yang mendukung kemunculan dakwah melalui

media sosial, karena banyaknya pengguna internet di seluruh dunia menjadi kemunculannya dakwah melalui media sosial (Adhicandra et al., 2024; Yoga, 2019).

Di era digital saat ini peran dakwah itu sangat penting, tidak hanya dilakukan di tempat ibadah, maupun di luar sana tetapi bisa dilakukan di media sosial karena masyarakat sudah sibuk dengan aktivitasnya masing-masing jadi mereka tidak sempat untuk nonton dakwah di televisi, namun masyarakat punya cara untuk mendapatkan informasi dakwah melalui internet (Asfahani, Sain, et al., 2023; Faisal & Kisman, 2020; García-Peñalvo, 2016). Media sosial dimana tempat dan waktu yang dimana saja dilakukan untuk berdakwah dan menangkap semua khalayak dan memiliki massa yang banyak, dapat memperluas jangkauan berdakwah. Jangkauan media sosial dapat membuat para pendakwah di kenal oleh orang banyak. Semakin banyak menggunakan media untuk menyebarluaskan dakwah maka jangkauannya akan luas, hal ini diyakini oleh generasi muda yang menggunakan media sosial, juga para kesadaran pendakwah bahwa media sosial juga mempunyai kekuatan yang sangat luar biasa karena tersebarnya konten yang dibuat (Asfahani, 2019; Mansir & Fatimah, 2021; Triayudi & Sahir, 2023).

Media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Melalui platform tersebut, kita bisa dengan mudah mencari dan menyebarkan informasi. Beragam konten pun telah muncul di media sosial, mulai dari yang bersifat menghibur, mendidik, informatif, sampai konten-konten dakwah. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Endang et al., 2022; Irawati & Prasetyo, 2021). Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini (Gill et al., 2022; Judijanto et al., 2022). Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Adapun media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet Indonesia adalah YouTube. Disusul oleh WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, Facebook Messenger, LinkedIn dan media sosial lainnya (Asfahani, El-Farra, et al., 2023; Pratama et al., 2023). Melalui data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih senang akan audio-visual sehingga YouTube memiliki pengguna terbanyak.

Kehadiran media sosial juga dimanfaatkan oleh para pendakwah dewasa ini sebagai sarana menyiarkan syiar-syiar Islam. Tentu saja hal ini sangatlah positif karena akan lebih menjangkau audien yang lebih masif sehingga muatan-muatan dakwah diharapkan dapat tersampaikan kepada umat. Dari sekian banyak platform media sosial, YouTube menjadi

yang paling favorit karena mudah digunakan dan penggunaannya sudah sangat banyak (Ajeng, 2018; Hasan et al., 2024; Manullang et al., 2023). Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Teknologi bukan sesuatu yang dilarang, meskipun dimasa Rasulullah belum ditemukan adanya teknologi yang berkembang pesat dewasa ini. Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang dihadirkan mudah diterima, dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang dewasa ini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya bagi kehidupan umat manusia.

Dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam. Kemajuan teknologi itu ibarat pisau bermata ganda, di satu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan sisi lainnya bisa mencelakai orang lain. Kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan di tangan siapa. Ketika berada di tangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada di tangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanyalah yang menentukan ke arah mana digunakan, baik atau buruk tergantung di tangan penggunanya. Oleh karena itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya melalui media atau jejaring sosial.

METODE PENELITIAN

Metode secara umum diartikan sebagai proses, cara, atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Metode pada artikel ini menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut (Oxford, 2015). Ada Empat tahap studi pustaka dalam penelitian yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca atau mencatat bahan penelitian (Menurut Zed,2004). Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan mengkonstruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Esensi dan Metode Berdakwah

Pada hakikatnya dakwah merupakan ajaran agama yang membawa nilai-nilai positif, seperti al-aman (rasa aman, tentram, dan sejuk) sehingga ia dapat berfungsi sebagai rahmat untuk semua. Isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan cara penyampaian, esensi dan metode merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan, tetapi dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus dan tidak terpisahkan. Hanya saja, bahwa isi, substansi, pesan, dan esensi senantiasa mempunyai dimensi universal, yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Sehingga isi, substansi, pesan, dan esensi merupakan sisi primer sekaligus sisi yang pertama. Sebagai sisi kedua dalam dakwah; bentuk, forma, cara penyampaian dan metode juga menempati posisi yang tak kalah penting. Sisi kedua ini, dalam al-Qur'an disebut sebagai syiar dan manhaj yang dapat berbeda-beda menurut ruang dan waktu.

Sebagai kitab dakwah, al-Qur'an telah mengatur dan menjelaskan segala sesuatu yang berkenaan dengan dakwah, baik pada aspek substansi maupun metodologi. Dengan demikian, al-Qur'an harus menjadi rujukan utama dalam setiap kegiatan dakwah. Karena itu pula, upaya-upaya sistematis dan metodologis untuk menggali nilai-nilai al-Qur'an tentang dakwah menjadi suatu keharusan yang tidak dapat dihindarkan (Kurniawan, 2022; Nurhidin, 2022). Berdasar paparan singkat di atas, dakwah dapat dirumuskan sebagai apa yang diserukan atau disampaikan oleh "siapa", kepada "siapa", dengan cara bagaimana, melalui media apa, dan untuk apa. Dari rumusan ini cakupan dakwah secara ringkas adalah sebagai berikut.

1. Apa, merupakan ajaran Islam dengan berbagai dimensi dan substansinya. Ia dapat dikutip dan ditafsirkan dari sumber pokoknya, yaitu dari kitab suci al-Qur'an dan Hadits. Namun bisa juga diambil dari penjelasan-penjelasan para ulama yang shahih. Dalam bahasa populer, "apa" dikenal sebagai materi atau pesan dakwah. Tentunya hal ini harus benar-benar dikuasai oleh para da'i. Karena dakwah membutuhkan pemahaman yang komprehensif bukan pemahaman yang parsial. Sehingga mad'unya akan mendapatkan pemahaman yang utuh dan mencerahkan.
2. Siapa pertama, merupakan yang menyeru atau yang menyampaikan pesan dakwah. Ia adalah seorang da'i. Dalam kasus sehari-hari, terutama dalam masyarakat Indonesia, siapa dikenal dengan sebutan mubaligh, kyai, ustadz atau juru dakwah, bahkan penyelenggara atau pengelola dakwah. Da'i harus memiliki sikap yang arif dan bijaksana. Selain mengajak dan memberikan informasi yang bermanfaat pada mad'unya, ia juga harus mampu memberikan teladan bagi mad'unya. Karena salah

satu kunci kesuksesan dakwahnya rasulullah juga karena keteladanan akhlaknya. Selain itu seorang da'i juga harus mampu membaca kecenderungan maupun psikologi mad'unya. Dengan begitu proses dakwah bisa berjalan dengan efektif.

3. Siapa yang kedua adalah sasaran dakwah atau mad'u dalam bahasa yang lain. Ia merupakan peserta dakwah, baik perseorangan atau kolektif, laki-laki atau perempuan, anak-anak atau orang dewasa demikian seterusnya.
4. Cara, menunjukkan metode yang digunakan dalam kegiatan dakwah. Juga dapat disamakan sebagai alat dakwah yang menjadi kelengkapan dari metode. Ada banyak cara yang dapat digunakan dalam berdakwah. Seperti; ceramah, dialog, keteladanan, melalui tulisan, karya sastra dan lain sebagainya. Cara atau metode menempati posisi yang tidak kalah penting dengan isi atau materi. Tidak sedikit persoalan-persoalan yang baik, disampaikan dengan cara yang kurang baik atau tidak efektif berdampak pada hasil yang tidak baik juga. Untuk itu cara dan metode harus benar-benar diperhatikan oleh seorang da'i.
5. Saluran, merupakan media yang digunakan dalam berdakwah. Ia dapat berupa saluran langsung tatap muka. Juga dapat berupa saluran media manakala dakwah dilakukan dalam jarak jauh, seperti telepon, radio, surat kabar, jurnal, majalah, televisi, internet (media sosial) dll.
6. Untuk, menunjukkan tujuan dakwah. Ia dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan yang sangat spesifik sampai tujuan yang sangat umum.

Peranan Media Sosial dalam Dakwah

Media sosial (medsos) telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, media sosial merupakan hasil dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Media sosial merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Pada saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya (Abdussalam et al., 2018; Kusumawardhany, 2018; Marougkas et al., 2023). Pada satu sisi, kemunculan media sosial telah menguntungkan banyak orang. Orang di belahan dunia manapun bisa dengan mudah berinteraksi dan ongkos yang jauh lebih murah dibandingkan melalui telepon. Selain itu, dengan adanya media sosial penyebaran informasi juga semakin cepat.

Beberapa kelebihan media sosial lainnya jika dibandingkan media konvensional antara lain (Madhani et al., 2021): *Pertama*, Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media social begitu mudah digunakan (user friendly), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet. *Kedua*, Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara live melalui telepon, sms atau twitter. Sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka. *Ketiga*, jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, Tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui media sosial, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna. *Keempat*, terkendali dan terukur. Dalam media sosial dengan sistem tracking yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama. Akan tetapi ada pula dampak negatifnya, di antaranya; berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung, menyebabkan kecanduan, serta persoalan etika dan hukum.

Ada banyak macam media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana berdakwah, antara lain (Deviyanti et al., 2020; Setia & Iqbal, 2021): 1) Media sosial dalam bentuk video. Di antara yang masuk dalam kategori ini adalah YouTube (www.youtube.com). YouTube merupakan situs berbagi video yang berkantor pusat di San Bruno California Amerika Serikat. Selain YouTube ada Vimeo (www.vimeo.com) dan DailyMotion (www.dailymotion.com). Meskipun dua yang terakhir ini kurang begitu familiar di Indonesia namun fungsinya hampir sama dengan YouTube. Maka, dengan adanya media sosial berbasis video seperti ini, siapapun dan kapan pun orang dapat mengakses untuk memanfaatkan video yang ada di dalam situs tersebut sekaligus juga dapat mengunggah video ke dalamnya yang nantinya akan dapat disaksikan oleh banyak orang. Untuk itu media ini sangat layak untuk dijadikan sebagai sarana untuk berdakwah bagi para da'i. Aplikasi Medsos dalam bentuk Mikroblog. Di antara yang termasuk dalam kategori ini adalah Twitter

(www.twitter.com), dan Tumblr (www.tumblr.com). Twitter merupakan aplikasi yang paling populer di Indonesia selain facebook. Sedangkan Tumblr merupakan aplikasi medsos yang didirikan oleh David Karp dari New York Amerika Serikat. Aplikasi ini dinilai cukup efektif untuk berdakwah karena para dai'i dapat memposting pesan-pesan moral yang bersumber dari nilai-nilai Islam ke dalam aplikasi tersebut sehingga bisa diakses dan dibaca oleh banyak orang. 2) Aplikasi Medsos Berbagi Jaringan Sosial. Di antara yang masuk dalam kategori ini adalah Facebook, Google Plus (<https://plus.google.com/>) dll. Sama seperti aplikasi yang lainnya, dengan aplikasi dalam kategori ini para da'i juga dapat memposting atau menshare pesan-pesan dakwah sehingga bisa diakses oleh bermanfaat bagi banyak orang. Dan masih banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana dalam berdakwah, seperti: blog, milis, grup diskusi, LinkedIn (www.linkedin.com), Scribd (www.scribd.com), Slideshare (www.slideshare.com), dan lain sebagainya.

Dakwah Melalui Media Sosial

Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 15% atau 38,2 juta dari total jumlah penduduk sekitar 251,2 juta jiwa. Sedangkan pengguna medsos di Indonesia juga mencapai sekitar 15% dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya, hampir seluruh pengguna internet memiliki akun medsos. Para pengguna medsos ini mengakses akun medsosnya rata-rata sekitar 2 jam 54 dan sebanyak 74% mengakses akunnya melalui smartphone (Abdurahman et al., 2023; Marpaung, 2018). Secara global, penggunaan medsos menunjukkan fenomena pertumbuhan yang sulit dihentikan. Digital Insights, pada September 2013 menyebutkan jumlah pengguna medsos seperti Facebook telah mencapai 1,15 miliar. Tidak sampai empat bulan, tepatnya pada akhir Januari 2014, The Next Web melansir pengguna aktif gurita jejaring sosial ini telah mencapai 1,23 miliar. Pengguna Facebook di Indonesia pada tahun 2014 ini diperkirakan mencapai 80 juta lebih atau nomor empat terbesar di dunia, data tersebut merupakan data ditahun 2014. Dengan pertumbuhan yang sangat signifikan tersebut, maka sudah bisa dipastikan ditahun 2016 ini mengalami peningkatan yang jauh lebih signifikan dalam penggunaan jejaring sosial oleh penduduk dunia.

Begitu massifnya manusia dalam memanfaatkan internet dan jejaring sosial. Maka, tentu akan sangat efektif jika jejaring sosial digunakan sebagai sarana untuk menebar kebaikan (berdakwah). Tentu segala informasi yang telah dishare di media sosial akan secara langsung dan mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun. Karena media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam.

Mc Luhan mengatakan bahwa *"The medium is the message"*, merupakan terbukanya gerbang dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya media sosial. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia, telepon merupakan perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Maka dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung. Hanya saja penggunaan dan kontrol terhadap media sosial saat ini masih belum tegas, sehingga masih sering terjadi tindak kriminal dalam media (Darimi, 2017; Hakim, 2020).

Oleh karenanya, pemanfaatan media sosial harus disertai dengan sikap arif dan bijaksana. Menggunakan media sosial secara bijak akan memudahkan seseorang untuk belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, ataupun berdakwah. Sebaliknya jika menggunakan media sosial dengan tidak hati-hati maka bisa juga berdampak pada hal-hal yang buruk. Karena telah ada UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang secara jelas mengatur soal perbuatan yang dilarang dalam memanfaatkan media sosial. Seperti; pencemaran nama baik diatur pada pasal 27 ayat 3 yang berbunyi: "setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/ atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik". Membuat pernyataan yang provokatif dan mengandung unsur SARA dijelaskan pada pasal 28 ayat 2; "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)".

Untuk itu, dalam pemanfaatan media sosial secara umum maupun sebagai sarana berdakwah harus memperhatikan etika-etika dan norma-norma dalam ber-medsos. Tidak boleh melontarkan kalimat-kalimat yang berpotensi pada pencemaran nama baik, juga dilarang membuat pernyataan-pernyataan yang provokatif dan mengarah pada persoalan isu SARA. Meskipun mungkin niatnya baik, namun perlu diperhatikan juga bahwa niatan baik harus dilakukan dengan cara-cara yang baik. Sehingga tidak menimbulkan kegaduhan dan tindakan diskriminatif.

Peran Media Sosial Sebagai Sarana Penyebar Dakwah di Era Digital diantara Tantangan dan Peluang

Sekarang ini media sosial memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana penyebar dakwah di era digital karena dengan ini para pendakwah bisa memiliki followers yang banyak dan bisa dikenal oleh banyak orang bahkan sampai di luar negeri. Para pendakwah atau da'i bisa memanfaatkan media sosial dengan baik karena berdakwah itu

tidak hanya di mimbar atau di tempat umum tetapi juga bisa berdakwah di media sosial, oleh karena itu para pendakwah bisa membuat konten-konten video dakwah dan akan disebarluaskan media media sosial baik di youtube, instagram, facebook, whatsapp, telegram dan masih banyak lainnya. Itu karena, pengguna media sosial atau khalayak bisa menonton konten-konten video tentang dakwah yang dibagikan tadi untuk mengisi waktu kosong mereka dengan hal yang bermanfaat dan nantinya akan di share ke orang-orang yang tidak mempunyai android.

Adapun peluang dalam berdakwah di media sosial yaitu: 1) Masyarakat lebih cepat mengakses pesan-pesan dakwah yang disampaikan dalam media sosial. 2) Dengan media masyarakat mampu memilih seorang da'i atau ustadz yang disukainya dan melihat dakwahnya kapan dan dimana saja sesuai keinginannya. Adapun tantangan dalam berdakwah di media sosial yaitu: Masyarakat pedalaman yang wilayahnya tidak sampai jaringan maka otomatis dakwah secara media ini tidaklah sampai kepadanya. Secara adab pastikanlah keberkahannya kurang karena tidak langsung bertatapapan pada siapa yang menyampaikan dakwah.

SIMPULAN

Dari uraian pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa; pertama, dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim. Dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, tidak diskriminatif dan tidak provokatif. Kedua, media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Berdakwah dengan media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan.

Adapun keutamaan berdakwah yaitu kita mesti memahami karakter yang dimiliki seorang da'i atau pendakwah yang sejati dan tidak hanya menguasai beberapa hadis dan hafalan ayat suci alquran atau menguasai seluruh ajaran tetapi dibutuhkan bagaimana dia menyampaikan pesan dakwah dengan baik dan lebih memahami materi yang akan disampaikan nanti. Media sosial dimana proses komunikasi selama ini hanya dilakukan melalui tatap muka baik itu massa maupun kelompok, dengan perkembangan ini banyak sudah yang memakai internet bahkan bisa menyebarkan informasi tentang dakwah-dakwah. Pada era digital ini kita sedang memasuki di era revolusi industry 4.0 pada perubahan ini dengan masuknya teknologi digital yang dimana berpengaruh pada diri kita sendiri, dan mampu berkomunikasi sebaik mungkin dan harus mampu memiliki keterampilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, A., Marzuki, K., Yahya, M. D., Asfahani, A., Pratiwi, E. A., & Adam, K. A. (2023). The Effect of Smartphone Use and Parenting Style on the Honest Character and Responsibility of Elementary School Students. *Jurnal Prima Edukasia*, 11(2).
- Abdussalam, A., Sulthoni, S., & Munzil, M. (2018). Media virtual reality tata surya untuk meningkatkan kemampuan retensi. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(9), 1160–1167.
- Adhicandra, I., Asfahani, A., Tanwir, T., Sitopu, J. W., & Irawan, F. (2024). Latest Innovations in Internet of Things (IoT): Digital Transformation Across Industries. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1027–1037.
- Afriani, G., Soegiarto, I., Asfahani, A., & Amarullah, A. (2024). Transformasi Guru sebagai Fasilitator Pembelajaran di Era Digital. *Global Education Journal*, 2(1), 91–99.
- Ajeng, A. T. (2018). Vlogger dan Konten Vlog YouTubers Palu: Motivasi Menjadikan YouTube Sebagai Media Bereksprei. *Kinesik*, 5(3), 50–65.
- Albantany, A. S. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Digital pada Pendidikan Dasar Islam. *BASICA: Journal of Primary Education*, 1(2), 134–150.
- Arif, M., Saro'i, M., Asfahani, A., Mariana, M., & Arifudin, O. (2024). Tantangan dan Peluang dalam Inovasi Pembelajaran Islam di Era Digital. *Global Education Journal*, 2(1), 73–80.
- Asfahani, A. (2019). Model Pengembangan Bahan Ajar Aqidah Akhlak (Studi Kasus Kelas Reguler dan Kelas Akselerasi MTs Negeri Ponorogo). *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 11(1), 13–36.
- Asfahani, A., El-Farra, S. A., & Iqbal, K. (2023). International Benchmarking of Teacher Training Programs: Lessons Learned from Diverse Education Systems. *EDUJAVARE: International Journal of Educational Research*, 1(2), 141–152.
- Asfahani, A., Sain, Z. H., & Mariana, M. (2023). Comparative Analysis of Educational Policies: A Cross-Country Study on Access and Equity in Primary Education. *EDUJAVARE: International Journal of Educational Research*, 1(1), 19–28.
- Damayanti, E., Djollong, A. F., Asfahani, A., & Yadav, U. S. (2024). Dynamics of Early Childhood Education in Taiwan: A Comparative Study of Traditional and Innovative Approaches. *Absorbent Mind: Journal of Psychology and Child Development*, 4(1), 65–75.
- Darimi, I. (2017). Information And Communication Technologies Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif Era Teknologi Informasi. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 111–121.

- Dessy, K., Zaenal, M., & Nurchotimah, A. S. I. (2021). Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di Era Pandemi COVID-19. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 97–113.
- Deviyanti, D., Ekawarna, E., & Yantoro, Y. (2020). Pengembangan media e-learning berbasis google classroom untuk meningkatkan hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI di SMA Unggul Sakti Jambi. *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 303–316.
- Endang, A. H., Pramita, A. J., Syahrudin, A. D., Syafaat, M., & Ismaya, I. (2022). Pengenalan Digital Dalam Membentuk Milenial Kreatif Untuk Menghadapi Era Society 5.0 Di Kabupaten Enrekang. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 369–376. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.1321>
- Faisal, P., & Kisman, Z. (2020). Information and communication technology utilization effectiveness in distance education systems. *International Journal of Engineering Business Management*, 12, 1–9. <https://doi.org/10.1177/1847979020911872>
- Furqan, F. (2015). Peran Jama'Ah Tabligh Dalam Pengembangan Dakwah. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 21(2), 32.
- García-Peñalvo, G. (2016). Future Trends in the Design Strategies and Technological Affordances of E-Learning. *Springer*, 1–23. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-17727-4>
- Gill, S. S., Xu, M., Ottaviani, C., Patros, P., Bahsoon, R., Shaghaghi, A., Golec, M., Stankovski, V., Wu, H., & Abraham, A. (2022). AI for next generation computing: Emerging trends and future directions. *Internet of Things*, 19, 100514.
- Gutomo, T. (2019). Penyebab, Dampak, dan Pencegahan Inses Causes, Impact, And Prevention Of Inses. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 43(1), 51–66.
- Hakim, L. (2020). Pemilihan platform media pembelajaran online pada masa New Normal. *Justek: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(2), 27–36.
- Hasan, Z., Nasution, M. A. A., Asfahani, A., Muhammadong, M., & Syafruddin, S. (2024). Menggagas Pendidikan Islam Holistik melalui Integrasi Ilmu Pengetahuan dan Spiritualitas. *Global Education Journal*, 2(1), 81–89.
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal: Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam. *Journal of Da'wah*, 2(1), 65–82.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal*

- Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Judijanto, L., Asfahani, A., Muqorrobin, S., & Krisnawati, N. (2022). Optimization of Organizational Performance by Utilization of AI for Strategic Management Insights. *Journal of Artificial Intelligence and Development*, 1(2), 107–116.
- Jusuf, R., & Bahuwa, M. A. (2020). Penanaman Nilai-Nilai Moral Melalui Metode Movie Learning dalam Pembelajaran Aqidah Akhlak Siswa Kelas IX MTs N 2 Kotamobagu. *Journal of Islamic Education Policy*, 5(2).
- Krisnawati, N., & Asfahani, A. (2022). Penggunaan Media Aktual dalam Pembelajaran Akidah Akhlak untuk Kelas Bawah MI/SD. *BASICA: Journal of Primary Education*, 2(1), 16–28.
- Kurniawan, M. A. (2022). Konsep Pendidikan Karakter dalam Al-Qur'an. *Al Mumtaz: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 1(1), 1–12.
- Kusumawardhany, P. A. (2018). Pengaruh kapasitas absorptif dan situs jejaring sosial terhadap kinerja inovasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(1), 71–88.
- Legi, H., Damanik, D., & Giban, Y. (2023). Transforming Education Through Technological Innovation In The Face Of The Era Of Society 5.0. *Educenter: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(2).
- Librianti, E. O. I., & Pratama, M. A. (2022). Transformasi Tradisi Lisan Sebagai Sarana Dakwah: Kajian Historis dan Tantangan Era Digital. *Journal of Community Development*, 1(1), 46–63.
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647.
- Mansir, F., & Fatimah, S. (2021). Penggunaan Aplikasi Pembukuan Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Pada UMKM Bangunjiwo Bantul. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 256–262.
- Manullang, Y., Effendy, J. A. R., Dewanto, A. I. Y., Ramadhani, M., Rahmadani, O., & Nurhayati, E. (2023). Dampak Penggunaan Bahasa Youtuber Gaming Windah Basudara Terhadap Perilaku Anak Dibawah Umur. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(12), 1033–1039.
- Marougkas, A., Troussas, C., Krouska, A., & Sgouropoulou, C. (2023). Virtual reality in education: a review of learning theories, approaches and methodologies for the last decade. *Electronics*, 12(13), 2832.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan. *KOPASTA: Jurnal*

- Program Studi Bimbingan Konseling*, 5(2), 55–64.
<https://doi.org/10.33373/kop.v5i2.1521>
- Murdiono, M., & Mardiana, D. (2019). Implementasi Metode Takrir Dalam Meningkatkan Kompetensi Literasi Al-Qur'an Di Pondok Pesantren Al-Izzah Kota Batu. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(4), 160–169.
<https://doi.org/10.32672/btm.v1i4.1594>
- Ni'amah, M., Asfahani, A., Musa, M., & Husnita, L. (2023). Pendampingan Kajian Agama dan Wawasan Keagamaan dalam Meningkatkan Spiritual Siswa SMK. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 11–19.
- Nurhidin, E. (2022). Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Meningkatkan Kualitas Literasi Membaca Qur'an Siswa Sekolah Menengah Atas. *Edudeena: Journal of Islamic Religious Education*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.30762/ed.v6i1.136>
- Oxford, T. (2015). The Oxford Guide To library Research. In *Choice Reviews Online* (Vol. 53, Issue 02). <https://doi.org/10.5860/choice.191866>
- Pratama, M. Y., Fadhillah, F. R., & Mandela, D. (2023). Utilization of Social Media (Instagram, Twitter and Facebook) as Educational Means Regarding Beauty Standards in the You're Enough Program. *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 1(3), 317–323.
- Rifat, M., Ilham, I., Bayani, B., & Asfahani, A. (2023). Digital Transformation in Islamic Da'wah: Uncovering the Dynamics of 21st Century Communication. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2933–2941.
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42.
- Sari, M. (2023). Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam dalam Pembentukan Karakter dan Etika Siswa di Tingkat Sekolah Dasar. *Al-Mujahadah: Islamic Education Journal*, 1(1), 54–71.
- Setia, P., & Iqbal, A. M. (2021). Adaptasi media sosial oleh organisasi keagamaan di Indonesia: Studi kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(2), 359–378.
- Taubah, M. (2016). Pendidikan Anak Dalam Keluarga Perspektif islam. *Journal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 109–136.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jpai.2015.3.1.109-136>
- Triayudi, A., & Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Sekar Handycraft. *JPM: Jurnal Pengabdian*

Masyarakat, 4(2), 137–141.

- Ummah, A. H. (2020). Dakwah digital dan generasi milenial (menelisik strategi dakwah komunitas arus informasi santri nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54–78.
- Waham, J. J., Asfahani, A., & Ulfa, R. A. (2023). International Collaboration in Higher Education: Challenges and Opportunities in a Globalized World. *EDUJAVARE: International Journal of Educational Research*, 1(1), 49–60.
- Yoga, S. (2019). Perubahan sosial budaya masyarakat indonesia dan perkembangan teknologi komunikasi. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 24(1).
- Zaenuri, L. A., & Kurniawan, A. (2021). Komunikasi Dakwah Dan Peran Ulama Dalam Mencegah Pernikahan Dini Di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 45–62.