

Peran Komunikasi Islam Dalam Penyebaran Dakwah di Media Sosial

Fauzi Wirahyuda¹, Nurul Adha Almayora Nasution², Nur Sa'adah³, Hasan Sazali⁴,
Tri Niswati Utami⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

⁵Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Correspondence Email : fauzi3005243013@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This research discusses the role of Islamic communication in the spread of da'wah on social media, which is increasingly important in the digital age. With the emergence of platforms such as Facebook, Instagram, and YouTube, da'wah is undergoing a transformation from traditional to digital methods, allowing preachers to reach a wider and more diverse audience. This research uses a qualitative method with a library research approach, analyzing various related literature. The results show that social media serves as a strategic tool to spread Islamic messages effectively and relevantly, especially among the younger generation. However, challenges such as the spread of hoaxes and radicalization need to be faced with the implementation of wise communication and digital literacy education. The conclusion of this study highlights the importance of utilizing social media to enhance the understanding and acceptance of Islamic teachings in modern society.

Keyword : *Islamic communication; da'wah; social media*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran komunikasi Islam dalam penyebaran dakwah di media sosial, yang semakin penting di era digital. Dengan munculnya platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, dakwah mengalami transformasi dari metode tradisional ke digital, memungkinkan pendakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan library research, menganalisis berbagai literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat strategis untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara efektif dan relevan, terutama di kalangan generasi muda. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks dan radikalisasi perlu dihadapi dengan penerapan komunikasi yang bijaksana dan edukasi literasi digital. Kesimpulan penelitian ini menyoroti pentingnya pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan ajaran Islam dalam masyarakat modern.

Kata Kunci : *Komunikasi Islam; Dakwah; Media Sosial*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi komunikasi, media sosial telah menjadi salah satu platform yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial, seperti Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, dan TikTok, memungkinkan informasi disebarkan secara cepat dan masif ke seluruh penjuru dunia. Dalam konteks ini, dakwah Islam juga telah mengalami transformasi besar, beralih dari metode tradisional yang berbasis tatap muka ke bentuk digital yang memanfaatkan jaringan internet.

Media sosial menawarkan peluang luas bagi para pendakwah untuk memperluas jangkauan dakwah dan mendekati audiens yang lebih beragam (Effendy, 2003). Komunikasi Islam dalam konteks dakwah di media sosial memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara efektif dan relevan dengan dinamika modern. Komunikasi Islam sendiri mengacu pada penyampaian pesan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam, termasuk aspek kesantunan, kejujuran, dan kepedulian sosial.

Dalam penyebaran dakwah di media sosial, komunikasi Islam berfungsi sebagai landasan yang mengatur bagaimana pesan-pesan dakwah seharusnya disampaikan agar tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan membangun. Dalam hal ini, para dai (pendakwah) harus memahami karakteristik media sosial dan memilih pendekatan komunikasi yang kreatif, edukatif, dan beretika untuk menghindari kesalahpahaman serta konflik (Hamidi, 2017).

Peran media sosial dalam dakwah juga penting mengingat fenomena generasi muda yang cenderung menghabiskan waktu di media sosial dibandingkan dengan media konvensional. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah di media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran yang interaktif dan menarik. Penggunaan

bahasa yang mudah dipahami, visual yang menarik, serta konten yang inspiratif dapat membantu memperkuat daya tarik dakwah Islam di kalangan generasi muda. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pendakwah dan audiens, sehingga pesan-pesan keislaman dapat dibahas secara lebih mendalam dan personal (Yunus, 2021). Namun, penyebaran dakwah di media sosial juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fenomena hoaks, ujaran kebencian, dan informasi yang dapat memicu kesalahpahaman tentang Islam.

Dalam hal ini, peran komunikasi Islam menjadi penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan dakwah tetap berada dalam koridor yang mengedepankan nilai-nilai Islam yang damai dan inklusif. Penggunaan bahasa yang bijak, menghindari provokasi, dan menanggapi komentar secara sabar adalah beberapa contoh penerapan komunikasi Islam yang efektif dalam konteks ini (Nurdin, 2018).

Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, dakwah Islam dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, serta menjawab kebutuhan spiritual masyarakat modern. Penelitian ini akan membahas bagaimana komunikasi Islam diterapkan dalam dakwah di media sosial, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya dalam menyebarkan pemahaman Islam yang moderat dan toleran. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi Islam yang lebih efektif dan relevan di era digital (Adnan, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan library research, yang memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena secara alamiah melalui analisis dokumen-dokumen yang relevan sebagaimana Cresswell dalam Chatra et al. (2023). Data yang digunakan

bersumber dari literature review yang dikumpulkan dari berbagai literatur terkait topik penelitian, di mana proses pengumpulan dan pengorganisasian data didukung perangkat lunak Atlas (Salam, 2023).

Dalam proses analisis data, tiga tahapan utama diterapkan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang merujuk pada metode (Sugiyono, 2018). Keabsahan data diuji menggunakan teknik kredibilitas melalui cross-checking untuk memastikan konsistensi dan keandalan hasil (Moleong, 2018). Proses ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola dan tema yang mendalam, memastikan bahwa temuan tersebut didasarkan pada data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan (Fadli, 2021).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak analisis kualitatif, yaitu Atlas.ti, yang mendukung proses pengkodean, pengelompokan, dan identifikasi tema dari berbagai sumber literatur yang relevan. Atlas.ti memungkinkan peneliti untuk menandai dan mengorganisir data dengan efisien, sehingga memudahkan dalam menemukan pola-pola yang muncul dalam kajian pustaka. Dengan bantuan alat ini, penelitian ini dapat menyusun temuan-temuan utama yang berkaitan dengan peran komunikasi islam dalam dakwah di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Literatur Riview

Berdasarkan artikel *Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern*. Tokoh agama dan influencer Muslim kini memanfaatkan media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, untuk menyebarkan dakwah. Platform ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens global melalui konten ceramah, video singkat, dan sesi tanya jawab. Penelitian menunjukkan

bahwa penggunaan visual menarik dan subtitle mempermudah penerimaan pesan, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi (Walidin, 2017).

Strategi konten seperti ceramah online, kutipan inspiratif dari Al-Quran, dan sesi interaktif melalui live streaming juga menciptakan komunikasi yang lebih personal dan efektif. Inovasi teknologi, seperti aplikasi doa harian dan podcast, membantu memperluas akses konten keagamaan. Namun, persepsi terhadap dakwah digital berbeda-beda: generasi muda umumnya lebih menerima, sementara generasi tua masih nyaman dengan dakwah konvensional (Abdussyukur et al., 2023).

Pada artikel *Berdakwah Di Media Sosial Sebagai Sarana Penyebar Dakwah Di Era Digital*. Dakwah adalah usaha untuk mengajak umat ke jalan yang benar dan menyampaikan pesan agama melalui berbagai media, baik secara langsung maupun melalui platform digital. (Menurut Aziz, 2004), seorang pendakwah harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, bukan hanya menguasai ajaran Islam. Media sosial berfungsi sebagai sarana penting dalam penyebaran dakwah, memungkinkan konten dalam bentuk gambar, audio, dan video menjangkau khalayak luas. Dengan platform seperti YouTube dan Instagram, pendakwah dapat menciptakan dan membagikan konten dakwah yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat (Al-Nafs, 2014).

Era digital memfasilitasi pertumbuhan dakwah melalui akses yang lebih cepat dan luas, tetapi juga menghadirkan tantangan seperti keterbatasan akses di daerah terpencil. Meskipun media sosial efektif, interaksi tatap muka tetap dianggap lebih berkah dan dekat (Niagahoster). Media sosial dan teknologi digital sangat berpengaruh dalam penyebaran dakwah Islam, membuka peluang baru namun tetap perlu mempertimbangkan tantangan

yang ada. Adaptasi terhadap perkembangan ini sangat penting agar pesan dakwah dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Pada artikel *Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam Di Era Digital*. Di era modern, platform digital seperti YouTube, Facebook, dan Instagram telah menjadi alat strategis bagi organisasi dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Menurut Lontoh et al. (2020), penggunaan media digital memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses ajaran Islam melalui ceramah online, sehingga meningkatkan pemahaman tentang agama (Parinata, 2021). Dakwah digital tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi keagamaan, tetapi juga menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, serta memperkuat komunitas Muslim online (Sulaeman et al., 2020; Amar Ahmad, 2013).

Strategi dakwah digital terbukti efektif dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas, serta memungkinkan interaktivitas yang lebih baik antara pendakwah dan audiens (Dwiraharjo, 2020). Ini menciptakan ruang bagi audiens untuk berpartisipasi aktif dan mendiskusikan tema keagamaan. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks dan keamanan data harus diperhatikan (Yati et al., 2023). Era digital memberikan peluang luas untuk dakwah, tetapi juga membawa tantangan serius, seperti risiko penyebaran informasi yang salah dan ancaman radikalisasi (Ummah, 2022). Oleh karena itu, pendidikan literasi digital dan sistem verifikasi informasi sangat penting untuk menjaga integritas dakwah.

Dakwah digital efektif dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman kepada audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda (Sutisna, 2022). Meskipun ada tantangan dalam verifikasi informasi, integrasi antara metode dakwah tradisional dan digital dapat memperkuat

pemahaman ajaran Islam secara efektif dan relevan di era modern. Penggunaan media digital yang bertanggung jawab dapat mendukung penyebaran nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat global saat ini.

Pada artikel *Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam*. Dakwah, sebagai komunikasi penting dalam Islam, berfungsi untuk menyebarkan nilai-nilai agama kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif dalam penggunaan teknologi digital. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga pembentukan karakter yang positif di kalangan remaja (Sugiestian, 2020). Komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan dakwah di era digital, dengan tiga peranan utama: memahami karakter masyarakat digital, menyampaikan pesan secara efektif, dan menjangkau audiens yang lebih luas (Hayat & Abidin Riam, 2022).

Namun, tantangan dalam komunikasi dakwah muncul dalam bentuk kesalahpahaman dan penyebaran hoaks, yang menuntut pendakwah untuk menyaring informasi dengan bijak dan menyampaikan ajaran yang akurat (Novita Ayu Febriana, 2021). Teknologi digital, seperti platform online dan media sosial, menjadi alat yang krusial dalam mendukung dakwah. Contohnya, platform "Belajariah" menawarkan kursus online yang mendukung pembelajaran agama Islam dengan kualitas yang terstruktur (Maulana Achmad et al., 2023).

Media sosial, seperti TikTok, YouTube, dan Instagram, berfungsi sebagai sarana penyebaran dakwah yang luas dan cepat, dengan konten yang dapat menjangkau berbagai generasi (Fajrussalam et al., 2023; Kholik, 2021). Dalam penggunaan media sosial, penting untuk memperhatikan cara penyampaian konten agar tetap efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Nilai-nilai ini juga berfungsi sebagai pedoman etis

dalam interaksi digital, mendorong penggunaan teknologi untuk kebaikan bersama (Santosa & Marvida, 2021). Secara keseluruhan, dakwah di era digital menunjukkan potensi besar dalam penyebaran nilai-nilai Islam, asalkan dilaksanakan dengan pendekatan yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang audiens yang dituju.

Pada artikel *Peran Media Sosial Dalam Dakwah Dan Komunikasi Di Era Society 5.0*. Era Society 5.0, yang dikembangkan di Jepang, berfokus pada kesejahteraan manusia melalui integrasi teknologi canggih dengan kehidupan sehari-hari. Berbeda dengan revolusi industri 4.0 yang menekankan pada produksi, Society 5.0 memprioritaskan kualitas hidup dan keberlanjutan (Okamoto, 2019; Setiawan dan Lenawati, 2020). Perubahan ini menuntut keterampilan adaptif di berbagai sektor, termasuk sosial, budaya, dan pendidikan. Disrupsi teknologi seperti big data dan Internet of Things (IoT) diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup manusia (Susilawati, 2021). Dalam konteks dakwah, media sosial memainkan peran yang sangat penting. Platform ini memungkinkan penyebaran pesan keagamaan yang lebih luas dan interaksi langsung antara pemuka agama dan audiens. Melalui media sosial, dakwah tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan agama, tetapi juga mempromosikan dialog antarbudaya (Fauzi dan Jannah, 2021).

Strategi efektif dalam menggunakan media sosial untuk dakwah meliputi penyajian konten yang beragam, interaksi langsung melalui live streaming, kolaborasi antar komunitas, serta pemantauan response audiens (Kaplan dan Haenlein, 2010). Selain itu, penting untuk memastikan etika dan keamanan dalam konten yang disajikan, serta menghindari materi yang kontroversial. Jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk dakwah mencakup jejaring sosial, blog, dan platform video

seperti YouTube. Dengan memanfaatkan media sosial, dakwah di era Society 5.0 tidak hanya dapat mencapai audiens yang lebih besar, tetapi juga memperkuat keterlibatan komunitas dan penyebaran nilai-nilai positif dalam masyarakat yang semakin terhubung (O'Reilly, 2011).

Secara keseluruhan, era Society 5.0 memberikan kesempatan baru bagi umat Islam untuk menjadi penggerak dalam penyebaran ilmu dan nilai-nilai agama melalui pemanfaatan media sosial, yang dapat memperkuat keberadaan mereka dalam konteks global yang terus berubah.

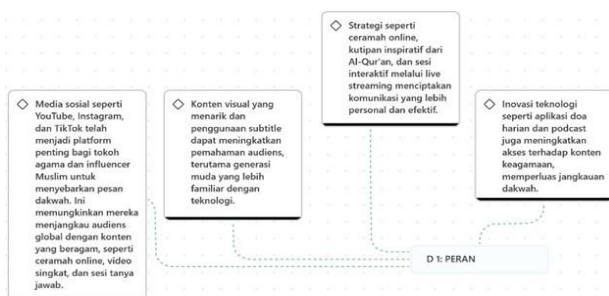
Pada artikel *Peran Komunikasi Islami Dalam Membangun Etika Dan Moral Masyarakat Muslim Di Era Digital*. Komunikasi dalam perspektif Islam memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah, yang menekankan pentingnya etika dalam interaksi verbal dan non-verbal. Prinsip utama komunikasi Islami meliputi kejujuran (shidq), yang menuntut umat Muslim untuk menyampaikan informasi dengan benar dan sesuai fakta, seperti dijelaskan dalam QS. Al-Ahzab: 70. Amanah (kepercayaan) juga merupakan prinsip penting, yang mewajibkan individu bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan (Al-Buthi, 1994). Selanjutnya, qaulan ma'rufa (perkataan yang baik) ditekankan dalam QS. Al-Isra': 53, yang mengingatkan pentingnya menyampaikan pesan dengan kata-kata yang baik, terutama dalam konteks digital untuk menghindari penyebaran ujaran kebencian. Tabayyun (verifikasi informasi) juga sangat relevan, terutama di era digital di mana hoaks sering beredar. QS. Al-Hujurat: 6 mengingatkan agar setiap informasi diperiksa kebenarannya untuk menghindari kerusakan sosial (Ali, 2018; Syamsuddin, 2020).

Dalam era digital, tantangan komunikasi Islami semakin kompleks dengan adanya penyebaran berita palsu. Penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting untuk menjaga moral dan etika

dalam berkomunikasi.

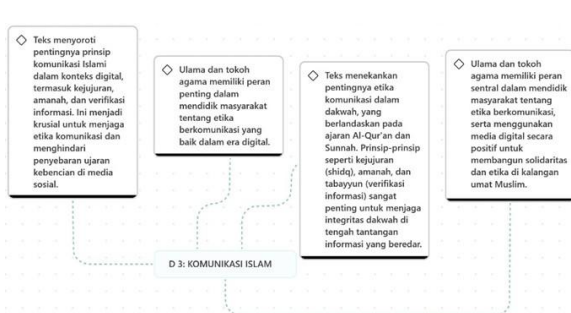
Praktik komunikasi Islami yang baik berfungsi untuk memperkuat identitas dan etika masyarakat Muslim, serta membangun solidaritas di antara mereka. Ulama dan tokoh agama memiliki peran vital dalam mendidik masyarakat mengenai etika berkomunikasi dan menggunakan media digital secara positif (Hamzah, 2021). Secara keseluruhan, prinsip komunikasi Islami tidak hanya berfungsi untuk menjaga etika dalam interaksi sosial, tetapi juga sebagai alat untuk membangun moral dan keharmonisan dalam masyarakat, baik dalam komunikasi langsung maupun digital.

Gambar 1. Peran



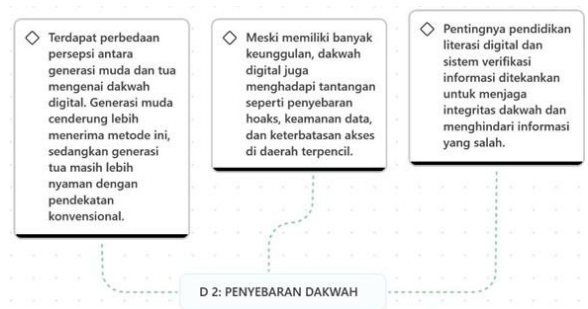
Sumber: Analisis ATLAS. ti 24

Gambar 2. Komunikasi Islam



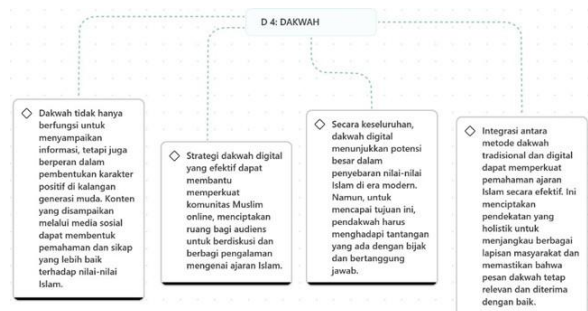
Sumber: Analisis ATLAS. ti 24

Gambar 3. Penyebaran Dakwah



Sumber: Analisis ATLAS. ti 24 Gambar

4. Dakwah



Sumber: Analisis ATLAS. ti 24 Gambar

5. Media Sosial



Sumber: Analisis ATLAS. ti 24

2. Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah Modern

Di era digital saat ini, media sosial telah muncul sebagai salah satu platform utama untuk penyebaran dakwah. Transformasi cara berkomunikasi ini menawarkan banyak peluang dan tantangan baru bagi para pendakwah. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memberikan kesempatan bagi pendakwah untuk menjangkau audiens yang sangat luas dan beragam. Melalui konten yang informatif dan

menarik, pendakwah dapat menyebarkan pesan-pesan Islam dengan lebih cepat dibandingkan dengan metode konvensional. Menurut Walidin (2017), penggunaan visual yang menarik dan subtitle dalam konten dakwah mempermudah penerimaan pesan, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Kecepatan dan luasnya jangkauan ini memungkinkan dakwah untuk mengatasi batasan geografis yang sering kali menjadi kendala dalam metode tradisional.

Salah satu keunggulan media sosial adalah kemampuannya untuk menciptakan interaksi langsung antara pendakwah dan audiens. Fitur-fitur seperti komentar, live streaming, dan sesi tanya jawab memungkinkan audiens untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan mendapatkan penjelasan langsung dari pendakwah. Dwi Raharjo (2020) menyatakan bahwa strategi dakwah digital yang interaktif terbukti lebih efektif dalam menjangkau dan melibatkan audiens. Interaktivitas ini tidak hanya meningkatkan pemahaman tetapi juga membangun keterikatan emosional antara pendakwah dan audiens, yang dapat memperkuat pesan yang disampaikan.

Generasi muda, sebagai pengguna aktif media sosial, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap konten digital. Mereka lebih terbuka dan responsif terhadap dakwah yang disampaikan melalui platform ini dibandingkan dengan metode tradisional. Al-Nafs (2014) mencatat bahwa dengan memanfaatkan media sosial, pendakwah dapat berbicara dalam bahasa yang lebih dekat dengan generasi ini, menggunakan gaya komunikasi yang relevan dan menarik bagi mereka. Pendakwah yang mampu menyesuaikan gaya dan pendekatan mereka dengan preferensi audiens muda dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah.

Media sosial juga memungkinkan pendakwah untuk menggunakan berbagai format konten, seperti video, gambar, teks, dan audio. Konten visual yang menarik, seperti grafik dan video singkat, dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah. Menurut Sugiestian (2020), penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan variatif dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Misalnya, penggunaan meme atau video pendek yang humoris dapat menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan cara yang lebih ringan namun tetap bermakna.

Dakwah melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi agama, tetapi juga berperan dalam menyebarkan nilai-nilai positif seperti toleransi, keadilan, dan kedamaian. Konten yang dibuat dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya dapat membantu memperkuat nilai-nilai ini di tengah masyarakat yang beragam. Menurut Amar Ahmad (2013), dakwah digital memiliki potensi besar untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat dan memperkuat komunitas Muslim online. Meskipun media sosial menawarkan banyak keuntungan, ada tantangan serius yang dihadapi, terutama dalam bentuk penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat. Pendakwah harus dapat menyaring dan memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Menurut Yati et al. (2023), penerapan prinsip komunikasi yang baik dan etika, seperti kejujuran dan verifikasi, menjadi sangat penting untuk menjaga kredibilitas dakwah. Oleh karena itu, pendidikan literasi digital menjadi hal yang esensial agar audiens dapat mengenali dan menghindari informasi yang salah.

Seiring dengan peningkatan penggunaan media sosial untuk dakwah, penting untuk mengedukasi audiens tentang literasi digital. Hal ini mencakup kemampuan untuk mengenali informasi

yang benar dan salah serta memahami dampak dari penyebaran informasi yang tidak akurat. Hamzah (2021) menyebutkan bahwa dengan meningkatkan literasi digital, masyarakat dapat menjadi lebih kritis dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Pendidikan literasi digital dapat membantu masyarakat memahami cara menggunakan platform digital secara positif dan produktif. Secara keseluruhan, peran media sosial sebagai platform dakwah modern sangat signifikan dalam menyebarkan pesan Islam dan nilai-nilai positif kepada audiens yang lebih luas. Pendakwah yang berhasil adalah mereka yang dapat memanfaatkan teknologi ini dengan bijaksana, menciptakan konten yang menarik, dan menjaga etika komunikasi yang baik. Dengan mengatasi tantangan yang ada dan mendidik masyarakat tentang literasi digital, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam memperkuat dakwah di era modern ini.

3. Tantangan dalam Penyebaran Dakwah Islam di Media Sosial

Penyebaran dakwah Islam melalui media sosial menawarkan banyak peluang, tetapi juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah risiko penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Di era digital, informasi dapat dengan mudah diunggah dan dibagikan tanpa melalui proses verifikasi yang ketat. Menurut Yati et al. (2023), penyebaran hoaks dapat merusak reputasi pendakwah dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap ajaran Islam. Masyarakat yang tidak teredukasi atau kurang literat digital dapat dengan mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan, sehingga menimbulkan kesalahpahaman tentang ajaran Islam yang sebenarnya.

Selain masalah hoaks, tantangan lainnya adalah munculnya radikalisme dan ekstremisme yang dapat

dipromosikan melalui media sosial. Beberapa kelompok ekstremis memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan ideologi mereka, seringkali dengan cara yang sangat menarik dan menggugah emosi. Hal ini menciptakan tantangan bagi pendakwah yang berusaha menyebarkan pesan damai dan moderat. Sulaeman et al. (2020) mencatat bahwa radikalisme di media sosial dapat menarik generasi muda yang rentan, sehingga menjadi tugas berat bagi pendakwah untuk memberikan alternatif yang positif dan edukatif dalam menghadapi informasi yang berbahaya.

Salah satu tantangan yang sering dihadapi adalah perbedaan persepsi antara generasi muda dan tua mengenai dakwah digital. Generasi muda lebih terbuka dan responsif terhadap konten digital, sementara generasi tua cenderung lebih nyaman dengan metode dakwah konvensional. Abdussyukur et al. (2023) menjelaskan bahwa meskipun generasi muda menerima dengan baik dakwah melalui media sosial, generasi tua masih berpegang pada cara-cara tradisional yang dianggap lebih berkah. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam penyampaian pesan dan penerimaan ajaran Islam di kalangan masyarakat. Pendakwah harus menemukan cara untuk menjembatani perbedaan ini, menciptakan konten yang relevan bagi semua kelompok usia tanpa kehilangan esensi ajaran Islam itu sendiri.

Kualitas konten juga menjadi tantangan penting dalam penyebaran dakwah di media sosial. Banyak pendakwah yang belum sepenuhnya memahami cara mengkomunikasikan pesan mereka dengan efektif di platform digital. Hal ini mencakup pemahaman tentang audiens, cara penggunaan bahasa, dan penerapan elemen visual yang menarik. Menurut Novita Ayu Febriana (2021), penting bagi pendakwah untuk tidak hanya menguasai ajaran Islam, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menjangkau

audiens secara efektif. Ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dapat mengakibatkan kurangnya minat dari audiens, terutama generasi muda yang lebih selektif dalam mengonsumsi konten.

Satu lagi tantangan yang tidak dapat diabaikan adalah isu etika dan moral dalam komunikasi digital. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, ada kemungkinan munculnya ujaran kebencian, diskriminasi, dan konten negatif yang dapat mencemari citra Islam. Prinsip komunikasi Islami yang mengutamakan kejujuran, amanah, dan qaulan ma'rufa harus ditegakkan oleh semua pendakwah. Al-Buthi (1994) menekankan pentingnya etika dalam interaksi, baik verbal maupun non-verbal, yang harus dipegang teguh oleh para pendakwah. Dalam konteks media sosial, ini berarti bahwa setiap pendakwah harus mampu memfilter konten yang mereka bagikan, menjaga agar tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam dan tidak menimbulkan konflik.

Di tengah berbagai tantangan ini, pendidikan literasi digital menjadi aspek yang sangat penting. Masyarakat perlu dibekali dengan keterampilan untuk memahami dan menyaring informasi yang mereka terima. Hamzah (2021) menyatakan bahwa literasi digital dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengenali informasi yang benar, serta membantu mereka menghindari hoaks dan konten negatif. Dengan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi, pendakwah dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman dan positif dalam penyebaran dakwah melalui media sosial.

Secara keseluruhan, tantangan dalam penyebaran dakwah Islam di media sosial mencakup penyebaran informasi yang salah, radikalisasi, perbedaan persepsi antara generasi, kualitas konten, dan isu etika. Pendakwah perlu memahami dan mengatasi tantangan ini agar dakwah

yang dilakukan tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga memberikan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam. Upaya untuk mendidik masyarakat tentang literasi digital dan penerapan prinsip komunikasi yang baik sangat penting dalam mengatasi tantangan ini, sehingga dakwah di era digital dapat berlangsung dengan efektif dan membawa manfaat yang nyata bagi masyarakat.

SIMPULAN

Dalam analisis Peran Komunikasi Islam Dalam Penyebaran Dakwah di Media Sosial, terlihat bahwa Media sosial berperan krusial sebagai platform dakwah modern, memungkinkan pendakwah untuk menyebarkan pesan Islam secara luas dan interaktif. Melalui konten yang variatif dan strategi komunikasi yang adaptif, dakwah dapat menjangkau generasi muda dengan cara yang menarik. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks, radikalisasi, dan perbedaan persepsi antar generasi mengharuskan pendakwah untuk lebih bijak dalam menyampaikan pesan. Pendidikan literasi digital menjadi kunci untuk menghadapi tantangan ini, sehingga dakwah dapat dilakukan secara efektif dan tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan memanfaatkan potensi media sosial dan mengatasi tantangan yang ada, dakwah dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pemahaman dan penerimaan ajaran Islam dalam masyarakat global.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdussuyukur, A., et al. 2023. *Learning Process for Islamic Religious Education Based on Minimum Service Standards for Education*. Tafsir, 4(3), 458-472.
- Adnan, M. A. 2020. "Strategi Komunikasi Dakwah di Era Media Sosial". *Jurnal Komunikasi Islam Indonesia*, 5 (3)
- Al-Irsyad Al-Nafs. 2014. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1-97
- Al-Nafs. 2014. *Dakwah di Media Sosial*:

- Penyebar Dakwah di Era Digital.*
- Ali, A. A. *Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages.* Journal of Islamic Studies, 2019
- Amar Ahmad. 2013. *Dakwah Digital: Penyebaran Nilai-Nilai Moderat.*
- Anderson, K. E. 2017. *Getting Acquainted with Social Networks and Apps: The Current State of Digital Media.* Journal of Communication and Media Research, 2017.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Laporan Survei Internet APJII 2020-2021.* Retrieved from APJII website. 2021
- Cayari, C. *The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music.* International Journal of Education & the Arts, 2011).
- Effendy, O. 2003. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi Wirahyuda, dkk – *Peran Komunikasi Islam*
- Fandy, T. *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi Dakwah Digital di Indonesia.* (Jakarta: 2014). Gema Insani Press
- Fandy, T. 2014. *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi Dakwah Digital di Indonesia.* Jakarta: Gema Insani Press.
- Hamidi, M. 2017. *Komunikasi Dakwah di Era Digital.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamzah. 2021. *Pendidikan Literasi Digital dalam Komunikasi Dakwah.*
- Nurdin, A. A. 2018. *Komunikasi Islam dalam Perspektif Media Sosial.* Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 10(2), 123-135.
- Sugiestian. 2020. *Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam Di Era Digital*
- Walidin. 2017. *Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern.*
- Walidin, B. 2017. *Manajemen Pendidikan Pondok Pesantren di Dayah Mudi Mesjid Raya Samalanga.* ITTIHAD, 1 (01).
- Yati et al. 2023. *Tantangan dalam Penyebaran Dakwah Digital.*
- Yunus, M., & Hanafi, H. 2021. *Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah di Indonesia.* Jurnal Komunikasi Islam, 9(1), 45-60.