

Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan Menyebarkan Islam di Media Sosial

Friyansyah
Universitas Lampung, Indonesia
friyansyah01@fh.unila.ac.id

Abstract: The development of digital technology has changed various aspects of life, including in the spread of Islamic da'wah. Social media is a strategic platform in conveying religious messages to the wider community. This article discusses the opportunities and challenges of digital da'wah in the modern era. The opportunities offered include wide reach, interactivity, and cost-effectiveness. However, digital da'wah also faces challenges such as misinformation, hate speech, and a lack of digital understanding. This research uses a qualitative approach with a literature study method to explore various aspects of digital da'wah. The results of the study show that digital da'wah can be an effective tool in spreading Islam if it is carried out with the right strategy and based on strong digital literacy.

Keywords: Digital, Islam, Opportunities and Challenges

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Media sosial menjadi platform strategis dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Artikel ini membahas peluang dan tantangan dakwah digital di era modern. Peluang yang ditawarkan mencakup jangkauan luas, interaktivitas, dan efektivitas biaya. Namun, dakwah digital juga menghadapi tantangan seperti misinformasi, ujaran kebencian, serta kurangnya pemahaman digital dai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menggali berbagai aspek dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan Islam apabila dilakukan dengan strategi yang tepat dan berbasis literasi digital yang kuat. Kata Kunci: Digital, Islam, Peluang dan Tantangan

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran ajaran Islam. Media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi alat utama bagi para pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dakwah yang sebelumnya terbatas pada majelis fisik kini dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui platform digital. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan baru yang perlu diantisipasi agar dakwah tetap sesuai dengan ajaran Islam dan memberikan manfaat yang optimal bagi umat.

Fenomena dakwah digital menunjukkan transformasi metode penyampaian pesan-pesan keislaman yang lebih interaktif, kreatif, dan menjangkau lintas generasi, terutama generasi milenial dan Gen Z. Selain sebagai peluang strategis dalam memperluas jangkauan dakwah, penggunaan media sosial juga menuntut pemahaman mendalam terhadap etika bermedia, validitas konten keagamaan, serta kemampuan adaptasi terhadap algoritma dan tren digital.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengubah cara kita berinteraksi, belajar, dan bahkan menyampaikan nilai-nilai keagamaan. Di tengah dunia yang semakin terhubung secara digital, dakwah Islam pun ikut bertransformasi. Media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, hingga TikTok, kini menjadi ruang baru bagi para pendakwah untuk berbagi pesan kebaikan kepada siapa saja, tanpa batas ruang dan waktu.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode **kualitatif** dengan pendekatan **studi literatur**. Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal akademik, buku, artikel, serta publikasi yang membahas dakwah digital di media sosial. Teknik analisis yang digunakan adalah **analisis isi**, di mana peneliti mengidentifikasi, mengkaji, dan menarik kesimpulan dari berbagai referensi yang relevan.

Langkah-langkah penelitian meliputi:

1. **Pengumpulan Data:** Mengumpulkan sumber-sumber yang membahas dakwah digital, peluang, tantangan, serta strategi optimalisasi.
2. **Analisis Data:** Menelaah konten yang berkaitan dengan efektivitas dakwah di media sosial serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi.
3. **Interpretasi Temuan:** Menyusun temuan penelitian berdasarkan analisis literatur untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peluang dan tantangan dakwah digital.
4. **Kesimpulan dan Rekomendasi:** Merumuskan kesimpulan serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dakwah digital di media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Peluang Dakwah Digital

1. Jangkauan Luas: Media sosial memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens global tanpa batas geografis. Setiap individu dapat mengakses ceramah, kajian, atau nasihat keagamaan dengan mudah melalui perangkat digital.
2. Interaktivitas: Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antara dai dan audiens. Hal ini meningkatkan keterlibatan umat dalam memahami Islam melalui diskusi dan tanya jawab langsung.
3. Efisiensi Biaya: Berbeda dengan dakwah konvensional yang memerlukan biaya operasional tinggi, dakwah digital dapat dilakukan dengan modal minim namun berdampak besar.
4. Kreativitas dalam Penyampaian: Berbagai format konten seperti video, podcast, dan infografis dapat digunakan untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Tantangan Dakwah Digital

1. Misinformasi dan Hoaks: Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi, termasuk dalam konteks keagamaan. Dai harus memastikan bahwa konten yang disampaikan berbasis pada sumber yang sah.
2. Ujaran Kebencian dan Radikalisme: Beberapa kelompok memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan narasi ekstremisme. Hal ini dapat merusak citra Islam sebagai agama yang damai.
3. Kurangnya Pemahaman Digital Dai: Tidak semua dai memiliki keterampilan digital yang memadai untuk mengelola platform media sosial secara efektif.
4. Distraksi dan Komersialisasi: Media sosial sering kali menyajikan konten yang bersifat hiburan dan komersial, sehingga dapat mengalihkan perhatian audiens dari konten dakwah.

Strategi Optimalisasi Dakwah Digital

1. Meningkatkan Literasi Digital Dai: Pelatihan dan edukasi bagi para pendakwah dalam penggunaan media sosial secara efektif dan etis sangat diperlukan.

2. Menyajikan Konten yang Menarik dan Berkualitas: Penggunaan desain visual, storytelling, dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik audiens akan meningkatkan efektivitas dakwah.
3. Kolaborasi dengan Influencer Muslim: Menggandeng tokoh yang memiliki pengaruh besar di media sosial dapat membantu meningkatkan jangkauan dakwah.
4. Penyaringan dan Verifikasi Informasi: Dai dan audiens harus lebih selektif dalam menerima serta menyebarkan informasi keagamaan agar terhindar dari misinformasi.

Kesimpulan

Dakwah digital merupakan inovasi dalam penyebaran Islam yang memiliki potensi besar dalam menjangkau masyarakat luas. Namun, tantangan seperti misinformasi, ujaran kebencian, dan kurangnya literasi digital dai perlu mendapat perhatian serius. Dengan strategi yang tepat, dakwah digital dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat nilai-nilai Islam di era digital.

Daftar Pustaka

- Alwi, H. (2021). *Komunikasi Digital dalam Dakwah Islam*. Jakarta: Pustaka Islamika.
- Fifi A. Rani, F. A., et al. (2025). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam: Antara Peluang dan Tantangan di Era Teknologi." *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1).
- Hasan, A. (2020). *Dakwah di Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Bandung: Mizan.
- Jafar, M. (2023). "Peluang dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi di Era 4.0." *Universal Grace Journal*, 1(1), 138–146
- Nashoihul Ibad, M. (2024). "Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok: Tantangan dan Peluang." *Al-Qudwah*, 1(2).
- Nasution, Z. (2019). *Media Sosial dan Transformasi Dakwah Islam*. Yogyakarta: LKiS.
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., & Ramadhan, A. Z. (2024). "Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi." *JMPAI*
- Rahman, F. (2022). *Peran Teknologi dalam Pengembangan Dakwah Islam*. Surabaya: Penerbit Al-Falah.

- Ridwan, R. & Tasruddin, R. (2024). "Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi." *AL-QIBLAH* 4(1)
- Yusuf, M. (2018). *Strategi Komunikasi dalam Dakwah Digital*. Malang: UIN Press.