



KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA DIGITAL: PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENDIDIKAN ISLAM

Maksum¹, Bagas Mukti Nasrowi²

^{1,2}UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

¹maksum24109@mhs.uingusdur.ac.id*

Received	Revised	Accepted
12 December 2025	24 January 2025	17 March 2026
https://doi.org/10.67528/ic.v5i1.31		

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya di bidang media sosial, telah membawa perubahan besar dalam metode dakwah Islam dan proses pendidikan agama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam pendidikan Islam melalui perspektif komunikasi dakwah, serta mengevaluasi efektivitas dan strategi pemanfaatannya di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka terhadap berbagai referensi ilmiah yang membahas dakwah digital, teori komunikasi, dan penggunaan media sosial. Temuan menunjukkan bahwa platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook kini menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara menarik, interaktif, dan kontekstual, terutama kepada generasi muda. Media sosial juga membuka peluang terjadinya interaksi dua arah antara pendakwah dan masyarakat, serta menyediakan ruang pembelajaran yang fleksibel dan berkesinambungan. Peralihan dakwah ke dunia digital menuntut adanya strategi komunikasi yang kreatif, adaptif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, baik dari segi isi maupun pendekatan penyampaian. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya sekadar alat penyebaran dakwah, tetapi juga berperan penting sebagai sarana pendidikan Islam dalam membentuk karakter serta memperkuat pemahaman keagamaan di kalangan masyarakat modern.

Kata Kunci: Dakwah Digital; Generasi Milenial; Komunikasi Dakwah; Media Sosial; Pendidikan Islam

Abstract

Advances in information and communication technology, particularly in the field of social media, have brought about major changes in Islamic da'wah methods and religious education processes. This research aims to analyze the role of social media in Islamic education through the perspective of da'wah communication, as well as evaluate the effectiveness and strategy of its utilization in the digital era. This research uses a qualitative approach with a literature study method of various scientific references that discuss digital da'wah, communication theory, and the use of social media. The findings show that platforms such as YouTube, Instagram, TikTok, and Facebook are now effective media for delivering Islamic messages in an interesting, interactive, and contextual manner, especially to the younger generation. Social media also opens up opportunities for two-way interaction between preachers and the community, and provides a flexible and sustainable learning space. The transition of da'wah to the digital world requires a communication strategy that is creative, adaptive, and in accordance with Islamic values, both in terms of content and delivery approach. Therefore, social media is not only a tool for spreading da'wah, but also plays an important role as a means of Islamic education in shaping character and strengthening religious understanding among modern society.

Keywords: Da'wah Communication; Digital Da'wah; Islamic Education; Millennial Generation; Social Media



PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang agama dan pendidikan. Salah satu dampak paling nyata dari perkembangan ini adalah hadirnya media sosial sebagai ruang baru untuk berdakwah dan menyebarkan ajaran Islam. Berdasarkan laporan *We Are Social* (2024), pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 181,9 juta orang, atau 66% dari total penduduk. Platform yang paling sering digunakan antara lain YouTube (94,7%), WhatsApp (92,5%), dan TikTok (79,3%). Angka ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi sarana penyebaran dakwah Islam secara luas, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat (*We Are Social*, 2024). Saat ini, media sosial bukan hanya tempat untuk berkomunikasi dan mencari hiburan, tetapi juga sudah menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dan pendidikan Islam (Fajrussalam & others, 2023; Wibowo, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, dakwah digital semakin berkembang pesat. Banyak pendakwah seperti Ustaz Hanan Attaki, Ustaz Adi Hidayat, dan Ustazah Oki Setiana Dewi menggunakan platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyebarkan dakwah dengan cara yang menarik dan dekat dengan kehidupan generasi muda. Gerakan “Pemuda Hijrah”, misalnya, menjadi contoh bagaimana dakwah digital mampu mengubah gaya hidup anak muda ke arah yang lebih religius. Namun, di balik kemajuan ini, muncul juga berbagai tantangan. Banyak beredar konten dakwah yang kurang dapat dipercaya, penyebaran ajaran yang bersifat sempit, dan pemahaman agama yang dangkal karena kurangnya kemampuan masyarakat dalam memilah informasi keagamaan di internet (Anas et al., 2024). Oleh karena itu, penggunaan media sosial untuk dakwah harus dilakukan secara bijak agar pesan Islam yang disampaikan tetap benar, mendidik, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman (Effendi et al., 2024; Najmatulhasna et al., 2024).

Melihat fenomena tersebut, dakwah di era digital tidak bisa dipandang hanya sebagai kegiatan menyampaikan ajaran agama, tetapi juga sebagai bagian penting dari pendidikan Islam yang berfungsi menanamkan nilai moral, spiritual, dan sosial kepada masyarakat melalui cara komunikasi yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman. Berdasarkan hal itu, penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan penting seperti bagaimana peran media sosial dalam mendukung pelaksanaan pendidikan Islam melalui dakwah digital, apa saja bentuk komunikasi dakwah yang efektif dan sesuai dengan karakter pengguna media sosial masa kini, dan mengenai segala tantangan dan peluang yang dihadapi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendidikan Islam. Melalui pembahasan ini, diharapkan muncul pemahaman baru tentang bagaimana strategi dakwah digital dapat dikembangkan agar lebih komunikatif, mendidik, dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern.

KAJIAN TEORI

Dakwah dalam pelaksanaannya selalu melibatkan unsur komunikasi yang memiliki peran sentral, terlebih di era digital, agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan sesuai dengan karakter masyarakat modern (Hayat & Riam, 2022). Romli (2013) dalam bukunya *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis* menyatakan bahwa dakwah



sejatinya merupakan bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengajak orang lain meyakini serta mengamalkan nilai-nilai Islam.

Teori komunikasi dari (McLuhan, 1964), yang dikenal dengan konsep "*the medium is the message*", menyatakan bahwa media bukan hanya menyampaikan pesan, melainkan turut membentuk cara pesan itu dipahami. Konsep ini sangat relevan dalam konteks dakwah digital, di mana bentuk dan gaya penyampaian pesan keislaman harus disesuaikan dengan karakteristik media yang digunakan. Dakwah kini berkembang melalui media visual dan kreatif seperti video, gambar, serta gaya penyampaian yang mengikuti tren kekinian (Maulana et al., 2018). Romli (2013) dalam Komunikasi Dakwah juga menegaskan pentingnya penyesuaian metode dakwah dengan media serta karakteristik audiens yang dituju.

Berbagai penelitian mendukung bahwa media sosial merupakan alat yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah karena sifatnya yang interaktif, cakupan yang luas, serta kemampuannya menjawab kebutuhan zaman (Najmatulhasna et al., 2024; Wibowo, 2019; Yati et al., 2023). Sejalan dengan hal ini, Ritonga (2019) dalam artikelnya Komunikasi Dakwah Zaman Milenial menyatakan bahwa internet dan media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan generasi milenial, dan sangat potensial untuk digunakan sebagai media dakwah. Penggunaan media sosial untuk kepentingan dakwah dan pendidikan agama, khususnya di kalangan pelajar, juga menunjukkan dampak positif dalam memperluas akses terhadap informasi keagamaan (Darwin et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) yang dipilih karena mampu mengkaji secara mendalam beragam gagasan, teori, serta hasil penelitian yang berhubungan dengan komunikasi dakwah dan pemanfaatan media sosial dalam konteks pendidikan Islam. Pendekatan ini memberikan peluang untuk memahami secara konseptual dan teoritis perkembangan dakwah digital melalui telaah terhadap berbagai sumber tertulis. Data dikumpulkan dari sejumlah literatur seperti buku, artikel ilmiah, dan dokumen lain yang relevan dengan topik pembahasan. Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi isi, serta keakuratan informasi yang terdapat di dalamnya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis isi, untuk memahami dan menjelaskan bagaimana dakwah disampaikan melalui media sosial.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menemukan bahwa platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok telah dimanfaatkan secara luas sebagai media dakwah. Para pendakwah dan institusi pendidikan Islam memanfaatkan media ini untuk menyampaikan materi keislaman dalam berbagai bentuk konten menarik, seperti ceramah daring, kutipan ayat dan hadis, infografis islami, hingga video pembelajaran dengan tampilan yang modern. Model penyampaian ini terbukti efektif dalam menarik perhatian, khususnya dari kalangan generasi muda yang sangat akrab dengan dunia digital (Fajrussalam & others, 2022; Najmatulhasna et al., 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan Darwin et al. (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi penting bagi remaja, termasuk untuk materi keagamaan, serta



berkontribusi positif terhadap penyebaran ajaran Islam. Salah satu contoh konkret adalah kanal YouTube Akhyar TV, di mana pengelola akun juga berperan sebagai pendakwah aktif (Maulana et al., 2018). Dakwah melalui media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara dai dan audiens. Fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan siaran langsung membuka ruang interaksi yang lebih aktif, serta mendorong keterlibatan dua arah dalam proses dakwah. Selain itu, konten dakwah dapat diakses kapan saja, menjadikan proses pembelajaran agama lebih fleksibel dan berkelanjutan (Effendi et al., 2024). Ritonga (2019) juga menyoroti pentingnya fitur interaktif ini dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah melalui media sosial.

Temuan ini memperkuat teori McLuhan (1964) bahwa media bukan hanya saluran, tetapi juga memengaruhi pemaknaan pesan (*"the medium is the message"*). Dalam konteks dakwah digital, media sosial tidak hanya menyampaikan, tetapi juga membentuk cara pesan diterima oleh audiens. Oleh karena itu, konten dakwah harus dikemas secara menarik dan relevan dengan gaya komunikasi digital agar dapat diterima dengan baik (Hayat & Riam, 2022). Dengan demikian, media sosial kini berperan sebagai ruang pembelajaran agama yang dinamis, interaktif, dan responsif terhadap perkembangan zaman (Rani, 2023; Yati et al., 2023). Hal ini mendukung gagasan Romli (2013) bahwa perkembangan studi komunikasi dakwah menunjukkan perlunya pemahaman dan pendekatan komunikasi yang lebih mendalam bagi para pendakwah. Ritonga (2019) menegaskan bahwa tanpa pemanfaatan media sosial, dakwah berisiko tertinggal dan kehilangan momentum di tengah arus digitalisasi.

PEMBAHASAN

Transformasi Dakwah di Era Digital

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara menyampaikan ajaran agama. Kini, metode dakwah mengalami pergeseran dari yang awalnya bersifat langsung dan tatap muka di masjid atau majelis taklim, menjadi lebih modern dan berbasis digital. Perubahan ini melahirkan bentuk baru dakwah yang dikenal sebagai dakwah digital, yakni penyebaran pesan-pesan Islam melalui berbagai platform media sosial dan teknologi daring seperti melalui saluran YouTube, TikTok, Instagram, podcast, hingga situs dakwah yang dapat mempermudah para dai dan pendakwah kini bisa menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas ruang dan waktu. Ini sangat relevan di tengah kebiasaan generasi muda yang tumbuh dan hidup dalam dunia digital. Seperti yang dikemukakan oleh Fajrussalam et al (2023) dan Wibowo (2019) menyatakan bahwa media sosial menjadi alat yang efektif untuk menyentuh hati kaum muda yang sudah akrab dengan teknologi.

Penggunaan media digital dalam dakwah saat ini tidak bisa dilakukan secara asal-asalan, menyebarkan ceramah secara daring tidak cukup jika hanya sekadar memindahkan isi kajian ke internet. Melainkan durasi, serta cara penyampaian harus disesuaikan dengan kebiasaan pengguna media sosial yang menyukai konten singkat, cepat, dan menarik secara visual. Misalnya, satu jam ceramah bisa dipotong menjadi video 1–3 menit yang mudah dicerna dan dibagikan (Fajrussalam & others, 2023; Hayat & Riam, 2022). Bahasa yang digunakan harus terasa dekat dan tidak kaku. Pendekatan yang santai, penuh



cerita, dan kadang dibalut dengan humor menjadi daya tarik tersendiri. Para dai pun kini tidak hanya bertugas menyampaikan ilmu, tapi juga menjadi figur publik yang harus bisa membangun komunikasi dua arah dengan pengikutnya. Dalam konteks ini, mereka juga berperan sebagai influencer yang memberi inspirasi sekaligus menjadi teladan.

Keberhasilan dalam berdakwah di era digital sangat ditentukan oleh sejauh mana pendakwah memahami latar belakang sosial dan budaya audiensnya. Seperti disampaikan (Hayat & Riam, 2022), kemampuan untuk menyesuaikan isi dakwah dengan kondisi masyarakat sangat penting di tengah derasnya arus informasi global. Teori McLuhan (1964) bahkan menegaskan bahwa media yang digunakan tidak hanya menjadi alat, tetapi turut menentukan bagaimana isi pesan itu dipahami oleh audiens, di sini menjelaskan bahwa media digital bukan sekadar saluran penyampaian, tetapi juga bagian dari cara umat menyerap nilai-nilai Islam. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital lebih bersifat interaktif dan berorientasi pada hubungan dua arah, tidak lagi sebatas ceramah satu arah seperti yang lazim ditemui dalam metode konvensional.

Perkembangan teknologi membuka peluang kerja sama antara berbagai pihak seperti pendakwah, lembaga pendidikan Islam, dan komunitas digital. Kolaborasi ini penting untuk memperkuat peran dakwah di tengah arus informasi yang cepat dan beragam. Karena itu, penggunaan media sosial untuk berdakwah kini bukan hanya pilihan tambahan, tetapi sudah menjadi kebutuhan agar pesan Islam tetap relevan dan mudah diterima oleh masyarakat masa kini. Meski begitu, dakwah di era digital memiliki sisi positif dan negatif. Di sisi positif, media sosial membuat penyebaran ajaran Islam menjadi lebih mudah, cepat, dan bisa menjangkau banyak orang, termasuk generasi muda. Namun, di sisi lain, muncul juga tantangan seperti penyebaran informasi yang salah, penafsiran agama yang keliru, serta perdebatan yang tidak sehat di dunia maya. Karena itu, para pendakwah perlu bijak dan beretika dalam menyampaikan pesan agar tetap membawa kebaikan dan kedamaian. Secara singkat, dakwah digital menjadi bagian penting dari perkembangan dakwah masa kini. Dengan cara yang kreatif, bijak, dan sesuai dengan perkembangan zaman, dakwah melalui media sosial dapat menjadi penghubung antara nilai-nilai Islam dan kehidupan generasi digital.

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Dakwah

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara dakwah disampaikan di era digital. Aplikasi seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook kini menjadi sarana yang sangat efektif bagi para pendakwah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Fitur-fitur seperti komentar, pesan pribadi (DM), siaran langsung, hingga tombol suka dan bagikan memungkinkan terciptanya komunikasi yang bersifat dua arah. Ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi berlangsung secara sepihak, tetapi membuka ruang bagi audiens untuk bertanya, berdiskusi, bahkan memberikan umpan balik terhadap materi yang disampaikan. Seperti yang diungkapkan oleh Ritonga (2019), kemampuan media sosial menjangkau berbagai kalangan, tanpa terbatas oleh usia, tempat tinggal, atau latar belakang, menjadikannya medium yang sangat potensial dalam menyebarluaskan pesan-pesan Islam.



Keunggulan lain dari media sosial adalah kemampuannya menyesuaikan bentuk dakwah sesuai dengan target audiens. Dai bisa mengolah konten dengan gaya yang relevan dan menarik bagi kalangan tertentu, misalnya seperti remaja yang biasanya lebih tertarik pada konten yang bersifat visual, singkat, dan menghibur seperti video singkat atau ilustrasi yang disertai pesan moral. Sementara itu, orang dewasa atau profesional mungkin lebih menyukai konten yang lebih serius dan mendalam seperti kajian keislaman dalam bentuk podcast atau diskusi daring. Fleksibilitas inilah yang membuat dakwah menjadi lebih tepat sasaran dan mudah diterima oleh berbagai segmen masyarakat (Maulana Achmad et al., 2023; Romli, 2013).

Media sosial ini selain sebagai media penyebaran pesan, juga mampu menjadi wadah terbentuknya komunitas-komunitas dakwah yang aktif. Komunitas ini terdiri dari orang-orang yang memiliki semangat yang sama dalam mempelajari dan mengamalkan ajaran Islam. Melalui interaksi yang terbangun di ruang digital, muncul semangat kebersamaan, saling menguatkan dalam kebaikan, dan saling mengingatkan dalam hal kebenaran. Nilai-nilai ukhuwah pun tumbuh dan berkembang, meskipun tidak bertemu secara fisik. Aktivitas seperti ini mencerminkan semangat amar ma'ruf nahi munkar dalam konteks dunia maya, tetapi tetap memberikan dampak nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Masyarakat modern dalam konteks ini dikenal sebagai Society 5.0, di mana teknologi dan nilai kemanusiaan saling terhubung, media sosial menjadi alat dakwah yang tidak hanya modern tetapi juga menyentuh sisi emosional dan spiritual manusia. Seperti yang disampaikan oleh Yati et al. (2023), media sosial memungkinkan dakwah untuk tidak hanya menyampaikan ilmu, tetapi juga membangun koneksi emosional yang memperkuat pemahaman dan penghayatan ajaran Islam. Hal ini membuktikan bahwa dakwah hari ini tidak harus terbatas pada mimbar atau majelis taklim, tetapi bisa menjangkau jutaan orang melalui satu postingan di dunia maya. Dengan begitu, media sosial bukan hanya menjadi alat bantu, tetapi telah menjadi bagian penting dari ekosistem dakwah yang lebih terbuka, inklusif, dan mampu beradaptasi dengan zaman.

Efektivitas Media Sosial dalam Pendidikan Islam

Media sosial di era digital seperti sekarang ini telah menjadi sarana yang sangat berpengaruh dalam penyebaran pendidikan Islam, khususnya di kalangan generasi muda. Anak muda masa kini lebih tertarik pada penyajian informasi yang visual, cepat, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, konten dakwah yang dibuat dalam bentuk video singkat, komik bertema Islami, meme, atau podcast ringan namun penuh pesan positif jauh lebih mudah diterima. Hal ini sejalan dengan temuan Anas et al. (2024) yang menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang santai tapi bermakna mampu menarik perhatian sekaligus membangun pemahaman agama secara bertahap.

Darwin et al. (2025) juga menjelaskan bahwa media sosial juga telah mengubah cara remaja belajar agama. Mereka tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pembelajaran formal di sekolah atau masjid, melainkan lebih aktif mencari informasi keislaman dari berbagai sumber online, termasuk dari pendakwah yang mereka ikuti di media sosial. Ini membuat proses pembelajaran jadi lebih fleksibel, karena bisa menyesuaikan dengan waktu, minat, dan kebutuhan masing-masing individu. Salah satu kekuatan utama media sosial dalam



konteks pendidikan Islam adalah kemampuannya membangun komunikasi dua arah. Fitur-fitur seperti kolom komentar, sesi live untuk tanya jawab, polling, dan forum diskusi membuat para pengguna bisa ikut aktif berdiskusi, mengajukan pertanyaan, atau berbagi pengalamannya. Maka dari sinilah sangat sejalan dengan prinsip pendidikan Islam yang menekankan pentingnya dialog, musyawarah, dan keterlibatan aktif dalam proses memahami ajaran agama. Bahkan, kini banyak akun dakwah yang menyediakan kelas online gratis tentang tafsir, fikih, akhlak, dan sejarah Islam. Materi-materi ini bisa diakses kapan saja, mendukung konsep pembelajaran seumur hidup dalam Islam.

Media sosial lebih dari sekadar sarana penyampaian materi, melainkan juga dapat berfungsi sebagai media pembentukan karakter Islami. Dengan konten yang rutin dan konsisten, seperti pesan motivasi, cerita keteladanan, atau kutipan ayat dan hadis, pengguna media sosial khususnya remaja perlahan-lahan akan terpengaruh cara pandang dan sikapnya. Konten seperti ini bisa menjadi pengingat harian yang membentuk kebiasaan baik serta memperkuat nilai-nilai keislaman dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dalam jangka panjang, ini akan membantu membangun karakter Muslim yang tangguh dan relevan di tengah dunia yang terus berubah. Maka dari pernyataan diatas tersebut dapat diartikan bahwa media sosial bukan hanya alat untuk menyebarkan informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang belajar yang menyentuh aspek emosional, spiritual, dan intelektual. Perpaduan antara teknologi dan nilai-nilai Islam membuat media sosial menjadi tempat yang efektif untuk menanamkan ajaran agama dengan pendekatan yang inklusif dan adaptif. Karena itu, pemanfaatan media sosial dalam pendidikan Islam bukan hanya penting, tapi juga menjadi strategi yang tepat dalam membentuk generasi Muslim yang berakhlak, cerdas, dan siap menghadapi tantangan dunia digital.

Strategi Optimalisasi Dakwah Digital dalam Pendidikan Islam

Dakwah Islam melalui media digital dapat memberikan dampak yang nyata, oleh karena itu diperlukan pendekatan yang tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga tetap berpijak pada nilai-nilai Islam dan dasar keilmuan yang kokoh. Dakwah digital bukanlah sekadar aktivitas berbagi konten keagamaan di media sosial, melainkan bagian dari proses pendidikan Islam yang bertujuan membentuk cara berpikir, perasaan, dan perilaku umat. Seperti yang dikemukakan oleh Romli (2013), komunikasi dakwah harus dibangun atas fondasi ilmu, bukan semata-mata berdasarkan opini tanpa landasan. Berikut beberapa strategi optimalisasi dakwah digital dalam pendidikan islam:

1. Strategi pertama yang perlu dilakukan adalah memperkuat kemampuan digital para pendakwah dan tenaga pendidik.

Seorang dai sebaiknya tidak hanya menguasai materi agama, tetapi juga paham bagaimana menyajikannya dalam bentuk yang menarik dan sesuai dengan karakter media yang digunakan. Mereka perlu terampil membuat konten visual, mengelola akun media sosial, hingga memahami etika dalam interaksi daring. Tidak kalah penting, generasi muda sebagai audiens utama juga perlu dibekali literasi digital agar dapat memilah informasi yang valid dan menghindari konten yang menyesatkan. Seperti dijelaskan Sugiyono (2015), kecakapan menyaring informasi keagamaan adalah bagian



dari keterampilan penting dalam menghadapi era digital. Hal ini senada dengan penelitian Darwin et al. (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi rujukan utama anak muda dalam memahami agama, sehingga penting bagi dunia pendidikan untuk memasukkan literasi ini dalam proses belajar-mengajar.

2. Strategi kedua adalah membangun kerja sama yang erat antara institusi pendidikan Islam seperti madrasah, pesantren, atau universitas Islam dengan para kreator konten Muslim yang aktif di dunia digital.

Kerja sama ini akan menciptakan sinergi antara kedalaman isi keagamaan dan daya tarik penyampaian yang sesuai dengan selera pengguna media sosial saat ini. Lembaga pendidikan dapat menyediakan bahan ajar yang sahih, sementara para kreator dapat mengemasnya dalam bentuk konten yang lebih ringan, menarik, dan relevan dengan platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, atau Spotify.

3. Strategi ketiga adalah memperhatikan segmentasi audiens.

Setiap kelompok masyarakat memiliki cara dan kebutuhan yang berbeda dalam menerima pesan dakwah. Misalnya, remaja biasanya lebih menyukai konten yang singkat, menarik secara visual, dan menghibur. Sementara itu, mahasiswa cenderung tertarik pada topik dakwah yang lebih mendalam dan tematik, sedangkan ibu rumah tangga lebih menyukai pesan yang praktis dan bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Karena itu, pendakwah perlu lebih dulu mengenali siapa audiensnya dengan memahami karakter, minat, dan kebutuhan spiritual mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan mengamati secara langsung, melakukan survei sederhana, berinteraksi melalui media sosial, atau menilai respons audiens terhadap dakwah sebelumnya. Dengan cara ini, pendakwah dapat memilih kelompok sasaran yang sesuai dan menyusun materi dakwah yang tepat, sehingga pesan yang disampaikan bisa lebih mudah diterima dan dipahami oleh setiap kelompok (Zaman et al., 2023).

4. Strategi keempat memanfaatkan fitur analitik yang tersedia di platform media sosial.

Data mengenai siapa saja yang mengakses konten, waktu paling aktif pengguna, serta tingkat respons terhadap konten yang dibagikan dapat menjadi bahan evaluasi yang sangat berguna. Dari sini, para pendakwah bisa menyesuaikan strategi mulai dari topik, format penyampaian, hingga waktu unggah agar dakwah digital menjadi lebih terarah dan berdampak (Ummah, 2023).

5. Strategi kelima menjaga etika dan akhlak dalam setiap aktivitas dakwah digital.

Pendakwah di dunia digital perlu menjadi teladan dalam menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang lembut, damai, dan tidak menimbulkan perpecahan. Mereka juga harus menghindari konten yang bersifat provokatif atau mengandung berita palsu (*hoax*). Isi dakwah sebaiknya menenangkan dan memberi semangat, bukan malah menimbulkan kebencian atau pertengkaran (Dafrizal & Putri, 2023). Cara berdakwah yang sopan dan bijak seperti yang dicontohkan Rasulullah tetap relevan hingga saat ini. Meski begitu, dakwah di media sosial juga memiliki tantangan dan sisi negatif yang



perlu diperhatikan, seperti banyaknya informasi yang tidak benar, munculnya ujaran kebencian atas nama agama, serta perdebatan yang tidak bermanfaat di kolom komentar. Selain itu, sistem algoritma media sosial yang lebih memprioritaskan konten viral sering kali membuat pesan dakwah yang bernilai tinggi kurang mendapat perhatian. Jika pendakwah mampu menerapkan strategi yang tepat, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana untuk menyebarkan informasi, tetapi juga bisa menjadi media pendidikan Islam yang menyeluruh dan membawa perubahan positif. Di tengah deras arus informasi dan tantangan zaman modern, dakwah digital berpotensi besar untuk melahirkan generasi Muslim yang tidak hanya beriman, tetapi juga cerdas dalam memanfaatkan teknologi. Inilah wujud dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman tetap berlandaskan nilai-nilai Islam, namun mampu menjangkau umat di ruang digital yang terus berkembang.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, dakwah digital tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga bisa menjadi sarana pendidikan Islam yang utuh dan berdaya ubah. Di tengah deras arus informasi dan tantangan zaman modern, dakwah digital berpeluang besar untuk membentuk generasi Muslim yang tidak hanya religius, tetapi juga cakap dalam menggunakan teknologi. Inilah bentuk dakwah yang kontekstual mengakar pada nilai-nilai Islam, namun tetap mampu menyapa umat di ruang-ruang baru yang terus berkembang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, terutama dengan hadirnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara dakwah dan pendidikan Islam dilakukan. Metode dakwah yang sebelumnya bersifat tradisional kini telah berkembang menjadi bentuk digital yang lebih dinamis, interaktif, dan selaras dengan karakteristik generasi milenial serta tuntutan era Society 5.0. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian ajaran Islam, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang efektif dalam membentuk kepribadian Islami secara emosional, spiritual, dan intelektual.

Studi ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki banyak kelebihan, di antaranya jangkauan yang luas, waktu yang fleksibel, penggunaan visual yang menarik, serta interaksi dua arah yang memperkuat keterikatan antara dai dan audiens. Media sosial juga mendukung terbentuknya komunitas dakwah online yang mempererat ukhuwah Islamiyah dan semangat dalam menegakkan amar ma'ruf nahi munkar secara virtual. Meski demikian, keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan para dai dalam memahami karakteristik media dan khalayak, serta dalam merancang pesan keislaman yang relevan, menarik, dan berbasis pada ilmu yang benar. Oleh karena itu, penguatan dakwah digital harus diarahkan pada peningkatan literasi digital para dai, kerja sama antar lembaga dakwah, dan penciptaan konten yang kontekstual, inklusif, dan edukatif serta dengan para dai memiliki sikap yang responsif terhadap perkembangan zaman dan teknologi, media sosial berpotensi menjadi sarana strategis dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara mendalam dan berkelanjutan, terutama kepada generasi muda.



Saran untuk penelitian berikutnya agar dapat mengkaji efektivitas dakwah digital pada kelompok usia atau latar sosial yang berbeda untuk melihat variasi penerimaan pesan keislaman. Studi komparatif antar-platform media sosial juga penting untuk mengetahui jenis konten yang paling efektif. Selain itu, diperlukan penelitian mengenai tingkat literasi digital para dai, termasuk keterampilan produksi konten dan etika bermedia. Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan model pelatihan dakwah digital serta strategi kolaborasi lembaga dakwah untuk meningkatkan kualitas dan akurasi pesan keagamaan di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A., Yusra, Y., & Amin, S. M. (2024). *Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan agama Islam bagi generasi milenial*. UIN Datokarama Palu.
- Dafrizal, & Putri, I. M. (2023). Etika dan strategi komunikasi dakwah Islam berbasis media sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 125–138. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>
- Darwin, S., Maulidin, S., & Muamalah, H. (2025). *Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan pada pelajar*. STIT Bustanul 'Ulum Lampung Tengah.
- Effendi, E., Raefaldhi, M., & Farisi, S. A. (2024). *Penggunaan media sosial sebagai sarana berdakwah*. UIN Sumatera Utara.
- Fajrussalam, H., & others. (2022). *Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam dalam kemajuan perkembangan teknologi*. As-Sabiqun.
- Fajrussalam, H., & others. (2023). *Penggunaan media sosial sebagai sarana pengembangan dakwah Islam*. *Innovative Journal*.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran komunikasi dakwah di era digital: Upaya maksimal pembelajaran agama Islam. *Ilmu Al-Qur'an (IQ): Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 79–93. <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>
- Maulana Achmad, J., Jannah, R., & Azizah. (2023). Media sosial sebagai strategi baru dalam dakwah Islam: Studi analisis pada platform “Belajariah.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v9i1.2109>
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukyat, T. (2018). Dakwah di media sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Najmatulhasna, H., Muzniyyah, H., & Mubarak, I. (2024). Peran dakwah dalam era digital: Eksplorasi potensi media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(1), 79–88. <https://doi.org/10.59059/altarbiyah.v2i1.725>
- Rani, S. (2023). Transformasi komunikasi dakwah dalam era digital: Peluang dan tantangan dalam pendidikan Islam kontemporer. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 207–216. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikrajarticle/view/3513>
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi dakwah zaman milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(1).
- Romli, A. S. (2013). *Komunikasi dakwah: Pendekatan praktis*.



- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 151–169. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia Report*.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan Islam di era digital. *Jurnal NU*.
- Yati, P., Putri, M., Putri, S. Y., Junia, J., Susanti, R., & Natalia, A. C. (2023). Dakwah Islam melalui media sosial sebagai sarana pendidikan. *Proceeding Conference on Da'wah and Communication Studies*, 2(1), 50–56. <https://proceedings.dokicti.org/index.php/CDCS/article/view/85>
- Zaman, M., Ilman, M. R., & Maulidi, I. (2023). Transformasi gaya dakwah Islam di era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 148–164. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i1.9343>