



DAKWAH DI PLATFORM DIGITAL: STUDI MANAJERIAL TENTANG PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN WEBSITE UNTUK PENYEBARAN ISLAM

Wahyu Khoiruz Zaman

IAIN Kudus, Kudus, Indonesia

wahyukz@iainkudus.ac.id

Zumrotul Lutfiah

IAIN Kudus, Kudus, Indonesia

zumrotullutfiyah38@gmail.com

Abstract

This research examines the problem of using social media and websites in Islamic da'wah in the digital era. With the rapid development of information technology, digital platforms have become an important means of spreading Islamic teachings. However, challenges arise regarding the effective use of these media, as well as appropriate content and audience management to achieve maximum impact. The aim of this research is to understand how managerial da'wah can be optimized through the use of social media and websites, as well as to identify best practices that can be adopted by preachers in this context. The method used in this research is library research, which includes literature studies from various sources, such as books, scientific articles, and case studies regarding da'wah on digital platforms. The analysis results show that the planned use of social media and websites not only expands the reach of information dissemination, but also increases interaction

with the audience. The conclusions of this research emphasize the importance of integrated managerial strategies in digital da'wah, as well as the need to adapt content according to platform characteristics to achieve da'wah goals effectively.

Keywords: *Da'wah, Digital Platform, Social Media, Spread of Islam.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji permasalahan penggunaan media sosial dan website dalam dakwah Islam di era digital. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, platform digital menjadi sarana penting dalam menyebarkan ajaran Islam. Namun, tantangan muncul terkait efektivitas penggunaan media tersebut, serta manajemen konten dan audiens yang tepat untuk mencapai dampak yang maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana manajerial dakwah dapat dioptimalkan melalui penggunaan media sosial dan website, serta untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh para dai di dalam konteks ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research, yang mencakup kajian literatur dari berbagai sumber, seperti buku, artikel ilmiah, dan studi kasus mengenai dakwah di platform digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan website yang terencana tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran informasi, tetapi juga meningkatkan interaksi dengan audiens. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya strategi manajerial yang terintegrasi dalam dakwah digital, serta perlunya adaptasi konten yang sesuai dengan karakteristik platform untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif.

Kata Kunci: Dakwah, Platform Digital, Media Sosial, Penyebaran Islam.

A. Pendahuluan

Seiring dengan pesatnya perkembangan era digital, media sosial dan website telah menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk dalam bidang dakwah Islam (Azmi, 2019). Platform seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan Facebook memungkinkan penyebaran pesan agama secara luas dan cepat. Dengan semakin banyaknya pengguna internet di seluruh dunia, dakwah Islam kini tidak lagi terbatas pada ruang fisik atau wilayah tertentu.

Masyarakat Muslim di berbagai belahan dunia dapat dengan mudah mengakses informasi dakwah dalam berbagai bentuk, baik berupa tulisan, video, podcast, maupun gambar. Meskipun peluang ini sangat besar, pengelolaan dakwah di dunia maya memerlukan perhatian khusus. Media sosial dan website bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga merupakan ruang interaksi, diskusi, dan bahkan perdebatan (Abrori & Alnashr,

2023). Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan yang tepat dan profesional untuk memastikan tujuan dakwah dapat tercapai dengan efektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang moderat, inklusif, dan beretika.

Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, dakwah Islam kini memiliki potensi yang sangat besar untuk menjangkau audiens di seluruh dunia. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang ini secara optimal, pengelolaan dakwah di dunia maya memerlukan perhatian khusus. Pengelola dakwah harus dapat menjaga integritas pesan, menghindari polarisasi, memfasilitasi diskusi konstruktif, serta mengedukasi audiens dalam hal literasi digital (Chudzaifah et al., 2021). Dengan pendekatan yang tepat dan beretika, dakwah digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan pesan Islam yang moderat, inklusif, dan damai di era digital ini.

Terdapat penelitian terdahulu yang menyoroiti dakwah di platform digital. Penelitian dari Cut Sri Wahyuni yang menjelaskan bahwa akun sosial media ustadz Hanan Attaki berupaya mengaktualisasi pesan-pesan diatas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui media sosial Instagram, ustadz Hanan Attaki merupakan pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan memiliki gaya anak muda pada zaman sekarang. Video yang diunggah berdurasi satu menit dan cara penyampaiannya dengan menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dipahami, juga dipandang efektif dan menarik oleh masyarakat atau kaum muda di zaman sekarang ini (Cut Sri Wahyuni, 2022). Penelitian dari Anam dan Wahyuni menjelaskan bahwa strategi dakwah untuk kalangan masyarakat Gempeng Bangil dan sekitarnya, yaitu melalui pengenalan teologi. Perantara pendidikan yang terbangun sebagai wasilah tersampainya dakwah adalah pilihan yang tepat bagi penduduk Gempeng dan sekitarnya. Pesan-pesan teologi yang disampaikan Syekh Jalaluddin sebagai kunci dakwah merupakan literatur yang terhubung ke Sunan Bonang sebagai gurunya (Anam & Wahyuni, 2021). Dari beberapa penelitian tersebut belum spesifik menjelaskan mengenai managerial dakwah digital dalam penyebaran Islam.

Artikel ini bertujuan untuk membahas aspek-aspek manajerial dalam pengelolaan dakwah digital, dengan fokus pada penggunaan media sosial dan website sebagai saluran untuk menyebarkan pesan Islam. Pembahasan ini meliputi perencanaan dan pengelolaan konten dakwah, pengelolaan audiens, serta strategi interaksi yang membangun. Artikel ini juga akan mengidentifikasi tantangan-tantangan yang sering dihadapi dalam dakwah digital, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, polarisasi pendapat, serta bagaimana

pengelola dakwah dapat mengatasi masalah-masalah tersebut. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola dakwah di dunia maya dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang di zaman digital.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan menganalisis fenomena dakwah Islam yang disebarakan melalui platform digital, terutama media sosial dan website. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah untuk memahami secara rinci berbagai aspek yang berkaitan dengan pengelolaan dakwah di dunia digital, termasuk strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan efektivitas pemanfaatan platform digital dalam menyebarkan pesan Islam. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang jelas dan mendalam mengenai praktik dakwah yang dijalankan di platform digital (Fadli, 2021). Sumber data dalam penelitian ini berupa buku, jurnal-jurnal dan website yang menjelaskan mengenai dakwah digital dan managerial penyebaran Islam. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi berdasarkan literatur-literatur penelitian terdahulu yang sudah didapatkan sebelumnya. Kemudian analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content*) dengan menjabarkan dan mereduksi hasil data, yang kemudian ditarik suatu kesimpulan.

B. Pembahasan

1. Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah

Dakwah adalah inti ajaran Islam yang berkaitan dengan upaya menyampaikan pesan-pesan Islam kepada orang lain dengan tujuan untuk mengajak mereka kepada jalan yang benar menurut ajaran agama. Dakwah, secara umum, dapat dilakukan melalui berbagai metode, baik secara lisan maupun tulisan. Di era digital seperti sekarang ini, dakwah tidak hanya terbatas pada ceramah di masjid atau pengajaran di sekolah-sekolah agama, tetapi juga telah merambah ke dalam ruang-ruang maya melalui platform digital seperti media sosial dan website. (Shihab, 2013)

Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan platform lainnya, menawarkan peluang yang sangat besar dalam menyebarkan pesan dakwah secara lebih luas, lebih cepat, dan lebih mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Media sosial menyediakan berbagai bentuk konten, mulai dari teks, gambar, hingga video, yang dapat disesuaikan dengan

kebutuhan audiens yang berbeda. Sebagai contoh, ceramah yang awalnya hanya dapat disaksikan oleh jamaah di sebuah masjid atau lembaga pendidikan, kini dapat disaksikan oleh siapa saja, di mana saja, melalui YouTube atau *Instagram Live*.

Di sisi lain, website juga memainkan peran penting dalam dakwah digital. Berbeda dengan media sosial yang sering kali bersifat interaktif dan berbasis pada real-time engagement, website lebih banyak digunakan untuk menyajikan konten dakwah yang lebih mendalam dan terstruktur. Website juga memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi secara lebih sistematis, seperti artikel, buku elektronik (*e-book*), kajian-kajian ilmiah, fatwa-fatwa, hingga forum diskusi yang bisa memfasilitasi percakapan lebih dalam mengenai topik-topik keagamaan.

Website juga memberikan kesempatan untuk menampilkan informasi yang lebih lengkap mengenai kegiatan dakwah, seminar, webinar, atau pelatihan yang bisa diakses kapan saja oleh audiens. Media sosial dan website memiliki karakteristik dan potensi yang berbeda dalam penyebaran dakwah, namun keduanya memiliki satu tujuan utama yang sama, yaitu mengajak masyarakat kepada kebaikan dan pencerahan melalui ajaran Islam. Oleh karena itu, penggunaan platform digital ini harus dikelola dengan bijaksana agar pesan dakwah yang disampaikan tetap akurat, bermanfaat, dan menginspirasi. (Mustafa, 2019)

Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, menawarkan potensi besar dalam menyebarkan dakwah kepada khalayak yang lebih luas dan lebih cepat. Platform-platform ini memungkinkan pesan dakwah untuk dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, tanpa terhalang jarak atau waktu. Berbagai jenis konten, mulai dari tulisan, gambar, hingga video, dapat diproduksi dan disesuaikan dengan preferensi audiens yang beragam. Sebagai contoh, ceramah agama yang sebelumnya hanya dapat dinikmati oleh jamaah di suatu tempat ibadah, kini bisa disaksikan oleh siapa saja, di mana saja, melalui platform seperti YouTube atau Instagram Live. Hal ini memberikan kesempatan bagi umat untuk terus terhubung dengan pesan-pesan keagamaan dalam kehidupan mereka sehari-hari, meskipun tidak selalu berada di tempat yang sama.

Selain media sosial, website juga memainkan peran yang signifikan dalam penyebaran dakwah digital. Meskipun lebih bersifat statis dan tidak interaktif seperti media sosial, website sering digunakan untuk menyajikan konten dakwah yang lebih mendalam dan terstruktur. Website memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai informasi secara lebih sistematis dan

terorganisir, mulai dari artikel-artikel keagamaan, buku elektronik (e-book), kajian-kajian ilmiah, fatwa-fatwa, hingga forum diskusi yang dapat memperdalam pembahasan mengenai topik-topik agama. Website juga menjadi wadah yang sangat baik untuk mempromosikan berbagai kegiatan dakwah, seperti seminar, webinar, dan pelatihan, yang dapat diakses oleh siapa saja kapan saja.

Karakteristik kedua platform ini media sosial yang lebih dinamis dan website yang lebih sistematis membuat keduanya memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi dalam menyebarkan dakwah. Media sosial menawarkan interaksi langsung dengan audiens, memungkinkan dakwah untuk lebih cepat menyentuh hati masyarakat melalui berbagai bentuk konten yang menarik. Sementara itu, website memberikan ruang bagi audiens untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam dan terstruktur mengenai Islam, yang mungkin tidak dapat disampaikan dalam bentuk yang lebih singkat atau interaktif.

Keefektifan media bergantung pada umat Islam itu sendiri. Artinya, kecakapan dan keikhlasan mereka dalam berdakwah melalui internet, serta kesungguhan mereka dalam merendam segala bentuk perpecahan dan perselisihan intern dalam umat Islam sangat berpengaruh pada sukses tidaknya misi suci ini. Untuk itulah, diantar kewajiban para pemimpin aliran-aliran dalam Islam agar berusaha semaksimal mungkin untuk dapat merukunkan dan meminimalisasi perbedaan dan berusaha mengedepankan persamaan. Dengan segala kelebihan dan kekurangannya internet ternyata dapat menjadi salah satu media alternatif dakwah informasi dan globalisasi. Keberhasilan media dakwah berpeluang pada kesiapan pengembang dakwah, terutama dalam mempersiapkan calon-calon dakwah provider yang memiliki kreatifitas yang memadai.

Penggunaan media sosial dan website dalam dakwah digital memberikan kesempatan untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, lebih cepat, dan lebih efektif. Namun, hal ini juga menuntut perhatian khusus dalam hal akurasi dan kualitas informasi yang disebarkan. Konten dakwah yang disampaikan harus dijaga agar tetap sesuai dengan ajaran Islam yang benar, menghindari informasi yang salah atau menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi para dai (pendakwah) untuk memanfaatkan media digital ini dengan bijaksana, sehingga pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya sampai kepada banyak orang, tetapi juga memberikan pengaruh positif yang mampu

memperbaiki kehidupan umat Islam, serta membawa mereka lebih dekat kepada Allah SWT.

2. Strategi Pengelolaan Media Sosial dan Website untuk Dakwah

Agar dakwah digital dapat berjalan dengan efektif, diperlukan pendekatan manajerial yang sistematis dan terencana. Beberapa strategi manajerial yang dapat diterapkan untuk mengelola dakwah di platform digital, khususnya media sosial dan website, antara lain yaitu: (Al-Qudsi, 2020)

Konten yang Berkualitas dan Relevan

Konten merupakan elemen utama dalam penyebaran dakwah. Konten dakwah yang baik adalah konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman. Konten harus disesuaikan dengan karakteristik audiens yang ingin dijangkau, baik itu usia muda, dewasa, maupun lansia. Dalam konteks media sosial, jenis konten yang bervariasi sangat penting, seperti video ceramah, artikel singkat, infografis, kutipan hadis atau ayat-ayat Al-Qur'an, serta gambar atau meme Islami yang dapat dengan mudah dibagikan oleh audiens. Selain itu, dalam hal website, konten yang lebih mendalam seperti e-book, artikel ilmiah, kajian tafsir, dan fatwa juga sangat dibutuhkan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang ajaran Islam. Hal ini akan membantu audiens memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam dan terstruktur.

Interaksi yang Positif

Salah satu keunggulan media sosial adalah kemampuannya untuk membangun hubungan dua arah antara penyampai dakwah dan audiens. Oleh karena itu, pengelola akun dakwah harus aktif berinteraksi dengan audiens. Respons terhadap komentar, pertanyaan, atau kritik harus dilakukan dengan bijak dan penuh kesantunan. Selain itu, interaksi positif dapat dibangun melalui sesi tanya jawab langsung, diskusi, atau bahkan membuat kuis yang melibatkan audiens agar mereka lebih aktif terlibat dalam dakwah.

Pemanfaatan Algoritma Media Sosial

Setiap platform media sosial menggunakan algoritma tertentu untuk menentukan bagaimana konten ditampilkan di feed audiens. Pengelola akun dakwah harus memahami cara kerja algoritma ini, seperti waktu posting yang tepat, penggunaan tagar yang relevan, serta teknik lainnya untuk memastikan konten dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas. Pemahaman tentang algoritma ini memungkinkan pengelola dakwah untuk memaksimalkan jangkauan dan dampak konten yang mereka buat.

Optimalisasi Website untuk Informasi Dakwah

Website menjadi sarana yang sangat baik untuk menyediakan informasi dakwah yang lebih mendalam dan terstruktur. Misalnya, artikel-artikel ilmiah, panduan praktik agama, dan kajian-kajian khusus dapat lebih mudah diakses melalui website dibandingkan media sosial. Selain itu, website memungkinkan pengelola dakwah untuk mengadakan kegiatan seperti webinar, seminar online, atau pelatihan yang bisa mengajak audiens lebih aktif dalam proses pembelajaran.

3. Tantangan dalam Pengelolaan Dakwah Digital

Meskipun dakwah digital memiliki banyak potensi, pengelolaan dakwah melalui platform digital tidak lepas dari tantangan. Beberapa tantangan utama dalam pengelolaan dakwah digital antara lain:

Penyebaran Informasi yang Salah (Hoaks)

Salah satu tantangan terbesar dalam dunia digital adalah maraknya penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Di media sosial, berita atau informasi bisa viral dengan sangat cepat, meskipun informasi tersebut belum tentu benar. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan dan pemahaman yang keliru tentang ajaran Islam. Oleh karena itu, pengelola dakwah harus selalu memverifikasi sumber informasi dan menyampaikan konten yang sah dan sesuai dengan ajaran Islam yang benar (Zainuddin, 2021).

Kontroversi dan Polarisasi Media

Media sosial sering kali menjadi arena perdebatan yang penuh dengan kontroversi dan polarisasi. Ketika dakwah disampaikan, ada kemungkinan bahwa ada kelompok tertentu yang tidak setuju atau bahkan menentang pandangan yang disampaikan. Hal ini bisa menimbulkan konflik dan perpecahan di kalangan umat Islam sendiri. Oleh karena itu, pengelola dakwah harus berhati-hati dalam menyampaikan pesandan menjaga sikap bijaksana agar dakwah yang disampaikan tidak malah memperburuk situasi.

Keterbatasan Sumber Daya

Mengelola dakwah di media sosial dan website memerlukan berbagai keterampilan dan sumber daya yang cukup. Pengelola akun dakwah perlu memiliki pengetahuan yang baik tentang agama Islam serta keterampilan teknis dalam membuat konten digital, seperti desain grafis, video editing, dan pengelolaan website. Banyak organisasi dakwah yang mungkin tidak memiliki sumber daya manusia atau finansial yang memadai untuk menjalankan strategi dakwah digital secara optimal.

4. Pentingnya Etika dalam Dakwah Digital

Dalam dakwah, etika sangat penting untuk menjaga kualitas pesan yang disampaikan. Dakwah digital tidak hanya tentang seberapa banyak audiens yang dijangkau, tetapi juga tentang bagaimana cara dakwah tersebut disampaikan. Pengelola dakwah harus menjaga integritas pesan dengan memilih bahasa yang santun, menghormati perbedaan pendapat, serta menghindari ujaran kebencian atau penyebaran informasi yang dapat menimbulkan fitnah. Selain itu, penting juga untuk menghindari penggunaan konten yang dapat merusak citra agama Islam atau menyebarkan kekerasan dan kebencian (Ridwan & Arifin, 2024).

Dakwah digital kini semakin menjadi komponen vital dalam menyebarkan pesan Islam ke seluruh dunia. Seiring dengan kemajuan teknologi dan mudahnya akses informasi melalui platform digital seperti media sosial, situs web, podcast, dan video, dakwah digital memiliki potensi luar biasa untuk menjangkau audiens yang luas, bahkan ke daerah-daerah terpencil sekalipun. Namun, meskipun peluang yang diberikan sangat besar, dakwah digital juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam hal etika penyampaian pesan (Al-Qaradawi, 2005).

Menjaga Keaslian Pesan

Etika dalam dakwah digital memiliki peranan penting dalam memastikan pesan yang disampaikan tetap terjaga kualitas dan keasliannya. Dakwah yang efektif tidak hanya berfokus pada jumlah audiens yang dijangkau, tetapi juga pada kualitas informasi yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dengan cara yang tidak sesuai dengan prinsip etika dapat mengurangi kepercayaan audiens dan mengurangi dampak positif dakwah. Sebagai contoh, jika dakwah disampaikan menggunakan bahasa yang kasar atau berlebihan, hal ini justru dapat membingungkan atau menyesatkan orang yang ingin lebih memahami Islam (Alhidayatillah, 2019).

Pesan dakwah seharusnya disampaikan dengan cara yang penuh kesantunan, sesuai dengan nilai-nilai agama, serta menghargai nilai

kemanusiaan dan kebudayaan yang ada. Para da'i digital harus dapat memilih kata-kata yang bijaksana dan menghindari kalimat yang dapat menyinggung perasaan kelompok atau individu tertentu berdasarkan agama, budaya, atau latar belakang sosial mereka.

Menghargai Perbedaan Pandangan

Dakwah digital memiliki potensi untuk menjangkau individu dari berbagai latar belakang, baik dalam agama, budaya, maupun pemahaman keagamaan. Oleh karena itu, pengelola dakwah harus dapat menunjukkan sikap terbuka terhadap perbedaan pendapat dan tidak terburu-buru menghakimi orang lain yang memiliki pandangan berbeda. Islam mengajarkan bahwa perbedaan merupakan bagian dari takdir Tuhan, dan kita diharapkan untuk menjaga adab serta menunjukkan sikap toleransi dalam setiap percakapan.

Contohnya, ketika menyampaikan pandangan tentang suatu isu, seorang pendakwah harus mengutamakan prinsip saling menghormati dan menghindari merendahkan pendapat orang lain. Proses diskusi atau perdebatan dalam dakwah digital harus dilakukan dengan cara yang konstruktif, penuh pengertian, dan menghargai perbedaan yang ada.

Menghindari Ujaran Kebencian dan Fitnah

Ujaran kebencian, fitnah, dan hoaks sering kali muncul di dunia maya, dan ini dapat merusak esensi dakwah yang seharusnya menyebarkan kedamaian, kasih sayang, dan pemahaman yang lebih baik tentang Islam. Oleh karena itu, para pengelola dakwah digital harus berhati-hati dalam memilih konten yang akan dibagikan. Jangan sampai pesan dakwah yang disebarluaskan justru memicu perpecahan, kebencian, atau kesalahpahaman terhadap ajaran Islam.

Sebagai contoh, menyebarkan konten yang berisi tuduhan tanpa dasar atau penghinaan terhadap pihak lain, meskipun dimaksudkan untuk membela agama, justru dapat menyebabkan dampak negatif seperti peningkatan kebencian antar kelompok atau agama. Dakwah digital yang etis harus

berfokus pada upaya membangun kesadaran dan pemahaman yang lebih baik bagi semua pihak, bukan sekadar menyerang mereka yang dianggap berbeda.

Menghindari Penyebaran Konten Negatif

Konten yang mengandung kekerasan, kebencian, atau stereotip negatif dapat merusak citra agama Islam dan memperburuk pemahaman orang tentang ajaran agama tersebut. Dakwah digital yang beretika harus mampu memilah dan memilih konten yang sesuai dengan prinsip Islam yang rahmatan lil-'alamin (rahmat bagi seluruh alam). Jika dakwah disampaikan melalui gambar, video, atau tulisan, pengelola dakwah harus memastikan bahwa konten tersebut tidak membawa pesan yang bisa disalahartikan atau digunakan untuk merugikan orang lain.

Penyebaran konten negatif di dunia maya juga dapat memperburuk polarisasi antar kelompok. Sebagai contoh, sebuah video yang mengandung unsur propaganda atau kebencian terhadap kelompok lain bisa memperburuk hubungan antar umat beragama. Oleh karena itu, penyampaian dakwah harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian dan berfokus pada nilai-nilai positif yang bisa mempererat keharmonisan sosial.

Pendidikan Media dan Literasi Digital

Penting bagi pengelola dakwah untuk menyertakan pendidikan media dan literasi digital dalam setiap aktivitas dakwah yang mereka lakukan. Dakwah digital tidak hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang membimbing audiens untuk menjadi lebih bijaksana dalam menggunakan teknologi dan media sosial. Ini melibatkan kemampuan untuk memilah informasi yang benar dan menghindari penyebaran berita palsu atau hoaks.

Dengan mengajarkan audiens untuk memahami cara kerja platform digital dan membedakan informasi yang benar dari yang salah, para da'i digital dapat berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih cerdas dan bijak dalam menggunakan teknologi. Selain itu, hal ini juga akan mengurangi risiko penyalahgunaan dakwah untuk tujuan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

5. Studi Kasus: Pengelolaan Dakwah Digital di Beberapa Organisasi Islam

Dakwah digital tidak hanya berfokus pada jumlah pengikut atau likes, tetapi lebih pada bagaimana pesan tersebut memberikan pengaruh positif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengelola dakwah harus terus berinovasi dalam menyampaikan pesan, memanfaatkan berbagai teknologi baru yang dapat menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang relevan dan mudah dipahami oleh generasi digital saat ini.

Islam adalah agama yang “*rahmatan lil alamin*”. Sehingga Islam harus disebarluaskan kepada umat manusia. Jika kita memiliki sebuah ilmu, jangan hanya diamalkan untuk kehidupannya sendiri, tetapi harus disampaikan kepada orang lain. Sebagai muslim yang beriman, kita diwajibkan untuk melaksanakan dakwah walaupun hanya satu ayat. Apalagi di era globalisasi yang serba kecukupan saat ini, banyak strategi, metode, dan media yang dapat kita lakukan untuk melaksanakan dakwah. Hadirnya media-media baru seperti surat kabar, majalah, sosial media, jurnal, film, televisi, radio, lukisan, iklan, lagu, dan sebagainya mempercepat penyebaran aktivitas dan materi dakwah. Berbeda ketika pada zaman Rasulullah dan sahabat media dakwah sangat terbatas, hanya berkisar pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyah bi al-uswah* ditambah dengan media penggunaan surat. Kehidupan generasi milenial yang tidak dapat dipisahkan dengan teknologi, secara tidak langsung turut mempengaruhi mereka untuk memiliki kreativitas dalam mengoperasikan sejumlah alat dan media berbasis teknologi. Memang sudah sepantasnya bahwa penggunaan internet dan teknologi harus disesuaikan dengan kebutuhan sehingga dapat dioperasikan dengan bijak. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi oleh generasi milenial juga merambah pada konteks dakwah. Salah satunya adalah ketika hal ini berimplikasi pada sebagian besar masyarakat muslim kontemporer di Indonesia yang memanfaatkan internet sebagai pembelajaran Islam (Nurhasanah Nurhasanah et al., 2023). Pada akhirnya, perkembangan teknologi dan penggunaannya yang dikuasai oleh

generasi milenial mampu memunculkan adanya metode baru dalam berdakwah. Arus penggunaan teknologi yang semakin pesat dan cepat berdampak pada mudahnya penyebaran informasi melalui sosial media.

Dalam hal ini, dakwah harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, namun tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip dasar ajaran Islam. Pendekatan dakwah yang digunakan harus selalu relevan dan berorientasi pada pembinaan karakter, bukan hanya pada penyampaian informasi yang bersifat sementara atau instan

Beberapa organisasi Islam telah berhasil memanfaatkan platform digital untuk mengelola dakwah dengan cara yang inovatif. Sebagai contoh, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menggunakan website untuk menyebarkan fatwa-fatwa terbaru serta mengadakan webinar mengenai masalah-masalah keagamaan yang relevan. Ustadz Abdul Somad, seorang dai terkenal, juga sangat aktif di media sosial, dengan akun Instagram dan YouTube yang menyebarkan ceramah-ceramahnya dalam bentuk video singkat yang mudah dipahami oleh audiens dari berbagai kalangan. Selain itu, akun @KonsultasiSyariah di Twitter menyediakan forum interaktif bagi pengguna yang ingin bertanya tentang berbagai masalah hukum Islam (Suharto, 2017).

C. Simpulan

Penggunaan media digital terutama media sosial dan website, telah menjadi instrumen yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam. Melalui analisis manajerial, penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi yang tepat, pemilihan konten yang relevan, serta pemanfaatan fitur-fitur interaktif pada platform digital dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan dakwah. Media sosial memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan personal dengan masyarakat, sedangkan website berfungsi sebagai sumber informasi yang lebih komprehensif dan terorganisir. Namun, tantangan dan risiko terkait penggunaan media digital juga perlu diperhatikan, seperti penyebaran informasi yang salah dan potensi konflik

ideologi. Oleh karena itu, penting bagi para penyiar agama untuk memiliki pemahaman yang baik tentang etika komunikasi dan manajemen konten di dunia maya. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi di kalangan da'i, serta kolaborasi antara berbagai elemen masyarakat dalam mengoptimalkan dakwah di platform digital. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah di era digital dapat berkontribusi positif dalam membentuk pemahaman yang lebih baik tentang Islam di masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- Abrori, A., & Alnashr, M. S. (2023). Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>
- Al-Qaradawi, Y. (2005). *Dakwah Islamiyah dalam Perspektif Kontemporer*. Gema Insani.
- Al-Qudsi, F. (2020). *Manajemen Dakwah Digital: Pendekatan dan Strategi*. Erlangga.
- Alhidayatillah, N. (2019). Urgensi Dakwah Bil Hikmah pada Generasi Millenial. *Idarotuna*, 1(2), 33–46. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v1i2.7024>
- Anam, K., & Wahyuni. (2021). Strategi Dakwah Syekh Jalaluddin, Murid Sonan Bonang di Pesantren Cangaan Bangil. *Inovatif*, 7(1), 188–197.
- Azmi, K. R. (2019). Model Dakwah Milenial Untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 25–58. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1557>
- Chudzaifah, I., Muhyiddin, M., & Hikmah, A. N. (2021). Esensi Dakwah di Era Digital dalam Menjawab Problematika Umat. *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 275–292. <https://doi.org/10.47945/tasamuh.v13i2.402>
- Cut Sri Wahyuni. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4522–4528.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Mustafa, A. (2019). *Digital Da'wah: Strategi Pengelolaan Media Sosial dan*

Website dalam Penyebaran Islam. Pustaka Setia.

- Nurhasanah Nurhasanah, Salwa Intan Fatikah, Silvy Aulia Arifah, & Meity Suryandari. (2023). Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah Kalangan Milenial Di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 63–76. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.149>
- Ridwan, M., & Arifin, Z. (2024). Etika Humor Dalam Dakwah: Analisis Kontroversi Ceramah Gus Miftah. *MUMTAZ*, 8(02), 280–294.
- Shihab, M. Q. (2013). *Dakwah Islam: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Mizan.
- Suharto, D. (2017). Pengelolaan Dakwah di Media Sosial: Studi Kasus. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 4(2).
- Zainuddin, F. (2021). *Dakwah dan Tantangan Era Digital: Penyebaran Hoaks dalam Media Sosial*. Al-Mizan.