

The Role of Social Media in Increasing the Relevancy and Accessibility of Dakwah: Challenges and Strategies of Dakwah

Ana Khoirunnisa¹, Amalia Roiehana Shofa²
Universitas Islam Negeri K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

ABSTRAK

Perkembangan dakwah pada era modern ini mengalami kemajuan yang pesat, mengalami berbagai perubahan. Maka dari itu peran media social dalam relevansi dan aksebilitas dakwah merupakan tantangan dakwah. Untuk mencapai keberhasilan dakwah harus mempunyai kemampuan seorang *da'i*. Membahas tentang media social dan dakwah untuk generasi milenial menjadi topik menarik, mengingat bahwa generasi saat ini atau disebut dengan Gen Z sangatlah aktif dalam menggunakan media social. Penggunaan metode yang tepat untuk memanfaatkan menggunakan media social secara tepat. Sehingga, dakwah di kalangan generasi milenial dapat mencapai hasil yang di harapkan. Dengan itu dakwah melalui media social sebagai alat komunikasi yang tren dan masa kini dapat menjadi suatu ketertarikan bagi kaum milenial untuk berdakwah.

ABSTRACT

The development of da'wah in this modern era is experiencing rapid progress, experiencing various changes. Therefore, the role of social media in the relevance and accessibility of da'wah is a challenge for da'wah. To achieve the success of da'wah, one must have the ability of a preacher. discussing social media and preaching for the millennial generation is an interesting topic, considering that the current generation or what is called Gen Z is very active in using social media. Use the right method to take advantage of using social media appropriately. With this, preaching among the millennial generation can achieve the expected results. With that, da'wah through social media as a trending and current communication tool can become an interest for millennials to preach.

Keywords: Social Media; Accessibility of Dakwah; Strategies of Dakwah



Correspondence Email:
anakhoirunnisa@gmail.com

PENDAHULUAN

Dakwah memiliki kedudukan yang sangat penting yaitu upaya terus menerus untuk mewujudkan dan menerapkan semua nilai ajaran islam disemua bidang kehidupan, karena islam selalu penting dalam segala situasi ruang dan waktu, hanya berlaku jika didukung oleh insan yang strategis dan professional. Dakwah merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja dan sadar dengan mengajak orang lain kejalan yang benar, yaitu berbuat baik dan mencegah perbuatan munkar (Fauzi, 2020). Kegiatan dakwah dan mengikuti laju perkembangan masyarakat dalam segala tantangan. Dakwah merupakan jantungnya agama karena kehidupan beragama sangat bergantung pada gerak dinamis dan kegiatan dakwah yang berlangsung tanpa batas waktu, dan tanpa kegiatan dakwah terjadi kevakuman dan stagnasi dalam perkembangannya.

Kemajuan teknologi informasi, khususnya dalam bentuk media sosial, telah membawa perubahan besar dalam cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia disekitar kita. Media social seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan *platfrom* lainnya telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Dalam kaitannya dengan dakwah, media sosial juga berperan penting dalam meningkatkan makna dan jangkauan dakwah dalam masyarakat luas. Dakwah yang dapat diartikan sebagai penyampaian pesan-pesan agama dan nilai-nilai agama kepada orang lain merupakan bagian penting dari kehidupan agama. Secara tradisional, dakwah sering di lakukan melalui pengajaran langsung ceramah masjid atau pertemuan kelompok kecil. namun, dengan munculnya media sosial, paradigma dakwah mengalami perubahan besar. Hal ini yang menyebabkan mengapa *New Media* dan Sosial Media memiliki peran yang sangat signifikan dalam proses rekonstruksi dunia modern dan mempengaruhi kehidupan di berbagai belahan dunia bagi mereka yang menggunakannya. Bagi para penganut dakwah dan penggiat dakwah berbasis media sosial, platform ini menjadi wahana yang

sangat efektif untuk menyebarkan ajaran Islam kepada seluruh lapisan masyarakat global melalui media sosial tersebut (Khumaedi & Fatimah, 2019)

Media sosial menawarkan peluang yang sangat besar untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat saat ini melalui platform ini. Lembaga dakwah dapat menggunakan berbagai fungsi seperti mengirimkan pesan, video, gambar. Misalnya seorang dai membagikan video dakwah yang menarik dan kisah-kisah inspiratif di YouTube atau Instagram, sehingga lembaga dakwah atau dai dapat menarik perhatian generasi muda yang lebih akrab dengan media sosial. Dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, baik dalam bentuk ucapan, perbuatan dan sikap yang santun, para dai mesti memiliki kapasitas dan integritas di hadapan umat dan juga di kehidupan sehari-hari (Wastiyah, 2020). Dai professional yang mengkhususkan diri di bidang dakwah, seyogianya memiliki kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah baik yang bersifat rohani atau yang bersifat fisik (Salim, 2018). Keunggulan dari dakwah dengan model yang menggunakan media sosial adalah tidak menjadikan materi dakwah akan hilang meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat (Purnamasari & Thoriq, 2021).

Di era globalisasi citra masyarakat selalu berubah sebagai akibat dari hubungan manusia. Dampaknya adalah perubahan sosial budaya, social ekonomi dan social politik yang cepat. Tantangan dakwah di era globalisasi semakin kompleks karena pesan yang disampaikan melalui media seperti internet menawarkan ide dan nilai yang dikemas dalam kemasan yang menarik hal ini menyebabkan terjadinya perubahan nilai dalam masyarakat yang jauh dari standar islam. Sebaliknya, dakwah dapat menggunakan media modern untuk mengidentifikasi dakwah. Masalah yang dihadapi masyarakat saat ini adalah masalah yang juga dihadapi umat islam. Tantangan dakwah diera globalisasi sangat berat karena masyarakat cenderung menggasosiasikan gerakan global dengan bangsa bangsa di dunia. Hal ini dapat dapat mengakibatkan terjadinya perubahan nilai-nilai

masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Oleh karena itu, perlu dikembangkan strategi dakwah yang mampu menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat agar dapat mengantisipasi permasalahannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi khususnya teknologi internet membawa perubahan yang cukup mendasar dan menjadi alat transformasi informasi yang efektif.

Sementara itu media sosial menawarkan banyak peluang positif dalam berdakwah ada juga tantangannya. Salah satu tantangan terbesar yaitu beragamnya konten yang dibagikan ke media sosial, seperti konten yang tidak akurat, bertentangan dengan ajaran agama, atau bahkan kebencian dan ekstremisme. Karena itu, penting bagi lembaga dakwah untuk memastikan bahwa konten yang dibagikan ke media sosial adalah valid, akurat, dan sejalan dengan ajaran agama yang benar.

LANDASAN TEORETIS

Dakwah

Dakwah menurut bahasa yaitu ucapan, atau ajakan. Secara sederhana, dakwah merupakan usaha untuk mengajak manusia ke jalan Allah (Hardian, 2018). Prof. Toha Yahya Oemar berpendapat bahwa dakwah islam terbagi menjadi 2 bagian, yaitu dakwah secara umum dan dakwah secara khusus. Dakwah secara umum adalah ilmu yang mencakup cara-cara dan pedoman untuk menarik perhatian orang.

Teori Perilaku

Salah satu ciri manusia adalah berperilaku dan bertingkah laku namun tidak mudah untuk mendefinisikan apa yang di maksud dengan perilaku. Menurut Azwar psikologi memandang perilaku manusia. sebagai reaksi yang bisa sederhana atau kompleks. Menurut Walgito, tingkah laku atau perbuatan disini dalam arti luas yang mencakup tingkah laku yang nampak dan yang tidak tampak. Dari pengertian tingkah laku dapat disimpulkan bahwa tingkah laku dapat juga disebut dengan tingkah laku individu yang melakukan perbuatan. Perilaku meliputi perilaku yang

terlihat dan tidak terlihat. Perilaku manusia tidak dapat dipisahkan dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan tempat individu itu berada.

Dalam hal ini beberapa teori perilaku yang dapat dikemukakan:

1. Teori Naluri adalah perilaku bawaan, perilaku bawaan dan naluri diubah oleh pengalaman
2. Teori Dorong, yaitu teori yang didasarkan pada pandangan bahwa organisme memiliki impuls tertentu. Keinginan ini terkait dengan kebutuhan organisme, yang membuat organisme berperilaku
3. Teori Motivasi. Rangsangan mendorong organisme untuk melakukan atau berperilaku baik secara positif maupun negatif;
4. Teori Atribut. Teori ini menjelaskan sebab-sebab perilaku manusia, pada dasarnya perilaku manusia dapat dikaitkan dengan atribusi internal maupun eksternal; Dan
5. Teori Kognitif. Dalam perilaku, Anda harus memilih apa yang harus dilakukan. Dengan kemampuan berpikir, seseorang mampu melihat apa yang telah terjadi sebagai bahan refleksi, selain melihat apa yang sedang dihadapi, juga mampu melihat apa yang terjadi dalam aktivitas manusia di masa yang akan datang.

Media Sosial

Media Sosial adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari suatu media kepada hayalak. Beberapa psikolog mengamati bahwa indra penglihatan dan pendengaran manusia merupakan media yang paling dominan dalam komunikasi antarmanusia. Pesan yang diterima melalui mata dan telinga tersebut masuk ke dalam pikiran manusia dan kemudian diproses dalam proses penentuan dan pengontrolan sikap terhadap suatu hal sebelum diekspresikan dalam bentuk tindakan (Cangara, 2010).

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat. Bahkan sejak lahirnya jaringan sosial atau media sosial yang mengantarkan era budaya popular. Saat ini, mengakses jaringan sosial lebih mudah

dan lebih cepat, tidak perlu menggunakan laptop atau komputer. Dengan menggunakan smartphone pun bisa. Selain itu, peran media sosial dalam menyebarkan berita dan informasi juga mulai menggantikan media tradisional. Realitas media kini telah mengubah kehidupan masyarakat, membentuk hiperrealitas yang menjadi bagian fungsional dari berbagai struktur sosial, terutama kehadiran televisi dan internet yang mengambil alih fungsi sosial manusia.

Fungsi Media dan Pengaruhnya

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat. Beberapa upaya dilakukan untuk mensistematisasikan fungsi utama media masa (laba atau pengaruh, ditargetkan atau tidak di targetkan.) yang awalnya dimulai dengan Lasswell merangkum hasil komunikasi sebagai fungsi kunci pemantauan lingkungan, afinitas (korelasi) bagian-bagian sosial dalam menanggapi lingkungannya, transmisi warisan budaya. Semua itu berturut-turut terkait dengan penyampaian informasi langsung. Memberikan komentar yang memudahkan pemahaman makna bagian-bagian informasi, serta pengungkapan kesepakatan (consensus), nilai-nilai budaya dan symbol-simbol yang di perlukan untuk pengiriman informasi. Untuk mempertahankan identitas dan kontinuitas kepada masyarakat.

Masyarakat modern ditandai dengan semakin tingginya waktu untuk bertukar informasi, baik dengan media komunikasi maupun dengan pemakaian teknologi komunikasi seperti telepon dan komputer (Qadaruddin, 2013). Menurut Denis McQuail, fungsi informasi dalam komunikasi masa dapat digabungkan dengan tiga pengertian yang masing-masing adalah : (tujuan) media adalah memberi informasi agar orang tau sesuatu tentang media. (Konsekuensi) dan informasi (Harapan) yang diharapkan dari media. McQuail berpendapat mengenai apa itu fungsi utama dari media untuk masyarakat yaitu :

- a. Informasi
- b. Korelasi

c. Kesinambungan

d. Hiburan

e. Mobilisasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak melalui prosedur statistik atau dalam bentuk hitungan, melainkan bertujuan mengungkapkan fenomena secara holistik-kontekstual dengan pengumpulan data dari latar/setting alamiah dan memanfaatkan peneliti sebagai instrument kunci (Fadli, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi penggunaan media social dalam dakwah melalui konten yang menarik dan menggunakan kampanye media social, platform dakwah khusus dan manfaatkan fitur media social seperti live streaming, cerita atau grub diskusi. Strategi pengembangan dakwah juga harus seiring dengan fungsi islam sebagai Rahmat bagi seluruh alam semesta. Diperlukan adanya kemampuan untuk mengaksespesan-pesan dakwah yang dapat bersaing dengan kemasan-kemasan yang maksiat dan semakin menggoda. Dakwah harus memberi makna dan fungsi dalam Tindakan ke masa depan.

Di era globalisasi, dakwah harus memiliki perhitungan yang cermat, analisis kondisi, meramalkan masa depan dengan pemikiran teoretis, kebijakan yang praktis dan sistematis, serta strategi yang kokoh yaitu ilmu yang berpedoman pada perspektif Islam sekaligus memperkuat ketahanan nilai-nilai Islam. . Globalisasi dan berurusan dengan efek negatif dan positif merupakan tantangan besar. Oleh karena itu, umat Islam harus menerapkan strategi yang tepat karena era globalisasi telah menjadikan dunia tanpa batas, budaya kini telah tergantikan oleh budaya global, pintu globalisasi telah membuka daerah-daerah yang terisolir. Remaja menghadapi berbagai dampak negatif dan positif dari globalisasi dan informasi. Remaja yang hidup saat ini pasti memiliki filter untuk menyaring pengaruh negatif. Islam telah

ditugasi strategi yang tepat dengan mengembangkan pemanfaatan teknologi informasi secara luas hingga berdampak positif bagi para pencari informasi dengan mengembangkan teknologi informasi (media cetak, elektronik, internet) dakwah. Metode dan strategi dengan bijaksana.

Strategi media social juga bisa berkembang melalui suatu Lembaga yang berkerja secara professional. Pemanfaatan media social sangat efektif. Untuk memperkuat nilai-nilai islam dalam aktifitas dakwah yang akomodatif. Dengan menggunakan media social agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Berdakwah menggunakan Bahasa dan gaya anak zaman sekarang agar diterima oleh remaja. Meningkatkan interaksi dan keterlibatkan. Dakwah memiliki tantangan besar karena beragamnya tantangan dan perubahan yang setiap kali memunculkan pertanyaan yang kritis, karena informasi semakin luas. Mana dakwah melalui media social inilah yang sangat di butuhkan, karena jasa iptek yang di pakai. Dengan adanya media social maka dakwah akan lebih mudah menyeluruh dan meluas.

SIMPULAN

Dakwah memiliki kedudukan yang sangat penting yaitu upaya terus menerus untuk mewujudkan dan menerapkan semua nilai ajaran islam disemua bidang kehidupan, karena islam selalu penting dalam segala situasi ruang dan waktu, hanya berlaku jika didukung oleh insan yang strategis dan professional. Kemajuan teknologi informasi, khususnya dalam bentuk media sosial, telah membawa perubahan besar dalam cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia disekitar kita. Tantangan dakwah diera globalisasi semakin kompleks karena pesan yang disampaikan melalui media seperti internet menawarkan ide dan nilai yang dikemas dalam kemasan yang menarik hal ini menyebabkan terjadinya perubahan nilai dalam masyarakat yang jauh dari standar islam. Pada hakekatnya dakwah merupakan segala usaha manusia yang di lakukan secara lisan, tertulis maupun sebagainya dalam rangka mengajak untuk beramar ma'ruf nahi munkar dengan tanpa adanya unsur pemaksaan. Dakwah lisan sudah ada sejak zaman

Rasullah SAW sampai saat ini, dan dakwah dalam bentuk tulisan seperti buku, surat kabar, televisi dan radio. Berdakwah ialah kewajiban setiap manusia, setiap orang dalam berbagai profesi bisa melakukan dakwah. Perkembangan di media social pada saat ini untuk berdakwah juga sangat mendukung sekali dan akan menjadi sasaran juga bukan hanya orang sekitar melainkan menyeluruh. Personalisasi dan keterlibatan yang lebih besar, da'i dapat berinteraksi langsung dengan penonton melalui komentar, pesan langsung atau *live streaming*. Penggunaan media social dalam dakwah dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan makna pesan-pesan keagamaan kepada khalyak yang lebih luas. Namun perlu diingatkan bahwa penggunaan media social dalam berdakwah juga membutuhkan kearifan dan pertimbangan etis agar pesan dakwah tetap sejalan dengan nilai-nilai agama dan tidak menibulkan kontradiksi atau kesalah pahaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2010). Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi. In *Rajawali Press*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fauzi, A. (2020). Problematika Dakwah di Tengah Pandemi Covid 19 Mewabah. *Jurnal Al-Hikmah*, 18(1), 27–36. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v18i1.22>
- Hardian, N. (2018). Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 5(1), 42–52. <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.92>
- Khumaedi, T., & Fatimah, S. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 2(2), 39–46.
<https://doi.org/10.51192/almubin.v2i2.64>
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*,

2(2), 87–99. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01>

Qadaruddin, M. (2013). Teori komunikasi media massa. In *IAIN Parepare*.

Salim, A. (2018). Peran Dan Fungsi Da'i Dalam Perspektif Psikologi Dakwah. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8(1).

<https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.401>

Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1).

<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>