

## Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Modern

DOI: [10.24014/an-nida.v46i1.19245](https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245)

**Syintia Nurfitria**

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung  
Email: [syintianurfitria94@gmail.com](mailto:syintianurfitria94@gmail.com)

**Arzam**

Institut Agama Islam Negeri Kerinci  
Email: [arzamzain46@gmail.com](mailto:arzamzain46@gmail.com)

**Abstract:** This article examines the urgency of social media as a means of da'wah through the media in the modern era. In today's modern era, social media has become evidence of the updating of information and the flow of modern technology, so it is necessary to study how to use social media, especially in da'wah. The formulation of the problem in this study is the urgency of social media as a means of da'wah in the modern era. Given the phenomenon of social media, it is currently the most in demand by the public. The method used in this study is a descriptive qualitative method using narrative as an explanation of the research being analyzed. The results of this study prove that da'wah is an activity in spreading Islam through invitations and appeals, one of which is using the media. The media that is currently considered the most effective in preaching is social media. Social media is considered adequate as a means of preaching. However, preaching through social media must pay attention to the ethics and norms of social media. So, it benefits in the event of worship through da'wah on social media. For the application of the study, this research can be helpful for further researchers because da'wah is and is always carried out by Da'i, and, of course, it must also be adapted to environmental conditions as well as technological developments and increasingly sophisticated and modern information flows. Thus, Da'i is required to be able to collaborate or compete with this technical flow both in terms of ability and knowledge.

**Keyword:** Urgency, Social Media, Da'wah

**Abstrak:** Artikel ini mengkaji tentang urgensi media sosial sebagai sarana dakwah melalui media di era modern. Di era modern saat ini, media sosial telah menjadi bukti dari kemutakhiran informasi dan arus teknologi modern, sehingga perlu diteliti bagaimana pemanfaatan media sosial tersebut terutama dalam dakwah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana urgensi media sosial sebagai sarana dakwah di era modern. Mengingat fenomena media sosial saat ini menjadi paling diminati oleh masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan narasi sebagai penjelasan dari penelitian yang dianalisis. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa dakwah merupakan kegiatan dalam penyebarluasan agama Islam melalui ajakan dan seruan, salah satunya adalah dengan menggunakan media. Media yang saat ini dianggap paling efektif dalam berdakwah adalah media sosial. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Akan tetapi, berdakwah dengan media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan dalam ajang beribadah melalui dakwah dalam media sosial. Untuk aplikasi kajian, penelitian ini dapat berguna bagi peneliti selanjutnya karena dakwah masih dan selalu dilakukan oleh para Da'i dan tentunya pula harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan serta perkembangan teknologi dan arus informasi yang semakin canggih dan modern. Sehingga, para Da'i dituntut untuk dapat berkolaborasi atau bersaing dengan arus teknologi ini baik dari sisi kemampuan dan pengetahuan.

**Kata Kunci:** Urgensi, Media Sosial, Dakwah

## PENDAHULUAN

Penyebaran arus informasi di era globalisasi, telah memberikan keuntungan terbesar dalam dunia komunikasi. Tidak dapat dipungkiri, semakin berkembangnya zaman, semakin pesat pula perkembangan teknologi modern. Informasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah melalui kegiatan komunikasi. Dalam aspek kehidupan masyarakat, komunikasi hadir sebagai salah satu sarana yang digunakan oleh individu maupun kelompok untuk melakukan interaksi sosial.

Selanjutnya, salah satu penyampai informasi yang paling cepat adalah melalui media. Mengacu pada pendapat Basyirudin Usman dalam Wahyuni tentang media bahwa media merupakan berbagai bentuk sarana yang digunakan dalam proses menyampaikan dan menerima informasi yang dapat didengar, dilihat, dibaca, dimanipulasi, dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya. Dengan kata lain, media adalah bentuk manifestasi dari informasi yang dikomunikasikan dengan berbagai cara dan metode serta disesuaikan dengan media yang ada.<sup>1</sup>

Telah diketahui, bahwa media yang di dalamnya terdiri dari media massa ini terbagi dalam tiga bagian yakni media cetak, media sosial, dan media elektronik. Ketiga bentuk media ini memiliki peranan, fungsi, dan karakteristik masing-masing dalam menyampaikan informasi pada khalayak. Media massa ini berlomba-lomba untuk dapat menyajikan informasi kepada khalayak serta ketiga media massa tersebut memiliki strategi tersendiri untuk menarik perhatian khalayak.

Media menjadi sebuah bagian yang terpenting dalam kehidupan masyarakat, disadari atau tidak media memiliki pengaruh positif maupun negatif dalam membentuk pola dan tingkah laku masyarakat. Pada setiap perkembangan zaman, media menjadi esensi masyarakat yang menunjukkan bahwa media dan masyarakat memiliki keterkaitan satu sama lain. Kemudian, dalam perkembangannya, media tidak sekedar menjadi sebuah entitas yang dapat menghasilkan produk budaya, politik, dan ekonomi saja. Akan tetapi, pada saat ini

---

<sup>1</sup> Dwi Wahyuni, "Agama Sebagai Media Dan Media Sebagai Agama," *JIA*, no. 2 (2017): 84.

media dapat menjadi sebuah sarana untuk menyampaikan berbagai macam ideologi maupun agama. Media dapat menjadi penyampai utama terhadap nilai-nilai keagamaan dan dapat membawa teologi baru dalam beragama. Hal tersebut tampak pada hasil informasi oleh media yang sebagian besar telah menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan agama.

Media dapat menjadi penyampai utama terhadap nilai-nilai keagamaan dan dapat menyampaikan berbagai teologi baru dalam beragama. Dalam mencari sumber hukum dan informasi mengenai sebuah agama, hampir keseluruhan masyarakat menggunakan media untuk mengakses informasi tersebut. Hal tersebut tampak pada hasil-hasil informasi yang disampaikan oleh media yang sebagian besar telah menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan agama. Agama menurut Annazilli didefinisikan sebagai sebuah sistem atau ajaran yang di dalamnya mengatur terhadap tata keimanan dan nilai-nilai keagamaan yang bersifat primitif dan disematkan pada manusia.<sup>2</sup>

Sehingga, berdasarkan definisi-definisi diatas terkait dengan media dan agama, maka kedua bentuk entitas tersebut menjadi suatu hal menarik untuk dipahami. Dalam perspektif sosiologis, selain sebagai media integrasi, di satu sisi agama dapat menjadi sebuah aspek yang dapat menimbulkan disintegrasi di lingkungan sosial. Selain itu, di era modern saat ini kehadiran media memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan perbuatan dan perilaku masyarakat. Fenomena media ini dapat merubah fungsi dari media, yakni media dijadikan sebagai "agama baru" pada masyarakat di era modern. Dari kedua sisi ini, maka dalam proses tampilan-tampilan keagamaan akan berbeda pada setiap media.

Pada saat ini, media massa satu persatu mulai meninggalkan gaya media lama dan mulai berpindah pada media baru. Tentunya, konvergensi ini dibarengi dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih dan modern serta bahkan dengan adanya *New Media* seperti internet sangat membantu

---

<sup>2</sup> M Haqqi Annazilli, "Relasi Antara Agama Dan Media Baru," *Syi'ar: IAIN Bengkulu* 18, no. 2 (2018): 29.

masyarakat untuk mengakses segala bentuk informasi. Hubungan antara teknologi dan kecepatan koneksi internet, telah mengubah sebagian besar gaya hidup seseorang dan bahkan kedua bagian penting ini telah mempermudah seseorang dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Dalam kurun waktu beberapa tahun ini, kemajuan teknologi baru telah mendorong generasi milenial untuk mulai kreatif dalam memanfaatkan konvergensi ini.

Dengan perkembangan teknologi di atas, maka penyampaian pesan pun dapat dengan mudah dilakukan, seperti halnya pada seorang Da'i yang ingin menyampaikan pesan-pesan Dakwah. Mungkin beberapa tahun ke belakang, para Da'i melakukan dakwahnya hanya menggunakan suaranya saja mengucapkan kata-kata dengan lantang agar terdengar oleh jama'ahnya. Seiring dengan berjalannya waktu, justru sebagian besar Da'i menggunakan *New Media* ini sebagai sarana dakwahnya dan bahkan mereka sendiri yang memroduksinya. Dengan demikian, fenomena diatas telah menjelaskan bahwa, kemajuan teknologi dan zaman juga mempengaruhi bagaimana bentuk agama ditampilkan, terutama pada *New Media* ini.

Kemudian, fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat saat ini bahwa sebagian besar dari mereka mulai migrasi pada media sosial. Istilah migrasi ini merupakan sebutan baru bagi masyarakat generasi lama yang sudah melek media. Hal ini dapat dijadikan kesempatan besar oleh para Da'i untuk menyebarluaskan ajaran Islam dan selalu mengajak terutama umat Islam dengan bersama-sama menuju jalan yang di ridhai oleh Allah Swt.

Media sosial yang di dalamnya merupakan dunia komunikasi dan informasi yang bersifat maya, telah berkontribusi dalam menyebarluaskan informasi secara luas bahkan cepat dan dapat diakses diseluruh penjuru negeri asalkan didaerah tersebut terdapat internet. Internet inilah yang nantinya menjadi pendukung utama dalam penggunaan media sosial. Nasrullah dan Rustandi menjelaskan bahwa perkembangan yang terjadi pada teknologi internet juga dirasakan oleh masyarakat Muslim, internet khususnya media sosial selain sebagai media komunikasi juga

dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keIslaman.<sup>3</sup> Sehingga hal inilah yang menjadikan realitas agama di media sebagai sebuah realitas bukan sekedar cerminan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan fakta-fakta diatas, dapat dipahami bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai ajang menebar kebaikan dan beribadah melalui Dakwah.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama terkait dengan pemanfaatan media sebagai sarana dakwah, namun memiliki tujuan yang berbeda dalam analisisnya. Adapun beberapa penelitian terdahulu antara lain: Pertama, Mutiawati tahun 2018 yang berjudul Dakwah di Media Sosial: Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram.<sup>4</sup> Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan yakni mengkaji terkait dengan fenomenologi dakwah melalui jejaring sosial. Namun, terdapat perbedaan dalam analisisnya. Disini, penulis mengambil dari fenomena Instagram. Adapun hasil penelitiannya menjelaskan bahwa di Indonesia media sosial telah dimanfaatkan dengan baik oleh para aktivis dakwah sebagai media dakwah, fenomena tersebut ditandai dengan maraknya penggunaan jejaring sosial khususnya instagram dalam berdakwah.

Kedua, Hidayat tahun 2020 yang berjudul Berdakwah di Media Sosial.<sup>5</sup> Penelitian mengkaji bagaimana berdakwah pada media sosial dengan mengutamakan etika. Adapun hasil dari kajian ini, bahwa setiap Muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah. Dalam berdakwah tidak seharusnya dilakukan dengan cara diskriminatif, konfrontatif, dan provokatif, melainkan dalam berdakwah seorang da'i harus bersikap arif dan bijaksana. Media sosial menjadi sarana berdakwah yang sangat efektif. Namun, dalam kegiatan berdakwah dengan menggunakan media sosial juga harus memperhatikan norma-norma dan etika

---

<sup>3</sup> Rulli Nasrullah and Dudi Rustandi, "Meme Dan Islam: Simularka Bahasa Agama Di Media Sosial," *Ilmu Dakwah: Academi Journal for Homiletic Studies* 10, no. 1 (2016): 115.

<sup>4</sup> Imas Mutiawati, *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)* (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018).

<sup>5</sup> Muh Taufik Hidayat, "Berdakwah Di Media Sosial," *IAIN Pare-Pare*, 2020.

bermedia sosial. Sehingga dengan adanya media sosial membawa kemanfaatan dan tidak menimbulkan permasalahan.

Ketiga, Rohman tahun 2019 yang berjudul *Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial*.<sup>6</sup> Pada studi ini mengkaji aktivitas masyarakat terhadap penggunaan media sosial sebagai ajang berdakwah. Hasil dari studi ini menjelaskan aktivitas dakwah yang dilakukan dengan media sosial memiliki pola persuasif, dan daya tarik atau faktor ethos. Pola-pola tersebut harus diperhatikan dengan baik untuk menciptakan daya tarik dan menghasilkan aktivitas dakwah yang efektif melalui media sosial. Hal tersebut telah dibuktikan oleh pendakwah yang menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dalam berdakwah, seperti Ustadz Adi Hidayat, Evie Efendi dan, Abdul Somad. Kegiatan dakwah yang mereka lakukan dengan pola-pola interaksi sosial, ethos, pola yang persuasif, dan memiliki daya tarik masyarakat ketika melakukan dakwah menjadikan kegiatan yang dilakukan sangat menarik dan efektif dalam berdakwah.

Keempat, Sumadi tahun 2016 yang berjudul *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan tanpa Diskriminasi*.<sup>7</sup> Penelitian mengkaji bagaimana berdakwah di media sosial dengan mengutamakan etika dengan tidak melakukan diskriminasi. Adapun hasil penelitiannya menjelaskan bahwa dakwah merupakan kewajiban bagi setiap Muslim. Dakwah harus dilakukan dengan mengedepankan sikap arif dan bijaksana, serta tidak dilakukan dengan cara provokatif, diskriminatif, dan konfrontatif. Namun, pendakwah juga harus memperhatikan etika dan norma dalam bermedia sosial.

Oleh karena itu, berdasarkan dari penelitian-penelitian terdahulu dan jika dibandingkan dengan studi yang dilakukan peneliti. Maka terdapat perbedaan bahwa sebagian besar dari peneliti sebelumnya mengkaji dari aplikasi lain yang terdapat di media sosial, dari etika, dan dari unsur komunikasinya. Sementara,

---

<sup>6</sup> Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Tatar Pasundan Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13, no. 2 (2019).

<sup>7</sup> Eko Sumadi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi," *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016).

peneliti lebih memfokuskan bagaimana para Da'i dapat memanfaatkan sebaik mungkin media sosial ini terutama Youtube dan Bahasa yang digunakannya, agar dapat sebagai media untuk beribadah melalui dakwah.

## PEMBAHASAN

### Defenisi Dakwah

Dakwah merupakan suatu tindakan mengajak, menyampaikan, atau menyeru masyarakat untuk mempelajari, memeluk, dan mengamalkan ajaran-ajaran agama secara sadar dengan tujuan untuk membangkitkan dan mengembalikan potensi fitrah serta meraih kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat. Munawwir menambahkan bahwa kata dakwah jika dilihat dari isim mashdarnya berarti memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, dan memohon.<sup>8</sup> Berdasarkan KBBI definisi ini sama dengan definisi dakwah dari Kamus Besar Bahasa Indonesia.<sup>9</sup>

Menurut Muhiddin<sup>10</sup> dalam Amaliyah menjelaskan bahwa dakwah adalah sebuah ajaran agama yang menjadi rahmat untuk umat manusia dan berisi tentang nilai positif, seperti ketentraman, rasa aman, dan berisi kesejukan (*al-amn*).<sup>11</sup> Dalam berdakwah terdapat dua segi yang harus diperhatikan, yakni isi dan bentuk dakwah (substansi dan format), pesan yang akan disampaikan dan metode yang digunakan dalam menyampaikan dakwah (esensi dan metode). Kedua segi tersebut tidak dapat dipisahkan. Namun, isi dan pesan yang terdapat di dalam dakwah memiliki dimensi yang universal dan tidak dapat terikat dengan ruang dan waktu tertentu.

---

<sup>8</sup> Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab Indonesia* (Yogyakarta: Pondok Pesantren al-Munawwir, 1984). 786.

<sup>9</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990). 235.

<sup>10</sup> Muhiddin Asep, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi, Dan Wawasan* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 23.

<sup>11</sup> Efa Ida Amaliyah, "Islam Dan Dakwah: Sebuah Kajian Antropologi Agama," *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2015): 2015.

Pendapat diatas dikuatkan oleh Syabibi bahwa dakwah atau dakwah Islamiyah merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh umat Islam. Selain sebagai landasan normatif dalam berdakwah, Al-Qur'an dan Hadis memuat berbagai ayat yang membahas mengenai dakwah dan prinsip-prinsip metode melaksanakannya.<sup>12</sup>

Saputra menjelaskan bahwa secara etimologi atau bahasa, Dakwah berasal dari bahasa Arab, yang berarti ajakan, panggilan, atau seruan.<sup>13</sup> Menurut ilmu tata bahasa Arab, kata Dakwah berbentuk "isim masdar" yang berasal dari fiil (kata kerja) "da'a" (دعا) (yad'u" (يدعو) (da'watan" (دعوة) (yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru. Secara umum, Munawwir menyebutkan bahwa istilah Dakwah berasal dari kata Da'a yakni memanggil, mengundang, ajakan, himbauan. Kemudian, diartikan juga sebagai proses menyampaikan ajaran agama Islam dengan tujuan dapat dilaksanakan dengan sepenuh hati oleh orang tersebut dan menyeru atau mengajak kepada keinsafan (mengubah situasi kepada yang lebih baik).<sup>14</sup>

Dakwah menurut Ghazali, dakwah merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam dengan tujuan agar umat Islam melaksanakan perintah agama dengan sepenuh hati.<sup>15</sup> Nuh menambahkan bahwa Dakwah adalah proses ajakan kepada seseorang untuk beriman kepada Allah dan kepada rasul-Nya dengan cara membenarkan segala sesuatu yang telah disampaikan serta melakukan apa yang diperintahkan.<sup>16</sup> Demikian dijelaskan betapa pentingnya Dakwah dalam perspektif Islam, bahkan menjadi kewajiban bagi setiap pemeluk agama Islam. Sehingga, Dakwah adalah salah satu kegiatan menyampaikan segala bentuk ajaran agama

---

<sup>12</sup> Ridho Syabibi, *Metodologi Ilmu Da'wah: Kajian Ontologis Da'wah Ikhwan Al-Safa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008). 45.

<sup>13</sup> Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (jak: PT Raja Grafindo Persada, 2011). 1.

<sup>14</sup> Munawwir, *Kamus Arab Indonesia*.

<sup>15</sup> M Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), 16.

<sup>16</sup> Muhammad Sayid Nuh, *Dakwah Fardhiyah* (Solo: Era Intermedia, 2000), 28.

Islam dengan mengajarkan sesuatu yang baik melalui ajakan atau seruan kepada seluruh umat Islam dengan syariat-syariat Islam.

Dakwah merupakan salah satu bagian dari komunikasi profetik. Yakni, bahwa dalam Dakwah mengandung ajaran-ajaran Islam yang mengacu pada sunnah Nabi Muhammad Saw dan Al-Qur'an. Nabi Muhammad Saw menyebarkan ajaran Islam sampai ke penjuru dunia melalui Dakwah. Dakwah dapat dilakukan dengan dua cara yakni Dakwah dengan lisan maupun dengan perbuatan. Pertama, Dakwah dengan lisan dapat dilakukan melalui ceramah-ceramah, ajakan untuk berbuat baik, menyeru umat Islam untuk selalu beribadah kepada Allah, mengingatkan untuk selalu berbuat baik dan berkata jujur, menjauhi perbuatan buruk dan melaksanakan perbuatan baik, dan masih banyak lagi.

### **Hakikat, Tujuan, dan Objek Dakwah**

Hakikat dakwah adalah suatu upaya dalam merubah sebuah keadaan dan perilaku seseorang atau masyarakat untuk menjadi lebih baik dalam perspektif Islam, sehingga dapat mengamalkan Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup. Keimanan yang tertanam di dalam pribadi seseorang hanya dapat diukur dan dinilai oleh Allah Swt. serta mutlak menjadi otoritas-Nya. Perbuatan dan perilaku manusia merupakan gambaran keimanan dari seseorang. Namun, hal itu tidak menjadi ukuran mutlak dalam menentukan hakikat keimanan seseorang. Keimanan hakiki hanya dapat dinilai dan diukur oleh Allah Swt saja. Dengan demikian, untuk dapat mewujudkan keimanan tersebut, maka dakwah dapat dijadikan sebagai sarana untuk selalu menuntun umat manusia pada kebaikan.

Dakwah memiliki tujuan utama untuk menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat dengan ridha Allah Swt. Shohib menjelaskan bahwa dakwah bertujuan untuk membentuk masyarakat Islam menjadi masyarakat dengan predikat *Khairu Ummah*, yakni masyarakat yang memiliki aqidah yang benar serta kuat dalam segi ekonomi, sosial politik, dan

kultural.<sup>17</sup> Tujuan dakwah untuk menjadikan manusia sebagai Muslim, yaitu untuk senantiasa tunduk dan berserah diri hanya kepada Allah Swt. dan tiada tuhan selain Dia. Dakwah memiliki fungsi untuk mengajak dan menyeru umat manusia kepada bentuk kehidupan yang sempurna dalam berbagai aspek. Secara umum dakwah terfokus pada perbaikan aqidah dan segala implikasinya, inilah yang menjadi misi utama para nabi dan utusan Allah Swt.

Objek dakwah adalah tujuan utama dari dakwah yang dilakukan. Objek dakwah disini terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang tersegmentasi dan terklasifikasi baik dari usia, jenis kelamin, kemampuan berfikir, cara berfikir, tingkat pendidikan, status sosial, wilayah, dan lain sebagainya. Adapun yang menjadi objek dalam berdakwah pada penelitian ini tentunya adalah seluruh umat Islam, yakni seluruh umat islam yang salah satunya menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi terkait dengan keagamaan.

### Metode dan Media Dakwah

Metode dalam dakwah adalah sebuah strategi atau langkah serta cara yang dilakukan guna adanya efektivitas dalam penyampaian isi atau pesan dakwah. Muhiddin menjelaskan bahwa ada sebuah cara yang paling efektif untuk mengajak umat Islam ke arah Kebaikan yakni melalui Dakwah.<sup>18</sup> Dalam Islam, dakwah dilakukan pada berbagai aspek kehidupan manusia, dikarenakan *amar ma'ruf nahi munkar* mencakup semua dimensi kehidupan manusia. Oleh karena itu, pada politik, sosial, ekonomi, dan budaya dapat dijadikan sebagai media untuk menyampaikan dakwah, dakwah tersebut dapat berupa dakwah Islamiyah (*da'wah ila Allah*) atau dakwah setan (*da'wah jahiliyah*).

Ada beberapa pemahaman metode dakwah yang selalu dilakukan dan dilandaskan pada Al-Qur'an, yaitu: a). Metode *bi al-Hikmah* berarti bijaksana, akal

---

<sup>17</sup> Shohib, "Hakikat Dan Tujuan Dakwah Dalam Mewujudkan Kehidupan Yang Damai Dan Harmonis," *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 12 (2018): 86.

<sup>18</sup> Asep, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi, Dan Wawasan*, 59.

budi yang mulia, lapang dada, memiliki kemurnian hati, dan dan berusaha untuk menarik perhatian masyarakat terhadap Tuhan dan agama. Pada metode ini, dalam melakukan dakwah seorang Da'i ditekankan untuk menguasai berbagai metode dalam berdakwah sehingga dapat digunakan untuk beradaptasi di lingkungan plural yang memiliki berbagai keberagaman, seperti keberagaman asal-usul, ekonomi, kebudayaan, pendidikan, dan organisasi keagamaan. Sehingga, disinilah kemampuan seorang pendakwah atau da'i dibutuhkan, agar berbagai elemen yang ada di lingkungan plural tetap menjaga persatuan dan menjalin ukhuwwah Islamiyyah; b). Metode *al-Mau'idza Hasanah* adalah metode dengan cara memberikan nasihat, pendidikan, bimbingan dan peringatan. Sedangkan Hasanah berarti kebaikan. Menurut Saputra menjelaskan, metode *al-Mau'idza Hasanah* merupakan ucapan yang memiliki unsur pengajaran, bimbingan, kisah-kisah, pendidikan, kabar gembira, serta pesan positif (*riwayah*) yang menjadi pegangan kehidupan dengan tujuan meraih kesejahteraan di dunia dan akhirat<sup>19</sup>, dan c). Metode *Al-Mujadalah*, metode ini dilakukan dengan cara saling bertukar argumen yang dilakukan oleh dua pihak yang berseberangan, metode ini juga disebut dengan metode diskusi atau perdebatan yang tidak memunculkan permusuhan. Dua pihak yang melakukan diskusi saling mengeluarkan pendapat dengan disertai bukti atau sumber untuk mendukung argumen. Metode diskusi ini bertujuan agar lawan menerima kebenaran argumen yang diajukan dengan ikhlas, kedua pihak harus saling menghargai dan menghormati pendapat pihak lain.

Dalam berdakwah terdapat berbagai bentuk media yang dapat digunakan, baik yang masih menggunakan media manual seperti media mimbar atau dengan menggunakan media mainstream bahkan media sosial. Media dakwah ini adalah sarana bagi para da'i yang mempermudah dalam penyampaian ajaran Islam. Dengan media-media ini segala sesuatu yang akan disampaikan dalam dakwah tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada Mad'unya. Media yang digunakan ini dalam proses penyampaian dan penerimaan isi atau pesan

---

<sup>19</sup> Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 250.

dakwahnya akan berbeda tergantung dengan media mana yang digunakan, apakah media mimbar yakni langsung berhadapan dengan *mad'u* nya melalui pengajian rutin atau kegiatan keagamaan lainnya, melalui media *mainstream* yakni dikemas dengan teknologi canggih seperti *talkshow*, *realityshow*, film, sinetron, atau lagu religi, maupun media sosial dengan memanfaatkan *New Media*.

### Dakwah dalam Agama Islam

Seruan-seruan Dakwah ini merupakan entitas dari agama Islam sendiri. Allah SWT menyeru kepada seluruh umat-Nya melalui Dakwah. Dakwah yang dilakukan oleh beberapa orang ini yang disebut dengan Da'i (yang menyampaikan Al-Qur'an dan Al-Hadis) mereka adalah salah satu utusan Allah SWT di dunia ini untuk senantiasa menebar kebaikan. Mereka yang mendapati sebutan Da'i bukan semata-mata menjadi seorang pendakwah dengan instan, melainkan melalui proses belajar yang panjang terutama dalam memahami kandungan dari Ayat suci Al-Qur'an dan Al-Hadis sebagai bentuk suri tauladan dari nabi Muhammad Saw.

Manusia diutus ke dunia ini tidak hanya untuk menjalani kehidupan saja, melainkan menjadi khalifah yakni pemimpin dan penyeru atau orang yang mengajak pada kebaikan. Kemudian, Dakwah dapat dijadikan sebagai sarana untuk menjelaskan kembali kepada mereka yang belum memahami betul dari tafsir serta isi dari ayat-ayat Al-Qur'an.

Kegiatan mengajak manusia untuk lebih dekat dengan Allah Swt. merupakan sebuah ibadah yang agung, karena hal tersebut menyangkut dengan orang lain. bahkan perkataan yang terbaik adalah dakwah menyeru untuk menuju agama Allah Swt. aktivitas berdakwah merupakan misi dari para utusan Allah yakni para nabi dan rasul, maka cukup para da'i yang meneruskan tugas yang mulia tersebut. Karena dakwah merupakan sebuah ibadah yang harus dilakukan dengan keikhlasan dan berdasarkan sunnah nabi. Sebagaimana telah diketahui bahwa dua perkara ini adalah syarat diterima atau tidaknya ibadah.

Seorang Da'i harus memiliki niat yang ikhlas dalam berdakwah, yakni untuk menyeru kepada agama Allah Swt. dengan tujuan hanya untuk mencari ridho-Nya, bukan sekedar untuk mengajak diri pribadi, sekelompok, pendapat atau pikirannya. Selain itu pendakwah harusnya tidak memiliki niat untuk memperoleh kebahagiaan dunia, seperti untuk memperoleh harta melalui dakwah, meraih jabatan, dan mencari suara untuk kepentingan politik. Dengan demikian, manusia memerlukan pembimbing yang dapat menuntun mereka ke jalan yang lebih baik. Tentu, pembimbing ini adalah para Da'i yang telah memahami betul isi dari Al-Qur'an dan Al-Hadis.

Ada beberapa contoh ayat-ayat Dakwah dalam Al-Qur'an. Sebenarnya, hampir dari keseluruhan Ayat-ayat Al-Qur'an adalah mengajak yakni mengajak dan menyeru pada kebaikan seperti dalam Q.S. Asy-Syuara: 214, Q.S As-Saba: 28, Q.S Al-Isra: 15, Q.S An-Nahl: 125, Q.S Al-Anbiya: 107, Q.S Yusuf: 108, dan Q.S Ar-Ro'du: 36. Kutipan surat-surat diatas merupakan sebagian kecil dari ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang Dakwah.

### **Dakwah Melalui Pemanfaatan Media**

Seiring dengan kemajuan teknologi, dakwah yang dilakukan oleh para Da'i telah berhasil beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Hal ini terbukti dengan pemanfaatan media dalam berdakwah. Media adalah salah satu sarana penyampai informasi tercepat pada masyarakat terutama *New Media* yang telah mengubah media melalui konvergensi media.

Fungsi media dalam Dakwah difungsikan sebagai alat penyampai Dakwah baik melalui verbal maupun non-verbal. Dakwah melalui verbal baik lisan atau tulisan dapat berupa ceramah, tulisan-tulisan keagamaan dalam bentuk artikel atau jurnal, status dalam media sosial, meme, dan lain sebagainya. Kemudian, Dakwah melalui non-verbal dapat berupa sikap dan perilaku baik yang dicontohkan oleh para Da'i kepada *mad'u* nya sebagai bentuk dari perbuatan baik dan mengajarkan mana yang baik dan buruk serta mana yang harus dilakukan dan dihindari. Dengan

fungsi tersebut, maka media sangat penting dalam berdakwah. Penjelasan diatas diperkuat dengan pendapat Jumantoro bahwa Dakwah merupakan sesuatu aktivitas mengajak kepada kebaikan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan lain sebagainya serta dilakukan dengan sadar maupun telah direncanakan dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya pengertian dan penghayatan serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan tanpa adanya unsur paksaan.<sup>20</sup>

Tampilan-tampilan Dakwah di media dapat dilihat dari berbagai media baik media mainstream maupun media sosial. Pertama, tampilan Dakwah yang dilakukan di media mainstream baik itu televisi maupun radio merupakan kegiatan Dakwah yang dilakukan oleh para Da'i dengan menggunakan media tersebut. Penonton atau pendengar dapat melihat dan mendengarkan secara audio saja ataupun audio visual. Tampilan Dakwah di media dikemas dengan sangat kreatif dan bahkan masih banyak diminati oleh sebagian besar umat Islam sampai saat ini. Dakwah tidak selalu melalui ceramah atau tausiyah namun tampilan Dakwah di media dilakukan dalam berbagai bentuk seperti *talkshow*, *reality show*, film, sinetron, lagu-lagu religi, dan lain sebagainya media mainstream menjadikan tampilan Dakwah itu sebagai sesuatu yang sangat menjanjikan dan dapat dijual kepada khalayak.

Akan tetapi, dengan adanya konvergensi media, sebagian besar umat Islam berhijrah tontonan dan tuntunan yang semula mendengarkan dan menonton Dakwah melalui televisi atau radio, kini mereka mulai bermigrasi pada media sosial. Tentu saja, pesona dari media sosial mampu menghipnotis penggunaanya dan bahkan menjadi konsumsi massif. Berbagai segmentasi masyarakat dari berbagai latar belakang yang berbeda, pada saat ini telah memenuhi hampir setidaknya setengah dari pengguna media sosial. Segala bentuk informasi dapat

---

<sup>20</sup> Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani* (Wonosobo: Amzah, 2001), 18.

diakses melalui media sosial baik politik, seni, sosial, budaya dan bahkan agama. Sehingga, dengan adanya fenomena ini, bagaimana caranya agar para Da'i dapat berlomba untuk terus menebar kebaikan dan menyebarkan ajaran agama Islam tanpa ketinggalan zaman. Maka dalam hal ini diperlukan pembaharuan dari sisi kemampuan pada teknologi modern.

### **Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Dakwah**

Sebagian orang cenderung berfikir bahwa para pendakwah itu kolot, tua, berfikiran kuno, apatis, dan tidak mau perubahan. Namun, tanpa disadari bahwa saat ini justru para pendakwah ini lebih banyak berasal dari kalangan milenial dan bahkan dari kalangan yang sudah dewasa pun telah mengerti bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak, yakni dimanfaatkan dengan berdakwah. Dakwah dapat dilakukan dimana saja dan dengan media apa saja, asalkan masih sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam dengan tetap mengutamakan nilai-nilai, norma-norma, aturan-aturan, maupun tuntunan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadis.

Sebagai contoh, para Da'i dapat berdakwah mengawalinya dengan membuat konten. Konten dalam media sosial sangat penting karena di dalamnya berisikan strategi dan teknik marketing dan alasan bagaimana apa yang ditampilkan dapat semenarik dan sekreatif mungkin, sehingga dapat menarik khalayak media. Dengan hal itu, tidak menutup kemungkinan pesan-pesan Dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dengan baik di masyarakat.

### **Urgensi Dakwah di Media Sosial**

Pemanfaatan media sosial sebagai ajang dakwah dapat memberikan keuntungan dan manfaat tersendiri antara lain: 1). Media sosial telah berkembang secara global dan mengakar, sehingga keberadaan media sosial tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia; 2). Media sosial merupakan bagian dari teknologi internet, sehingga para pengguna media sosial khususnya Da'i dapat

menggunakan media sosial sebagai ajang untuk membuat konten berupa blog, jejaring sosial, atau forum diruang virtual kemudian mereka dapat berbagi melalui aplikasi yang berbasis internet; 3). Cepat, ringkas, padat, dan sederhana, dan 4). Media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user sehingga dapat berkomunikasi dua arah.

Kemudian, Mulyati menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat dalam menggunakan media, yakni<sup>21</sup>: 1). Kemunculan media sosial telah menguntungkan banyak orang; 2). Pengguna media sosial tidak dibutuhkan tingkat kemampuan teknologi informasi yang tinggi yakni siapa saja dapat menggunakannya, 3). Siapapun pengguna media sosial dapat mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis, dan 4). Terkendali dan terukur yakni pada media sosial dikenal dengan istilah *tracking* sehingga para pengguna media sosial dapat mengendalikan dan mengukur seberapa efektivitas informasi yang diberikan melalui respon balik serta bagaimana reaksi yang akan muncul.

Kebebasan bermedia menurut Ispandriarno, Lukas saat ini telah menjadi praktik penyebaran informasi dan komunikasi massa terbesar, telah memberi ruang kepada sekelompok masyarakat, salah satunya kelompok agama. Penyebaran ide, gagasan, dan paham-paham ideologi semakin terbuka lebar. Jumlah masyarakat pengakses media ini lebih besar dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang tidak mengakses media.<sup>22</sup>

Sehingga, berdasarkan keuntungan atau manfaat dari penggunaan media sosial diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya media sosial memberikan manfaat bagi penggunanya dengan dua arah yakni antara pembuat konten maupun yang menikmati konten tersebut dalam saling berkolaborasi dan berkontribusi satu sama lain dengan tetap menggunakan media dengan bijak. Dalam hal ini, para Da'i dapat dengan leluasa untuk membuat konten-konten

---

<sup>21</sup> Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014), 31-32.

<sup>22</sup> Lukas S Ispandriarno, "Agama Dan Media: Pemaknaan Isu Agama Di 'DETIKNEWS,'" *Millah* 12, no. 2 (2013).

keagamaan sesuai dengan minat, kemampuan, dan tingkat percaya diri masing-masing. Sebab, tidak semua pendakwah memiliki metode dan teknik yang sama dalam berdakwah, mereka memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan ajaran agama Islam.

Oleh karena itu, untuk menjawab dari hasil penelitian terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana beribadah dengan melalui dakwah. Peneliti mengambil sudut pandang fenomenologi sebagai dasar atau acuan dalam menganalisis penelitian ini. Fenomena dalam suatu keilmuan dapat dijelaskan sebagai suatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasa atau memiliki karakteristik tertentu dan dapat diamati oleh panca indera serta dapat dilihat dan diteliti dengan metode ilmiah. Fenomena hadir dan berkembang dalam kehidupan manusia sesuai dengan dengan peristiwa yang menyertainya.

Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi, fenomena-fenomena seperti ini dapat ditampilkan melalui berbagai cara, salah satunya adalah melalui media. Media, pada hakikatnya telah melekat dalam kehidupan manusia. Media hadir memenuhi segala bentuk keinginan dari khalayak. Segala sesuatu yang ditampilkan oleh media akan berimplikasi pada kehidupan khalayak, dalam hal ini adalah masyarakat yang notabene sebagai objek utama dari media. Berdasarkan hasil kajian dari fenomenologi, yakni dilihat dari sudut pandang fenomenologi atau fakta realitas yang ada di lapangan, ada dua aplikasi utama yang sering digunakan oleh sebagian besar para Da'i dalam berdakwah dengan memanfaatkan saluran media sosial tersebut yakni Youtube dan Meme (fokus pada simulakra bahasa).

Adapun konten yang disajikan untuk berdakwah melalui media sosial antara lain: pertama, pemanfaat media youtube sebagai sarana dakwah. Ada beberapa alasan mengapa para Da'i memilih media ini untuk menyampaikan dakwah seperti youtube merupakan media audio visual yang dapat menyampaikan pesan dan suara serta gambar secara bersamaan. Dengan ini Da'i dapat menyampaikan isi ceramah seolah-olah sedang mengisi acara-acara atau kegiatan dakwah secara

langsung, sehingga penonton dapat dengan seksama melihat dan mendengarkan isi ceramah yang disampaikan oleh Da'i.

Kedua, metode lain yang digunakan untuk berdakwah oleh para Da'i adalah dengan bahasa. Bahasa memiliki peranan terbesar dalam penyebarluasan informasi di media sosial ini. Bahasa dalam dunia siber ini dapat dikemas dalam berbagai bentuk seperti tulisan singkat, *quotes*, status, kutipan, meme, dan bahkan dalam bentuk simbol seperti penggunaan *emoticon*. Dari beberapa contoh bahasa yang digunakan diatas, ada salah satu yang menarik digunakan oleh para Da'i, yakni meme dan kaitannya dengan Islam. Meski penggunaan meme dengan gaya konten visual yang memiliki kesan lucu, akan tetapi dibalik itu terdapat berbagai pesan yang terdapat di dalam meme tersebut. Meme bukan hanya sekedar menjadi bahasa yang literer, namun di dalam bahasa agama memiliki bahasa yang tersirat di dalamnya. Oleh karena itu, para Da'i mengungkapkan tentang pesan dan ajaran agama Islam yang berkembang dalam budaya siber khususnya di media sosial ini dengan meme. Karena, jika dikaitkan dengan teori efektivitas dakwah, maka pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam bentuk meme ini akan tersampaikan ke segala bentuk lapisan masyarakat.

Sehingga, ini merupakan cara dan strategi yang paling baik untuk berdakwah. Akan tetapi, dakwah yang dilakukannya harus tetap sesuai dengan etika dan kode etik dalam bermedia sosial dan tetap sejalan dengan ajaran-ajaran agama Islam dengan selalu menerapkan nilai-nilai, norma-norma, aturan-aturan, serta tuntunan-tuntunan yang terdapat dalam pedoman utama dalam agama Islam yakni bersandar pada Al-Qur'an dan Al-Hadis.

## SIMPULAN

Dari uraian pembahasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa: *Pertama*, dakwah adalah kewajiban bagi setiap umat Islam. Setiap umat Islam dituntut untuk dapat menjadi khalifah atau seorang pemimpin di dunia ini, dan salah satu tugas dari seorang khalifah adalah menebar kebaikan melalui jalan Allah SWT yakni

dengan berdakwah. *Kedua*, dakwah merupakan kegiatan dalam penyebarluasan agama Islam melalui ajakan dan seruan, salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai ajang berdakwah. *Ketiga*, media sosial menjadi ajang yang dianggap paling efektif dalam berdakwah. Akan tetapi, dalam memanfaatkan media sosial sebagai ajang berdakwah harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. Sehingga media sosial benar-benar mendatangkan kemanfaatan dalam ajang beribadah melalui dakwah dalam media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, Efa Ida. "Islam Dan Dakwah: Sebuah Kajian Antropologi Agama." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2015).
- Annazilli, M Haqqi. "Relasi Antara Agama Dan Media Baru." *Syi'ar: IAIN Bengkulu* 18, no. 2 (2018).
- Asep, Muhiddin. *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi, Dan Wawasan*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Ghazali, M Bahri. *Dakwah Komunikatif*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997.
- Hidayat, Muh Taufik. "Berdakwah Di Media Sosial." *IAIN Pare-Pare*, 2020.
- Ispandriarno, Lukas S. "Agama Dan Media: Pemaknaan Isu Agama Di 'DETIKNEWS.'" *Millah* 12, no. 2 (2013).
- Jumantoro, Totok. *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*. Wonosobo: Amzah, 2001.
- Mulyati, Ani. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Arab Indonesia*. Yogyakarta: Pondok Pesantren al-Munawwir, 1984.
- Mutiawati, Imas. *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018.
- Nasrullah, Rulli, and Dudi Rustandi. "Meme Dan Islam: Simularka Bahasa Agama Di Media Sosial." *Ilmu Dakwah: Academi Journal for Homiletic Studies* 10, no. 1 (2016).
- Nuh, Muhammaf Sayid. *Dakwah Fardhiyah*. Solo: Era Intermedia, 2000.
- Rohman, Dudung Abdul. "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial." *Tatar Pasundan Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13, no. 2 (2019).
- Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. jak: PT Raja Grafindo Persada, 2011.

Shohib. "Hakikat Dan Tujuan Dakwah Dalam Mewujudkan Kehidupan Yang Damai Dan Harmonis." *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 12 (2018).

Sumadi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016).

Syabibi, Ridho. *Metodologi Ilmu Da'wah: Kajian Ontologis Da'wah Ikhwan Al-Safa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Wahyuni, Dwi. "Agama Sebagai Media Dan Media Sebagai Agama." *JIA*, no. 2 (2017).