

PEMANFAATAN MEDIA SEBAGAI SARANA DAKWAH DI ERA DIGITAL

Anisa Adelia Tabsyir¹, Arham Selo²

^{1,2}UIN Alauddin Makassar

Email: anisaadelia1@gmail.com¹, arham.selo@uin-alauddin.ac.id²

Abstrak: Dakwah merupakan ajakan menuju jalan Allah yang wajib dikerjakan oleh umat muslim. Di era digital ini, dakwah tentunya tidak hanya dilakukan dengan metode konvensional, namun perlu bagi para da'I untuk terjun langsung di dunia maya. Karena mengingat banyaknya para pengguna teknologi yang terus menerima berbagai informasi di berbagai platform. Tulisan ini bertujuan untuk memahami bagaimana media berperan penting sebagai sarana dakwah, mengetahui tantangan yang mesti dihadapi dai dalam berdakwah, dan mempelajari strategi yang tepat untuk berdakwah di media digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa media sangat berperan dalam menunjang keberhasilan dakwah, dari segi media cetak, media elektronik, media sosial, dan media digital. Dalam menghadapi tantangan dalam berdakwah di media, penting untuk mengangkat isu yang relevan dengan menyisipkan nilai islam, menjaga kredibilitas dakwah, dan memperhatikan persaingan antar konten. Serta mengoptimalkan strategi untuk menunjang keberhasilan dakwah dengan cara menjaga tujuan dakwah, meningkatkan kualitas konten, dan menaikkan *engagement*. Implikasi dari penelitian ini ialah penegasan bahwa para da'I perlu untuk menguasai algoritma media dan memasukkan dakwah islam di dalamnya. Dakwah di media memiliki urgensi sangat penting, karena maraknya pengguna teknologi yang senantiasa menghabiskan waktunya di dunia maya.

Kata Kunci: Dakwah, Islam, Media, Digital.

Abstract: *Da'wah is an invitation to follow the path of Allah and is an obligation for every Muslim. In this digital era, da'wah is no longer limited to conventional methods; it is essential for preachers (da'i) to actively engage in the online world. This is especially important considering the growing number of technology users who are constantly receiving various types of information across multiple platforms. This paper aims to understand how media plays a vital role as a medium for da'wah, to identify the challenges faced by preachers in delivering their message, and to explore effective strategies for digital da'wah. This study uses a qualitative method with a literature review approach. The findings of this research indicate that media plays a significant role in supporting the success of da'wah, whether through print media, electronic media, social media, or digital platforms. In facing the challenges of preaching through media, it is important to raise relevant issues while incorporating Islamic values, maintaining credibility, and being mindful of content competition. Furthermore, optimizing strategies to ensure successful da'wah involves maintaining a clear purpose, improving content quality, and increasing engagement. The implication of this study emphasizes that preachers need to understand media algorithms and effectively integrate Islamic messages within them.*

Da'wah through media is extremely urgent, given the prevalence of technology users who spend much of their time in the virtual world.

Keywords: *Da'wah, Islam, Media, Digital.*

PENDAHULUAN

Dakwah adalah upaya manusia untuk menyeru atau mengajak kepada jalan Allah, melakukan amar ma'ruf dan mencegah dari yang munkar.¹ Dakwah sejatinya merupakan salah kewajiban yang wajib ditunaikan dalam islam. Dakwah bertujuan menyampaikan ajaran dan nilai-nilai islam kepada umat manusia.

Kemampuan teknologi di era digital dapat memudahkan seseorang untuk mengirim dan menerima informasi dari seluruh belahan dunia bahkan hanya dengan sekali klik.² Hal ini menjadikan media digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kondisi ini membuka peluang bagi para da'I untuk menyebarluaskan dakwah di era digital. Dengan memanfaatkan media digital, pesan-pesan ajaran islam dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Hal ini tentunya menjadi pengingat bagi umat muslim bahwasanya dakwah tidak cukup hanya dilakukan dengan metode konvensional lagi. Dakwah yang pada mulanya hanya berlangsung di masjid atau forum keagamaan, perlu ditingkatkan dengan merambah ke berbagai media komunikasi. Agar umat muslim yang tentunya menghabiskan waktunya di dunia maya dapat menerima informasi dan dakwah islam.

Namun perkembangan teknologi yang kian melesat ini, rupanya menjadi tantangan utama bagi penyebaran dakwah islam. Kemajuan di era digital juga turut meningkatkan pengguna internet di Indonesia, yang bahkan sejak tahun 2010 dan tahun-tahun setelahnya, senantiasa meningkat 3 sampai 17% setiap tahunnya. Sehingga aktivitas di dunia maya lebih dominan dihabiskan pada platform media digital.³ Hal ini menjadi salah satu alasan utama mengapa dakwah wajib untuk disebarluaskan melalui media.

Dengan mudahnya seseorang mengakses informasi di media digital, maka tentunya hal ini akan mudah untuk membentuk pola pikir seseorang. Mereka yang memanfaatkan internet untuk mengakses informasi yang berkualitas dan akurat, maka akan semakin pula cara pikir dan

¹ Kustadi Suhandang, "Strategi Dakwah", (Cet. I; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Desember 2014), h. 90.

² Holly Bathie, "Social Media Survival Guide" (United Kingdom: Usborne Publishing Ltd, 2022), h. 16.

³ Felix Y. Siauw, "Art of Dakwah", (Cet. III; Jakarta Barat: Alfatih Press, 2020), h. 127.

aktivitas dari pola pikir yang ia peroleh.⁴ Itulah yang menjadi tugas para da'I, yaitu agar bagaimana dakwah dapat dikemas untuk memasok seluruh informasi tersebut, baik dari segi kuantitas dan kualitas.

Oleh karena itu, perlu untuk melakukan kajian yang mendalam untuk memahami bagaimana media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif. Kajian ini akan mengulas bagaimana peran media digital dalam menunjang aktivitas dakwah. Serta apa saja tantangan yang akan dihadapi oleh para da'I dan membahas strategi apakah yang tepat dalam mengoptimalkan dakwah di ruang lingkup media.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran media digital dalam menunjang aktivitas dakwah?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam dakwah melalui media digital?
3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan dakwah melalui media digital?

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dalam artikel ini karena dibutuhkannya pemahaman yang mendalam terkait bagaimana pemanfaatan media dalam menunjang aktivitas dakwah di era digital. Pengumpulan data dalam dalam penulisan didapatkan dari berbagai studi literatur dan observasi secara daring

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Media dalam Menunjang Aktivitas Dakwah

a. Media Cetak

Mengutip dari Aminuddin, yang dituangkan oleh Badrah Uyuni dalam tulisannya, bahwa terdapat beberapa jenis media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, informasi, maupun hiburan. Di antaranya, adalah media cetak yang terdiri atas majalah dan surat kabar.⁵

Majalah berisikan publikasi periodik yang mencakup artikel, foto, dan iklan, sedangkan surat kabar menyajikan sumber berita harian yang mencakup berbagai topik.⁶

⁴ Felix Y. Siauw, “*Art of Dakwah*”, h. 97.

⁵ Badrah Uyuni, “*Media Dakwah Era Digital*”, (Cet. I; Jakarta Utara: Penerbit Assofa, 2023), h. 34.

⁶ Badrah Uyuni, “*Media Dakwah Era Digital*”, h. 34.

Dalam upaya sarana dakwah, surat kabar yang terbit secara berkala dapat berperan sebagai media penyampai pesan dakwah dan membangun opini publik. Selain surat kabar, majalah yang terbit juga dapat menjadi media dakwah untuk edukasi dan inspirasi. Seperti dari gaya hidup islami, etika berpakaian, dan lain-lain.

b. Media Elektronik

Media ini terdiri atas televisi, radio, film, dan video. Media ini merupakan media yang menggabungkan elemen audio dan visual untuk menarik perhatian audiens.⁷ Program dakwah di radio dan televisi dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam, khususnya bagi daerah-daerah pelosok yang kemungkinan tidak tersambung jaringan internet.

Salah satu pemanfaatan televisi sebagai media dakwah ialah adanya program *“Islam Itu Indah”* yang tayang di Trans TV. Contoh ini merupakan upaya bagaimana televisi dimanfaatkan untuk menyampaikan dakwah islam kepada audiens lebih luas.

c. Media Digital

Media digital yang terdiri dari web dan aplikasi dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan dakwah di era modern. Media ini memudahkan penggunanya untuk berkirim pesan yang komunikatif dan personal, juga menyediakan akses bagi audiens yang ingin berkontribusi secara langsung.⁸

Salah satu web dakwah yang populer adalah *nu.or.id* yang dikelola oleh Nahdlatul Ulama (NU) online. Website ini menyediakan informasi, kajian, dan berbagai perspektif ulama berdasarkan Al-Qur'an dan hadits sebagai solusi untuk permasalahan umat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Di antara aplikasi mobile yaitu *Muslim Pro*. Aplikasi tersebut menyajikan berbagai fitur yang memudahkan umat muslim. Fitur yang disajikan berupa waktu sholat, kalender hijriyah, arah kiblat, al-qur'an dan terjemahannya, hingga dakwah singkat. Hal ini

⁷ Hasan Husaini, “*Memahami Dakwah Kontemporer: Wawasan Dari Karya Syekh Dr. Fathi Yakan*”, (Jawa Barat, Penerbit Adab, 2024), h. 18.

⁸Ali Sodikin dan Solikhah, Peran Media Sosial dalam Berdakwah, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 1, 2022, h. 31.

menunjukkan betapa media digital telah memberi kontribusi yang besar bagi dakwah islam di masyarakat kontemporer saat ini.

d. Media Sosial

Di antara platform media sosial yang belakangan ini populer di masyarakat yaitu Facebook, Whatsapp, Instagram, YouTube, Spotify, dan X. Seluruh platform sosial media tersebut dapat membantu dakwah islam untuk disebarluaskan dengan cepat dan efektif apabila dimanfaatkan dengan baik.⁹ Media sosial dapat membangun interaksi langsung antara pendakwah dengan audiens secara daring.

Salah satu pendakwah yang menggunakan platform sosial media yaitu YouTube sebagai media dakwah adalah Ustad Felix Siauw. Beliau membuat komunitas dengan kanal bernama *Yuk Ngaji TV*. Di kanal tersebut, Ustad Felix Siauw dan timnya berupaya untuk mengemas konten dakwah yang mampu menarik audiens. Baginya, dakwah di zaman sekarang mesti dikemas dengan konten yang mengesankan, visual yang memikat, dan *hooq* yang membuat audiens tertarik. Juga diiringi dengan usaha untuk menyampaikan dakwah yang tetap sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits. Serta menyesuaikannya dengan *trend*, isu yang relevan, dan kebutuhan masyarakat. Tugas kita sebagai umat muslim adalah bagaimana agar kita mampu untuk menguasai *trend* dan algoritma media sosial sehingga dapat menyisipkan nilai-nilai islam di dalamnya.

2. Tantangan Dakwah melalui Media Digital

a. Perlunya Menyesuaikan Konten Dakwah dengan Isu Relevan

Dalam algoritma sosial media, salah satu hal utama yang dapat menaikkan *engagement* adalah membahas isu yang viral. Para pendakwah penting untuk melek terhadap setiap trend dan isu yang relevan dengan masyarakat. Apabila sang dai sudah mampu memahaminya, maka tugas selanjutnya adalah bagaimana agar sang dai mampu menyisipkan dakwah islam terhadap trend dan isu relevan tersebut.

⁹Dr. Das'ad Latif, S.Sos., S.Ag., M.Si., Ph.D., "New Media dan Dakwah", (Cet. I; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2024), h. 48.

b. Memastikan Kredibilitas Dakwah

Apa yang disampaikan di media sosial tentunya akan menjadi jejak digital dan terekam sepanjang masa.¹⁰ Maka penting bagi para pendakwah untuk memastikan apa yang disampaikan di media sosial adalah kebenaran. Seorang dai harus memastikan dakwah yang disampaikan tidak bertentangan dengan al-qur'an dan hadits.

c. Persaingan Dakwah antar Konten

Di berbagai platform media digital, konten yang tersebar bukan hanya konten dakwah semata. Sehingga hal ini tentunya menjadi tantangan yang serius bagi para dai. Para dai yang menyajikan konten dakwah harus mampu bersaing dengan berbagai konten hiburan, motivasi, dan *chit chat* yang dapat viral dengan lebih mudah.

Dibandingkan dengan konten yang menghibur, konten dakwah cenderung kurang diminati masyarakat. Terlebih lagi jika konten dakwahnya disampaikan dengan bahasa yang terlalu kaku, formal, menggurui, apalagi sampai mengkafirkan.¹¹ Namun tidak sedikit para dai yang berhasil menarik banyak audiens di dunia maya dengan konten dakwah yang dimiliki. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membungkus dakwah islam yang *relate* dengan permasalahan kontemporer, menggunakan bahasa dan retorika yang tidak kaku, menyampaikan kebenaran islam tanpa menggurui, dan menggunakan intonasi layaknya seorang sahabat yang mengajak pada kebaikan.

3. Strategi Mengoptimalkan Dakwah melalui Media Digital

Di antara strategi dakwah di media digital yang diungkapkan oleh Dr. Das'ad Latif di antaranya,¹² yaitu:

a. Menentukan Tujuan Dakwah

Dalam berdakwah di *new media*, penting untuk membuat tujuan yang spesifik untuk merancang konten yang lebih terarah dan spesifik. Konten yang spesifik akan

¹⁰ Al-Huda, "Jejak Digital Yang Abadi: Mengapa Bijak di Media Sosial itu Penting?", *Yayasan Islam Al-Huda Bogor-Indonesia*, <https://alhudabogor.org/nasihat/jejak-digital-yang-abadi-mengapa-bijak-di-media-sosial-itu-penting/>, diakses 25 Mei 2025.

¹¹ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, dkk, Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan, *Jurnal Komunike*, vol. 12, no. 2, 2020, h. 210.

¹² Dr. Das'ad Latif, S.Sos., S.Ag., M.Si., Ph.D., "New Media dan Dakwah", h. 67-70.

memungkinkan para pendakwah untuk mencapai audiens yang ditargetkan. Hal ini juga akan membantu untuk mengukur seberapa jauh keberhasilan dakwah yang telah dicapai.

Contohnya, jika tujuan pendakwah adalah untuk mengukur segi pemahaman islam audiens, maka strategi dakwah yang dilakukan adalah dengan membuat konten kuis islam. Atau jika tujuan pendakwah adalah untuk memberikan inspirasi, maka dapat dilakukan dengan menuangkan motivasi yang bersumber dari sejarah islam untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Membuat Konten yang Berkualitas

Konten yang disajikan mesti bersifat informatif, inspiratif, dan mudah untuk dipahami. Tidak lupa untuk menjaga penilaian konten yang ditampilkan, dari segi visual yang menarik, beresolusi tinggi, bahasa yang ramah dan tidak menggurui, yang dikemas dengan penyampaian yang menarik pula.

Serta menyesuaikan konten dengan target para audiens. Seperti dengan mengombinasikan video, artikel, dan podcast untuk menyampaikan dakwah yang menarik. Video ceramah dapat diiringi dengan menambahkan situs artikel yang menjelaskan lebih rinci ceramah yang diputar. Atau podcast yang dapat dimanfaatkan untuk wawancara dan berdiskusi.

c. Interaksi dan Engagement

Dalam hal ini, penting bagi para pendakwah untuk senantiasa aktif berinteraksi dengan para audiensnya. Baik itu melalui komentar, *direct message*, dan sesi *live streaming*. Pendakwah hendaknya dapat meminta audiens untuk mengirimkan kritik dan sarannya untuk menciptakan konten yang lebih menarik lagi. Menanggapi pertanyaan dan berdiskusi juga dapat mempererat hubungan antara audiens dan pendakwah.

Dengan upaya tersebut, *engagement* akan meningkat dengan sendirinya. Tak lupa untuk memberi kesempatan bagi audiens untuk mengutarakan pendapatnya, mengadakan polling, serta survei. Juga bisa dilakukan dengan mengajak *content creator* dakwah lainnya untuk melakukan kolaborasi bersama untuk menciptakan konten dakwah islam atas dasar ide bersama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di era digital, dakwah tidak hanya dilakukan dengan metode konvensional saja. Namun penting bagi para pendakwah untuk memanfaatkan peluang besar yang disediakan media digital. Karena hampir seluruh masyarakat menghabiskan waktu mereka di dunia maya pada media digital, maka dakwah pun harus turut terjun ke seluruh *platform* tersebut, agar umat Islam senantiasa dapat menerima dakwah Islam, di tengah maraknya berbagai informasi yang ada di media digital.

Dalam berdakwah di media, penting untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan dan tantangan yang akan dihadapi. Para pendakwah mesti mengingat tujuan spesifik yang ingin mereka capai dalam berdakwah, meningkatkan kualitas konten, dan berusaha untuk menaikkan engagement.

Dalam menghadapi tantangan dalam berdakwah, hendaknya para da'i agar mengangkat isu yang relevan dan menyisipkan dakwah Islam di dalamnya. Serta tak lupa untuk menjaga kredibilitas tentang apa yang telah disampaikan. Juga mengingat beratnya persaingan antar konten yang beredar di media.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Huda, "Jejak Digital Yang Abadi: Mengapa Bijak di Media Sosial itu Penting?", *Yayasan Islam Al-Huda Bogor-Indonesia*, <https://alhudabogor.org/nasihat/jejak-digital-yang-abadi-mengapa-bijak-di-media-sosial-itu-penting/>, diakses 25 Mei 2025.
- Ali Sodikin dan Solikhah, Peran Media Sosial dalam Berdakwah, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 1, 2022.
- Bathie, Holly. "Social Media Survival Guide" (United Kingdom: Usborne Publishing Ltd, 2022).
- Husaini, Hasan. "Memahami Dakwah Kontemporer: Wawasan Dari Karya Syekh Dr. Fathi Yakan", (Jawa Barat, Penerbit Adab, 2024).
- Latif, Das'ad. "New Media dan Dakwah", (Cet. I; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2024).
- Siauw, Felix Y. "Art of Dakwah", (Cet. III; Jakarta Barat: Alfatih Press, 2020).
- Suhandang, Kustadi. "Strategi Dakwah", (Cet. I; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Desember 2014).

**Jurnal Kajian Teori dan
Praktik Pendidikan**

<https://ejournals.com/ojs/index.php/jktp>

Vol. 6, No. 3, September 2025

Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, dkk. Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan, *Jurnal Komunike*, vol. 12, no. 2, 2020.

Uyuni, Badrah. “*Media Dakwah Era Digital*”, (Cet. I; Jakarta Utara: Penerbit Assofa, 2023).