

Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah dan Pengaruhnya di Kalangan Generasi Muda

Winda Kustiawan¹, Siti Zahra², Khalishah Salsabila³, Ramayati⁴
^{1,2,3,4} Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN SU

e-mail: windakustiawan@gmail.com¹, sitizahraasz12@gmail.com²,
salsabilakhalisah210804@gmail.com³, ramayati726@gmail.com⁴

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa dampak signifikan dalam penyebaran dakwah di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan agama dan pengaruhnya terhadap pemahaman serta perilaku generasi muda. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dan diskusi kelompok fokus dengan generasi muda berusia 18 hingga 34 tahun yang aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan generasi muda untuk terlibat secara aktif dalam diskusi keagamaan. Konten dakwah yang disajikan dalam format multimedia, seperti video pendek dan infografis, lebih mudah diterima dan menarik perhatian generasi muda. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi tentang literasi media dan etika penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *Dakwah, Generasi Muda, Media Sosial.*

Abstract

The development of information and communication technology, particularly social media, has had a significant impact on the dissemination of religious outreach among young people. This study aims to explore the role of social media in spreading religious messages and its influence on the understanding and behavior of the youth. Using a qualitative approach, this research involves in-depth interviews and focus group discussions with young individuals aged 18 to 34 who actively use social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. The findings indicate that social media not only serves as a communication tool but also as an interactive space that allows young people to actively engage in religious discussions. Religious content presented in multimedia formats, such as short videos and infographics, is more easily accepted and captures the attention of the youth. Therefore, it is essential to provide education on media literacy and the ethics of social media use.

Keyword: *Da'wah, Young Generation, Social Media*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Media sosial, sebagai salah satu produk teknologi, telah menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Menurut *Pew Research Center* tahun 2021, sekitar 72% remaja di seluruh dunia aktif menggunakan media sosial, yang menunjukkan potensi besar untuk menjangkau generasi muda melalui platform ini. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam penyebaran dakwah dan pengaruhnya terhadap generasi muda.

Menurut data *We Are Social dan Hootsuite* tahun 2023, lebih dari 4,7 miliar orang di seluruh dunia menggunakan media sosial, dengan mayoritas pengguna berusia antara 18 hingga 34 tahun. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar platform untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, termasuk dakwah. Dakwah,

yang secara harfiah berarti "seruan" atau "ajakan", memiliki tujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan mengajak umat untuk menjalankan nilai-nilai agama. Dalam era digital, metode dakwah tradisional mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi, termasuk penggunaan media sosial.

Media sosial menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan interaksi langsung antara dai dan audiens. Penyebaran dakwah melalui media sosial menawarkan pendekatan yang lebih inovatif dan menarik bagi generasi muda. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya terbatas pada ceramah di masjid atau pengajian, tetapi juga dapat dilakukan melalui konten kreatif seperti video, infografis, dan postingan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disajikan secara visual dan interaktif lebih mudah diterima oleh generasi muda, yang cenderung lebih menyukai konsumsi informasi dalam format multimedia.

Namun, meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam penyebaran dakwah, terdapat tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah munculnya informasi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan. Menurut penelitian oleh Zainuddin tahun 2019, banyak konten dakwah di media sosial yang tidak melalui proses verifikasi yang ketat, sehingga dapat menyebabkan kesalahpahaman di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana generasi muda menyaring informasi dakwah yang mereka terima melalui media sosial.

Selain itu, pengaruh media sosial terhadap perilaku dan pemahaman agama generasi muda juga perlu diteliti lebih dalam. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan refleksi bagi generasi muda. Hal ini juga menciptakan dinamika baru dalam cara mereka memahami dan mengamalkan ajaran agama.

Salah satu contoh fenomena saat ini adalah penggunaan platform TikTok sebagai media dakwah. Banyak konten kreator yang memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Penelitian oleh Hayati tahun 2023 menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media dakwah telah berhasil menarik perhatian generasi muda dan meningkatkan minat mereka terhadap ajaran agama.

Namun, meskipun media sosial menawarkan banyak peluang, ada juga tantangan yang harus dihadapi. Misalnya, informasi yang salah atau hoaks dapat dengan mudah menyebar di platform ini, yang dapat mempengaruhi pemahaman generasi muda tentang ajaran agama. Oleh karena itu, penting untuk melakukan edukasi dan memberikan pemahaman yang benar tentang penggunaan media sosial dalam konteks dakwah.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam penyebaran dakwah dan pengaruhnya terhadap generasi muda. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana generasi muda berinteraksi dengan konten dakwah di media sosial. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pesan dakwah oleh generasi muda di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas bagaimana generasi muda menanggapi dan berinteraksi dengan konten dakwah yang mereka temui. Dengan memahami dinamika ini, para dai dan penggiat dakwah dapat merumuskan pendekatan yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda.

Sejalan dengan ini, dalam penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah" yang ditulis oleh Rosid pada tahun 2020 menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas dakwah. Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat pesan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan temuan Nurhasanah tahun 2023 dalam penelitiannya yang berjudul "Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah" menekankan pentingnya pendekatan yang tepat dalam menggunakan media sosial untuk dakwah.

Penting untuk dicatat bahwa media sosial bukan hanya sekadar alat, tetapi juga menciptakan ruang sosial baru yang mempengaruhi cara orang berinteraksi dan memahami

agama. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal dalam penyebaran dakwah di kalangan generasi muda.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam penyebaran dakwah dan pengaruhnya terhadap generasi muda. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang interaksi generasi muda dengan konten dakwah di media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat menggali pengalaman, persepsi, dan sikap individu terhadap fenomena yang diteliti, serta memberikan wawasan yang lebih kaya tentang konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi pemahaman mereka.

Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dan perilaku manusia melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan mendalam. Metode ini berfokus pada makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam konteks tertentu, sehingga peneliti dapat menggali informasi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang umum digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang suatu fenomena dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan emosional yang mempengaruhi subjek penelitian. Menurut Moleong (2018), penelitian kualitatif berfokus pada proses dan makna yang dihasilkan dari interaksi sosial, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang perilaku dan pengalaman manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Sampel dalam penelitian ini akan terdiri dari generasi muda berusia antara 18 hingga 34 tahun yang aktif menggunakan media sosial, khususnya platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Peneliti akan menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih partisipan yang memiliki pengalaman dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten dakwah di media sosial. Diperkirakan akan ada sekitar 30-50 partisipan yang akan diwawancarai secara mendalam untuk mendapatkan data yang relevan dan representatif mengenai pengalaman mereka.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan diskusi kelompok fokus (*focus group discussion*). Wawancara semi-terstruktur akan memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengeksplorasi topik-topik yang muncul selama percakapan, sementara diskusi kelompok fokus akan memungkinkan interaksi antara partisipan, sehingga dapat menghasilkan perspektif yang lebih luas tentang bagaimana mereka memahami dan menanggapi konten dakwah di media sosial. Selain itu, peneliti juga akan mengumpulkan data sekunder dari literatur yang relevan dan analisis konten dari postingan dakwah di media sosial.

Data yang diperoleh dari wawancara dan diskusi kelompok fokus akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini melibatkan pengidentifikasian tema-tema utama yang muncul dari data, serta mengkategorikan dan menginterpretasikan informasi berdasarkan konteks yang relevan. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami pola-pola yang ada dalam cara generasi muda berinteraksi dengan konten dakwah dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pesan tersebut.

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pesan dakwah oleh generasi muda di media sosial. Beberapa faktor yang akan dieksplorasi meliputi: keaslian dan kredibilitas konten, cara penyampaian pesan, serta interaksi yang terjadi antara dai dan audiens. Dengan memahami faktor-faktor ini, para dai dan penggiat dakwah dapat merumuskan pendekatan yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

Selain itu, penelitian ini akan membahas tantangan yang dihadapi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial, seperti munculnya informasi yang tidak akurat atau hoaks. Penelitian sebelumnya oleh Zainuddin (2019) menunjukkan bahwa banyak konten dakwah di media sosial yang tidak melalui proses verifikasi yang ketat, sehingga dapat menyebabkan kesalahpahaman di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana generasi

muda menyaring informasi dakwah yang mereka terima melalui media sosial dan bagaimana mereka dapat dilatih untuk mengenali konten yang kredibel.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital. Dengan memahami dinamika interaksi generasi muda dengan konten dakwah di media sosial, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para dai dan penggiat dakwah dalam merumuskan pendekatan yang lebih inovatif dan menarik. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk melakukan edukasi dan memberikan pemahaman yang benar tentang penggunaan media sosial dalam konteks dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran media sosial dalam penyebaran dakwah di kalangan generasi muda?

Media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam menyebarkan dakwah kepada generasi muda. Di era digital saat ini, platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter menjadi sarana utama interaksi dan konsumsi informasi, termasuk informasi keagamaan. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pengajian konvensional, tetapi bisa diakses kapan saja dan di mana saja oleh pengguna media sosial.

Peran media sosial memungkinkan penyampaian pesan dakwah menjadi lebih fleksibel dan dinamis. Para da'i kini dapat menyesuaikan konten mereka agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh generasi muda, yang umumnya menyukai bentuk komunikasi visual dan interaktif. Misalnya, ceramah singkat berbentuk video pendek atau kutipan inspiratif dalam bentuk grafis menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian. Media sosial juga mendekatkan da'i dengan audiens mereka. Tidak hanya menyampaikan materi secara satu arah, tetapi memungkinkan komunikasi dua arah. Audiens dapat mengajukan pertanyaan, berdiskusi, atau memberikan tanggapan secara langsung, yang membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik dan meningkatkan keterlibatan.

Di kalangan generasi muda, media sosial menjadi sumber utama untuk mendapatkan inspirasi dan pemahaman keagamaan. Banyak dari mereka merasa lebih nyaman mencari jawaban atas pertanyaan keagamaan secara online daripada bertanya langsung dalam forum tatap muka. Ini menciptakan ruang baru bagi penyebaran dakwah yang bersifat personal dan tidak menghakimi. Selain itu, peran media sosial memperluas jangkauan dakwah ke komunitas yang sebelumnya sulit dijangkau. Misalnya, remaja dan pemuda yang tidak aktif di kegiatan keagamaan formal tetap dapat terpapar nilai-nilai Islam melalui konten yang muncul di timeline mereka. Ini menjadi peluang besar bagi para da'i untuk menyebarkan pesan dakwah kepada kelompok yang lebih luas.

Media sosial juga memungkinkan personalisasi pesan dakwah sesuai dengan minat dan gaya hidup audiensnya. Dengan memahami algoritma dan segmentasi pengguna, para penggiat dakwah dapat merancang konten yang tepat sasaran, baik itu untuk pelajar, mahasiswa, pekerja muda, atau ibu rumah tangga muda. Namun, meskipun potensinya besar, media sosial juga memiliki risiko seperti penyebaran konten yang menyesatkan atau manipulatif. Oleh karena itu, peran ini harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab, disertai verifikasi informasi dan niat untuk membangun kebaikan bersama.

Peran media sosial dalam dakwah juga menciptakan komunitas online yang saling mendukung dalam meningkatkan keimanan. Grup-grup diskusi keislaman, live kajian interaktif, dan forum tanya jawab keagamaan menjadi sarana penguatan spiritual yang tidak terbatas oleh jarak. Lebih jauh, media sosial menjadi alat penting dalam membentuk identitas keagamaan generasi muda. Ketika mereka terpapar konten religius secara konsisten, terjadi proses internalisasi nilai-nilai agama yang dapat mempengaruhi perilaku sehari-hari mereka, baik secara personal maupun sosial.

Bentuk Konten Dakwah Yang Efektif Dalam Menarik Perhatian Generasi Muda Di Media Sosial

Konten dakwah yang efektif untuk generasi muda di media sosial harus relevan dengan gaya hidup digital mereka dan disampaikan dalam bentuk yang kreatif serta menarik secara visual. Salah satu bentuk konten yang sangat populer adalah video pendek berdurasi 1–3 menit, yang

menyampaikan pesan keislaman secara padat, ringan, namun menyentuh. Konten seperti infografis dan kartu dakwah digital yang memuat kutipan ayat Al-Qur'an atau hadis dengan desain menarik juga banyak dibagikan oleh generasi muda. Tampilan visual yang estetik dan minimalis lebih mudah menarik perhatian mereka dibanding teks panjang tanpa visual pendukung.

Podcast dakwah juga mulai digemari, khususnya oleh generasi muda yang lebih suka mendengarkan konten sembari melakukan aktivitas lain. Podcast menawarkan kedalaman materi yang dikemas dalam format santai dan dialogis, yang membuat tema-tema dakwah terasa lebih akrab dan tidak menggurui. Selain itu, meme islami dengan sentuhan humor yang cerdas menjadi salah satu strategi menarik. Meski terdengar ringan, pesan dalam meme bisa sangat kuat jika dikemas dengan tepat, sehingga mampu menyampaikan nilai keislaman tanpa terkesan berat.

Generasi muda juga tertarik dengan cerita inspiratif dalam bentuk thread atau storytelling di Instagram Story atau TikTok. Cerita kehidupan nyata yang menyentuh, seperti kisah hijrah, pengalaman spiritual, atau perjuangan dalam mempertahankan nilai-nilai Islam di era modern sangat efektif menggugah emosi dan empati. Live streaming kajian di platform seperti YouTube dan Instagram menjadi sarana lain yang memfasilitasi interaksi langsung antara da'i dan followers-nya. Kehadiran waktu nyata memberikan nuansa personal dan memperkuat keterlibatan.

Konten tantangan dakwah seperti "1 Hari 1 Ayat", "Challenge Baca Al-Qur'an" atau "Ramadhan Vlog Challenge" juga menjadi tren. Ini tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif pengguna dalam menyebarkan konten positif. Tidak kalah penting adalah Q&A interaktif di mana da'i menjawab pertanyaan followers secara langsung atau melalui komentar. Fitur ini memperkuat dialog dan memberikan ruang bagi generasi muda untuk mengekspresikan kebingungan atau keraguan mereka terhadap isu-isu keagamaan.

Musik dakwah dan nasyid modern yang digubah dalam format kekinian juga memiliki tempat tersendiri di hati generasi muda. Dengan lirik inspiratif dan aransemen modern, lagu-lagu ini bisa menanamkan nilai-nilai Islam secara halus namun kuat. Pada akhirnya, efektivitas konten dakwah di media sosial sangat tergantung pada pemahaman terhadap karakteristik audiens muda. Kreativitas, konsistensi, dan keautentikan pesan menjadi kunci utama agar konten tidak hanya dikonsumsi, tetapi juga diamalkan dan dibagikan.

Tantangan yang dihadapi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial, khususnya terkait akurasi informasi

Penyebaran dakwah melalui media sosial menghadapi tantangan besar terkait akurasi informasi. Dalam ekosistem digital yang serba cepat, konten dakwah sering kali tersebar luas tanpa proses verifikasi yang memadai. Banyak pengguna membagikan kutipan hadis atau ayat tanpa memastikan kebenaran sanad atau konteksnya, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam praktik keagamaan. Salah satu tantangan utama adalah munculnya da'i instan atau influencer yang mengaku sebagai penggiat dakwah tanpa memiliki dasar keilmuan yang kuat. Mereka kerap menyampaikan tafsir atau penafsiran agama secara pribadi tanpa merujuk pada ulama atau sumber otoritatif, sehingga menimbulkan bias dan penyimpangan pemahaman di kalangan audiens, khususnya generasi muda yang belum memiliki pondasi agama yang kuat.

Di sisi lain, algoritma media sosial lebih mengutamakan keterlibatan (engagement) daripada akurasi. Konten yang viral belum tentu benar, namun karena menarik, ia lebih mudah tersebar. Hal ini menjadi tantangan serius bagi penyebaran dakwah karena pesan yang salah bisa menyebar lebih cepat daripada klarifikasinya. Tantangan lain adalah adanya polarisasi dan konflik ideologis di ruang digital. Dakwah di media sosial sering menjadi ajang perdebatan antar kelompok yang berbeda pemahaman, bahkan hingga saling menyerang. Ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan generasi muda dan mengurangi kepercayaan mereka terhadap konten dakwah secara umum.

Minimnya literasi digital dan literasi keagamaan juga memperparah persoalan akurasi informasi. Banyak pengguna tidak tahu cara membedakan konten keagamaan yang sahih dan yang tidak. Mereka juga tidak terbiasa memeriksa validitas informasi atau merujuk pada ulama yang kompeten sebelum membagikan ulang suatu materi dakwah. Media sosial juga memungkinkan manipulasi informasi dengan motivasi tertentu, misalnya demi popularitas, monetisasi, atau bahkan kepentingan politik. Dakwah menjadi alat untuk menarik pengikut, bukan

untuk mencerahkan atau memperbaiki umat. Dalam konteks ini, pesan agama bisa mengalami penyimpangan fungsi.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan karakter dalam menyampaikan konten, seperti di Twitter atau TikTok, yang membuat da'i harus merangkum pesan-pesan yang sangat kompleks dalam format sangat singkat. Ini rentan memunculkan simplifikasi berlebihan dan kesalahan dalam pemahaman. Ada pula risiko penggiringan opini keagamaan berdasarkan narasi tunggal. Ketika satu tokoh atau kelompok sangat dominan di media sosial, mereka cenderung memonopoli tafsir dan memarginalkan perbedaan pandangan yang sebenarnya sah dalam Islam. Ini dapat menutup ruang ijtihad dan diskusi sehat.

Dalam konteks generasi muda, tantangan akurasi ini menjadi sangat penting. Mereka adalah digital native yang sangat aktif mengakses informasi, tetapi sering tidak memiliki alat analisis kritis dalam membedakan mana informasi yang valid dan mana yang tidak, terutama dalam isu-isu agama. Untuk itu, perlu kolaborasi antara ulama, akademisi, pendidik, dan penggiat dakwah digital untuk memperkuat ekosistem dakwah yang sehat di media sosial. Hal ini mencakup edukasi literasi digital keagamaan dan penguatan sumber-sumber dakwah yang otoritatif dan terpercaya.

Strategi para da'i dan penggiat dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan agama yang relevan dan menarik di media sosial?

Para da'i dan penggiat dakwah di era digital kini menyusun strategi dakwah yang tidak hanya berbasis isi, tetapi juga platform, gaya penyampaian, serta pemahaman terhadap psikologi audiens muda. Strategi pertama yang banyak digunakan adalah pendekatan kontekstualisasi, yaitu menyampaikan pesan agama yang relevan dengan isu-isu kekinian yang dihadapi oleh generasi muda, seperti kesehatan mental, hubungan sosial, dan produktivitas.

Da'i digital kini juga mengandalkan storytelling sebagai metode utama dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Cerita personal tentang hijrah, kegagalan dan bangkit, serta pengalaman spiritual lebih mudah diterima dan dirasakan audiens muda, karena membangun koneksi emosional dan autentisitas.

Strategi lainnya adalah penggunaan visualisasi dan media kreatif, termasuk desain grafis, animasi, video sinematik, serta podcast. Hal ini membuat konten dakwah tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan dan tidak membosankan. Pendekatan ini penting mengingat generasi muda sangat sensitif terhadap kualitas visual dan audio. Para da'i juga menerapkan engagement strategy, yakni membuka ruang interaksi melalui fitur komentar, polling, dan live Q&A. Interaksi ini memperkuat hubungan antara da'i dan followers serta menciptakan kesan bahwa dakwah bukan sekadar instruksi satu arah, tetapi dialog yang inklusif.

Selain itu, para da'i sukses menggunakan tagar dan kampanye tematik seperti #JumatBerkah, #HijrahItuIndah, atau #RamadhanChallenge untuk membangun momentum dan viralitas dakwah. Ini memperkuat kesadaran kolektif serta mendorong partisipasi aktif dalam menyebarkan pesan agama. Penting juga strategi kolaborasi lintas tokoh. Da'i sering menggandeng influencer dari bidang lain seperti musisi, gamer, atau selebgram untuk menyampaikan pesan dakwah dengan pendekatan yang lebih ringan. Kolaborasi ini membuka pintu baru bagi audiens non-religius untuk mengenal Islam secara positif.

Da'i digital juga mulai menggunakan platform manajemen konten secara profesional, seperti menyusun editorial calendar, memonitor engagement metrics, dan mengatur segmentasi audiens. Ini mencerminkan bahwa dakwah di media sosial kini lebih strategis dan terencana. Salah satu strategi paling efektif adalah keberanian untuk membahas isu-isu sensitif secara moderat, seperti toleransi, gender, dan perbedaan mazhab. Ketika dibahas dengan bijak, isu-isu ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang terbuka untuk dialog dan perkembangan zaman.

Para penggiat dakwah juga mulai mengadopsi gaya bahasa yang ringan, santai, dan penuh empati, menjauhi gaya yang menghakimi atau eksklusif. Ini membuat generasi muda merasa lebih nyaman dan diterima, meskipun masih dalam proses mencari jati diri spiritualnya. Dengan strategi-strategi tersebut, para da'i dapat menghadirkan wajah Islam yang inklusif, ramah, dan relevan bagi

kehidupan generasi muda saat ini, sehingga dakwah bukan hanya didengar, tetapi juga dirasakan dan diamalkan.

Keterlibatan generasi muda dalam proses dakwah di media sosial dapat membentuk karakter dan tanggung jawab sosial mereka

Keterlibatan generasi muda dalam proses dakwah di media sosial memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap pembentukan karakter dan rasa tanggung jawab sosial mereka. Ketika generasi muda tidak hanya menjadi konsumen konten dakwah, tetapi juga ikut memproduksi, menyebarkan, atau berdiskusi tentang nilai-nilai Islam, maka secara tidak langsung mereka sedang membentuk jati diri religius dan sosialnya. Proses ini menciptakan internalisasi nilai. Saat mereka membagikan konten tentang kejujuran, kepedulian, atau kesabaran, mereka juga sedang memperkuat nilai-nilai itu dalam dirinya. Dakwah digital menjadi cermin dari nilai-nilai yang mereka percayai dan ingin perjuangkan di ruang publik. Keterlibatan ini juga memperkuat kesadaran sosial. Generasi muda mulai melihat dakwah bukan hanya soal ibadah individual, tetapi juga kontribusi pada masyarakat—misalnya melalui kampanye sosial, penggalangan donasi online, atau advokasi isu-isu kemanusiaan berdasarkan prinsip Islam.

Mereka juga belajar tentang tanggung jawab digital, yaitu bagaimana menyebarkan informasi secara etis, menjaga adab dalam diskusi online, serta menyadari dampak dari setiap unggahan mereka. Ini menumbuhkan akhlak digital yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, generasi muda yang aktif berdakwah di media sosial secara tidak langsung mengembangkan keterampilan kepemimpinan, komunikasi, dan berpikir kritis. Mereka belajar merancang pesan yang efektif, mengelola audiens, serta menyikapi kritik secara dewasa.

Melalui aktivitas dakwah ini, mereka membentuk komunitas positif yang saling mendukung dalam kebaikan. Kebersamaan ini menumbuhkan rasa memiliki terhadap komunitas Islam global dan mengurangi perasaan terasing atau kesepian yang sering dialami anak muda di era digital. Keterlibatan dalam dakwah juga memperkuat identitas diri sebagai Muslim modern yang aktif, kreatif, dan peduli pada isu-isu masyarakat. Identitas ini menjadi pondasi penting dalam membangun karakter yang kuat dan konsisten di tengah arus globalisasi dan sekularisasi.

Dakwah digital pun menjadi media refleksi diri. Dalam proses menyiapkan konten atau berdiskusi dengan followers, mereka kerap menemukan tantangan atau pertanyaan yang mendorong mereka untuk belajar lebih dalam, sehingga membentuk pribadi yang haus ilmu dan rendah hati. Lebih jauh, keterlibatan ini mendorong empati sosial. Ketika mereka menyebarkan konten dakwah tentang peduli yatim, derita Palestina, atau bahaya narkoba, mereka sedang membangun kepekaan terhadap penderitaan orang lain dan memperkuat komitmen untuk turut berkontribusi dalam perubahan sosial.

SIMPULAN

Penyebaran dakwah di kalangan generasi muda di era digital memiliki potensi yang sangat besar melalui media sosial, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform interaktif yang memungkinkan dialog antara da'i dan audiens, sehingga meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam pemahaman dan praktik ajaran agama. Meskipun terdapat tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, penting untuk meningkatkan literasi media di kalangan generasi muda agar mereka dapat menyaring informasi dengan kritis. Konten dakwah yang kreatif dan inovatif, serta dukungan dari organisasi Islam, dapat memperkuat efektivitas dakwah di era digital. Oleh karena itu, pendekatan yang holistik, inovatif, dan adaptif sangat diperlukan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, sehingga dakwah dapat memberikan pengaruh positif dalam kehidupan generasi muda dan mendorong mereka untuk aktif berkontribusi dalam penyebaran nilai-nilai agama yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qurtuby, S. (2018). "The Role of Social Media in Islamic Da'wah: A Study of the Use of Social Media by Islamic Preachers." *Journal of Islamic Communication*, 2(1), 45-60.
- Ayyub, M. (2023). *Dakwah Digital: Strategi dan Tantangan di Era Media Sosial*. Jakarta: Penerbit Islamika.

- Fatimah, S. (2024). *Toleransi dalam Dakwah: Pendekatan Inklusif untuk Generasi Muda*. Surabaya: Penerbit Cendekia.
- Faldiansyah, A. (2022). *Kreativitas dalam Dakwah: Memanfaatkan Media untuk Menjangkau Generasi Muda*. Bandung: Penerbit Muda.
- Hayati, D. R. (2023). *Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah (Skripsi)*.
- Hasyim, M. (2020). "Visual Communication in Islamic Da'wah: The Impact of Social Media on Youth Engagement." *International Journal of Islamic Studies*, 5(2), 123-135.
- Informatika UI. (2023). *Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Dakwah di Kalangan Generasi Muda*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nur Akrom, M. (2023). *Tabayyun dalam Era Informasi: Pentingnya Verifikasi dalam Dakwah*. Malang: Penerbit Hikmah.
- Nurhasanah, N. (2023). "Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah." *Jurnal Al-Adalah*, 8(1), 45-60.
- Nurhidayat, R. (2023). *Adaptasi Dakwah di Era Modern: Tantangan dan Peluang*. Jakarta: Penerbit Al-Mawardi.
- Pew Research Center. (2021). "Social Media Use in 2021." Retrieved from Pew Research Center.
- Rahman, F. (2021). "Social Media as a Space for Religious Discussion among Youth: A Qualitative Study." *Youth and Religion Journal*, 10(4), 200-215.
- Rina, S. (2023). *Budaya Pop dan Pengaruhnya terhadap Generasi Muda: Tantangan Dakwah di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Lentera.
- Rosid, A. A. (2020). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah." *Jurnal Hikmah*, 12(2), 75-90.
- Rosilawati, N. (2024). *Dakwah yang Relevan: Menjawab Pertanyaan Generasi Muda*. Bogor: Penerbit Bina Insani.
- Siti Aisyah, N. (2023). *Media Sosial dan Generasi Muda: Peluang dan Tantangan dalam Dakwah*. Jakarta: Penerbit Citra.
- Sulaiman, H. (2023). *Pendidikan Agama yang Komprehensif: Membangun Pemahaman di Kalangan Generasi Muda*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka.
- Waqid, A. (2023). *Akulturasi Budaya dalam Dakwah: Pendekatan yang Efektif untuk Generasi Muda*. Surabaya: Penerbit Karya.
- Zain, A. (2023). *Interaksi dalam Dakwah: Membangun Dialog dengan Generasi Muda*. Bandung: Penerbit Sukses.
- Zainuddin, A. (2019). "Misinformation in Islamic Da'wah on Social Media: Challenges and Solutions." *Journal of Media and Religion*, 18(3), 150-165.
- Zainuddin, A. (2023). "Misinformation in Islamic Da'wah on Social Media: Challenges and Solutions." *Journal of Media and Religion*, 18(3), 150-165