

OPTIMALISASI MEDIA DAKWAH DIGITAL BAGI KOMUNITAS MUSLIM: PENDEKATAN EDUKASI

Shofiyullahul Kahfi¹, Muhammad Za'im Muhibbulah²

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Tuban

e-mail: shofikahfi123@gmail.com, zaim19991@gmail.com

Abstract

Optimization of Digital Da'wah Media with an Educational Approach for the Muslim Community is an important effort to enhance understanding and engagement with Islamic teachings in the digital era. This study aims to analyze various strategies and content used in digital da'wah media to achieve educational objectives. The methodology employed is a qualitative approach with Library Research. The analyzed data includes types of content, delivery formats, and user interactions with the content. The results indicate that content on social media in the form of videos, infographics, and educational articles has a high appeal and can significantly enhance audience understanding, particularly among the youth. Additionally, the use of simple language and engaging presentation contributes to the effectiveness of message delivery. The conclusion of this study emphasizes that the optimization of digital da'wah media with an educational approach can strengthen the understanding of Islamic teachings and encourage active participation within the Muslim community. Therefore, da'wah managers need to continuously innovate in creating relevant and engaging content to reach a broader audience.

Keywords: *Digital Da'wah Media, Educational Approach, Muslim Community*

Abstrak

Optimalisasi media dakwah digital dengan pendekatan edukasi bagi komunitas Muslim merupakan upaya penting dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan umat terhadap ajaran Islam di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai strategi dan konten yang digunakan dalam media dakwah digital untuk mencapai tujuan edukasi. Metodologi yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan Metode Library Research. Data yang dianalisis mencakup jenis konten, format penyampaian, serta interaksi pengguna dengan konten tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dalam media sosial yang berbentuk video, infografis, dan artikel edukatif memiliki daya tarik yang tinggi dan mampu meningkatkan pemahaman audiens, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, penggunaan bahasa yang sederhana dan penyajian yang menarik berkontribusi pada efektivitas penyampaian pesan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi media dakwah digital dengan pendekatan edukasi dapat memperkuat pemahaman ajaran Islam dan mendorong partisipasi aktif komunitas Muslim. Oleh karena itu, pengelola dakwah perlu terus berinovasi dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata Kunci: Media Dakwah Digital, Pendekatan Edukasi, Komunitas muslim.

A. Pendahuluan

Dakwah adalah aktivitas yang memanfaatkan berbagai strategi dan media yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dengan tujuan mengajak umat manusia untuk melakukan kebaikan dan mencegah keburukan demi mencapai keridhaan Allah SWT di dunia dan akhirat (Lestari, 2020). Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari, Rasulullah SAW bersabda, "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat" (HR. Bukhari). Hadis ini menegaskan bahwa setiap Muslim memiliki tanggung jawab untuk berbagi dan menyebarkan ajaran agama, meskipun hanya dalam jumlah kecil. Dalam konteks era milenial yang terus berkembang, terutama dengan kemajuan teknologi, dakwah dapat memanfaatkan media baru yang lebih relevan dengan masyarakat saat ini (Mardiana, 2020).

Di zaman modern ini, dakwah tidak lagi menjadi tanggung jawab eksklusif para ulama, melainkan merupakan hak dan kewajiban setiap Muslim. Setiap individu diharapkan untuk berdakwah di mana saja dan kapan saja dengan penuh tanggung jawab, sehingga proses dakwah dapat berlanjut dari generasi ke generasi (Pimay & Savitri, 2021). Fenomena komunitas hijrah yang berkembang pesat di berbagai kota di Indonesia adalah salah satu bukti bahwa dakwah telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat, dan setiap Muslim memiliki hak serta kemampuan untuk berdakwah. (Rahman, A. 2019)

Pendekatan edukasi dalam dakwah digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan kualitas penyampaian pesan dan keterlibatan audiens, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Konten yang disajikan harus tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami. (Sari, D. 2021) Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi dan konten yang efektif dalam optimalisasi media dakwah digital dengan pendekatan edukasi bagi komunitas Muslim. Dengan memahami cara-cara yang tepat untuk menyampaikan pesan dakwah, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman ajaran Islam dan mendorong partisipasi aktif umat dalam kegiatan keagamaan.

B. Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi dan menganalisis optimalisasi media dakwah digital dengan pendekatan edukasi bagi komunitas Muslim. Metode ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang optimalisasi media dakwah digital dengan pendekatan edukasi bagi komunitas Muslim. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola dakwah dan lembaga pendidikan dalam memanfaatkan media digital secara efektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Library Research*. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang mendalam mengenai konsep, teori, dan praktik yang berkaitan dengan media dakwah digital dan pendidikan Islam. Metode *Library Research* digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen lainnya. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari: Sumber Data Primer: Buku-buku yang membahas tentang dakwah, media digital, dan pendidikan Islam. Artikel jurnal yang relevan dengan topik penelitian, baik dari jurnal nasional maupun internasional. Dan juga Sumber Data Sekunder: Laporan penelitian, kebijakan, dan pedoman yang dikeluarkan oleh lembaga keagamaan atau pendidikan terkait dakwah digital

C. Hasil dan Pembahasan

Islam merupakan agama yang memberikan petunjuk bagi individu untuk menjadi pribadi yang baik, beradab, dan berkualitas. Agama ini mendorong umatnya untuk selalu berbuat kebaikan, sehingga dapat membangun peradaban yang maju dan menciptakan tatanan kehidupan yang manusiawi, yang mencakup keadilan, kemajuan, serta kebebasan dari berbagai ancaman, penindasan, dan ketakutan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan suatu proses yang dikenal sebagai dakwah (Aziz, 2004: 1). Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu "da'a," "yad'u," dan "da'watan," yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil. Seseorang yang melakukan ajakan atau seruan ini disebut da'i. Dalam pengertian terminologis, Quraish Shihab (2001: 194) mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan untuk mencapai kesadaran, serta usaha untuk mengubah keadaan menjadi lebih baik dan sempurna, baik untuk individu maupun masyarakat. Dakwah tidak hanya berfokus pada peningkatan pemahaman dan perilaku, tetapi juga memiliki tujuan yang lebih luas. Terlebih lagi, di era saat ini, dakwah harus berperan lebih aktif dalam menerapkan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.

Dakwah adalah suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari satu situasi ke situasi lain, yaitu situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk Allah, adalah merupakan kewajiban bagi kaum muslimin dan muslimat. Hal ini bedasarkan firman Allah di dalam surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْخَسَنَةِ وَجَدِيلُهُمْ بِالْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk"

Kata ud'u yang diterjemahkan dengan seruan, ajaran adalah fi'il amar yang menurut kaidah ushul fiqh setiap fi'il amar adalah perintah dan perintah adalah wajib dan

harus dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada sunnah atau hukum lain. Jadi melaksanakan dakwah adalah wajib hukumnya karena tidak ada dalil-dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu (Sanwar, 2009:82). Sedangkan dasar kewajiban dakwah dalam hadist yang diriwayatkan oleh Muslim adalah:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلَا يُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فِي لِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ إِلَيْهِ وَذَلِكَ أَصْعَفُ الْإِيمَانِ) رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

Dari Abu Sa'id Al Khudri radhiyallahu 'anhu dia berkata: 'Aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:' Barang siapa di antara kalian yang melihat kemungkaran, hendaknya dia ubah dengan tangannya (kekuasaannya). Kalau dia tidak mampu hendaknya dia ubah dengan lisannya dan kalau dia tidak mampu hendaknya dia ingkari dengan hatinya. Dan inilah selemah-lemahnya iman.' (HR. Muslim).

Hadist diatas menunjukan perintah kepada umat Islam untuk mengadakan dakwah sesuai kemampuan masing-masing. Apabila seorang muslim mempunyai sesuatu kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakan dakwah. Jika ia hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisan itu ia diperintahkan untuk mengadakan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk berdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata ia tidak mampu (Amin,2009:54). Maka berdakwah merupakan tanggung jawab dan tugas setiap muslim mana pun dan kapan pun ia berada. Kewajiban dakwah ini bukan hanya merupakan kewajiban para ulama, tetapi merupakan kewajiban setiap insan muslim dan muslimat tanpa kecuali. Hanya kemampuan dan bidangnya saja yang berbeda, sesuai dengan ukuran kemampuan masing-masing. Media sosial adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khusunya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa kosekuensi di tingkat individu, organisasi dan kelembagaan (Nurudin, 2010: 83). Pada dasarnya media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri (Zarella. 2010: 2-3).

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Menurut Buku Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI terkait dengan peran dan manfaat media sosial adalah (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014: 34-37): Berbagai platform media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk belajar melalui beragam informasi, data, dan isu yang tersedia di dalamnya. Di sisi lain, media sosial juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Konten yang ada di media sosial berasal dari berbagai penjuru dunia, mencakup beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi, dan kecenderungan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa media sosial, dalam konteks positif, berfungsi sebagai ensiklopedia global yang berkembang pesat. Dalam hal ini, pengguna media sosial sangat perlu untuk

membekali diri dengan sikap kritis, kemampuan analisis yang tajam, refleksi yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, serta pengendalian emosi yang baik. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya berfungsi sebagai penyimpanan dan dokumentasi beragam konten, mulai dari profil, informasi, laporan kejadian, rekaman peristiwa, hingga hasil-hasil penelitian.

Dalam konteks ini, organisasi, lembaga, dan individu dapat memanfaatkan media sosial dengan cara merumuskan kebijakan penggunaan dan pelatihan bagi seluruh karyawan, guna memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan melalui media sosial meliputi pembuatan blog organisasi, integrasi berbagai lini di perusahaan, penyebaran konten yang relevan sesuai dengan target masyarakat, serta pemanfaatan media sosial sesuai dengan kepentingan, visi, misi, tujuan, serta efisiensi dan efektivitas operasional organisasi.

Arah dan tujuan penggunaan media sosial sepenuhnya tergantung pada penggunanya. Oleh karena itu, ketika dikelola oleh para ahli manajemen dan pemasaran, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk melaksanakan perencanaan dan strategi mereka. Contohnya, media sosial dapat digunakan untuk promosi, menarik pelanggan setia, membangun loyalitas konsumen, menjelajahi pasar, mendidik masyarakat, hingga mengumpulkan tanggapan dari publik.

Media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Platform ini bermanfaat untuk mengawasi organisasi serta mengevaluasi berbagai rencana dan strategi yang telah dilaksanakan. Respons dari publik dan pasar menjadi indikator, kalibrasi, dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau masalah, bagaimana prosedur diikuti atau dilanggar oleh publik, serta apa yang diinginkan oleh masyarakat, semua itu dapat diamati secara langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, kecenderungan, pilihan, dan posisi pemahaman publik dapat terekam dengan baik di media sosial. Oleh karena itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai alat pencegahan yang efektif untuk memblokir atau memengaruhi pemahaman publik.

Perkembangan teknologi yang pesat dan sulit untuk dihindari telah membawa dampak signifikan, salah satunya adalah kemudahan dalam bertukar informasi antar kota, negara, bahkan di seluruh dunia (Hendra & Saputri, 2020). Metode dakwah yang diterapkan pada masa Nabi Muhammad SAW sangat berbeda dibandingkan dengan metode dakwah di era teknologi saat ini. Pada zaman Nabi, dakwah dilakukan dengan petunjuk dan waktu yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Namun, saat ini, kompleksitas dakwah semakin meningkat, baik dari segi internal maupun eksternal. Kompleksitas ini memberikan tantangan besar bagi para da'i dan da'iyah. Meskipun perkembangan teknologi mempermudah kegiatan dakwah, ia juga membawa dampak negatif yang signifikan bagi masyarakat jika tidak digunakan dengan bijak. Misalnya, kemudahan dalam melakukan maksiat, perjudian, dan tindakan tercela lainnya semakin meningkat, serta hilangnya rasa malu dan penurunan akhlak serta moral. Ini menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh para da'i dan da'iyah, yang dituntut untuk meningkatkan iman dan akidah dengan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang, agar generasi muda tidak kehilangan moral, iman, dan pengetahuan mereka (Farida, Saputri, & Fauziyah, 2021).

Dengan adanya integrasi media, metode dakwah juga perlu mengalami perkembangan. Dakwah tidak lagi bersifat monoton dan sederhana, melainkan harus

memanfaatkan kemajuan teknologi media agar pesan dakwah dapat tersebar dan diterima oleh khalayak yang lebih luas (Budiantoro, 2017). Mengingat media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat, dakwah harus mampu menerapkan strategi dan metode yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dakwah digital harus mengedepankan nilai-nilai humanisme, di mana para da'i dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial dengan mendokumentasikan dan mengunggah konten tersebut, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menyimpan dan mengaksesnya kapan saja.

Tantangan selanjutnya bagi para da'i adalah memastikan bahwa mad'u dari berbagai latar belakang dapat memahami materi dakwah yang disampaikan melalui media sosial (Muhaemin, 2017). Metode dakwah yang digunakan oleh para da'i di media sosial sangat beragam, antara lain: 1) Memanfaatkan fitur unggah video di platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook, yang memudahkan para da'i untuk membagikan materi dakwah kepada masyarakat (mad'u). 2) Menggunakan fitur live streaming di media sosial, di mana da'i dapat melakukan diskusi dengan format kajian dakwah. Dalam metode ini, setelah menyampaikan materi, da'i memberikan kesempatan kepada mad'u yang hadir, baik secara langsung maupun online, untuk mengajukan pertanyaan. 3) Memanfaatkan fitur unggah foto, di mana para da'i menyampaikan dakwah melalui gambar atau tulisan yang mengandung makna materi dakwah yang dapat dipahami oleh mad'u melalui ilustrasi dan makna tulisan yang disampaikan. 4) Menggunakan fitur video pendek, di mana banyak da'i yang mengunggah video singkat yang berisi materi dakwah yang padat dan jelas, dikemas dengan cara yang unik dan menarik. 5) Menggunakan metode podcast atau siaran web, di mana da'i mengunggah suara dalam bentuk video atau audio yang dapat diunduh melalui internet. Dalam metode ini, da'i mengemas materi dakwah dalam bentuk siaran dan mengunggahnya di akun media sosial untuk diunduh oleh mad'u (Maulana et al., 2018).

Penggunaan strategi pengembangan konten Islami di era digital menunjukkan potensi besar dalam mengoptimalkan penyebaran pesan-pesan agama Islam. Berbagai artikel jurnal menunjukkan bahwa integrasi media sosial, platform video online, dan aplikasi mobile efektif dalam mencapai audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan teknologi digital. Integrasi media sosial, seperti yang terbukti dari studi tentang penggunaan media sosial dalam penyebaran ajaran Al-Qur'an, memberikan sarana komunikasi yang luas dan mudah diakses bagi umat Muslim kontemporer. (Sule & Mainiyo, 2023) Hal ini memungkinkan penyebaran pesan agama dengan lebih efektif dan secara signifikan meningkatkan partisipasi dalam diskusi dan pemahaman akan nilai-nilai Islam. Selain itu, aplikasi mobile untuk pembelajaran Islam juga terbukti memainkan peran penting dalam mempermudah akses dan meningkatkan pemahaman terhadap konten agama. (Bibi et al., 2020) Kemudahan akses ini tidak hanya menguntungkan dalam konteks pendidikan formal, tetapi juga dalam mendukung pendalaman pemahaman agama secara mandiri di kalangan individu. Penggunaan YouTube sebagai platform pembelajaran dan inspirasi Islam juga telah terbukti efektif dalam menyediakan materi edukatif yang relevan dan menarik bagi pengguna. (Ashidiqi et al., 2019) Video online seperti ini tidak hanya memvisualisasikan konsep-konsep agama secara jelas, tetapi juga memfasilitasi interaksi yang lebih dinamis antara pengajar dan pelajar.

Penelitian ini juga menyoroti tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam pendidikan bahasa Inggris dan media digital, mencerminkan kebutuhan akan representasi budaya yang tepat dan strategi pengajaran yang sensitif terhadap konteks agama. (Astuti et al., 2024) Hal ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara para ulama, pengembang teknologi, dan pakar pemasaran digital untuk menciptakan konten yang informatif, relevan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam lingkungan pendidikan digital. Namun demikian, perlunya pengawasan yang ketat terhadap konten yang disebarluaskan dan manajemen risiko terkait penggunaan teknologi tetap menjadi perhatian utama. Ini meliputi upaya untuk mengelola risiko konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam atau potensi penyalahgunaan teknologi dalam konteks agama.

Menciptakan budaya partisipatif yang positif dalam industri media dan hiburan adalah penting untuk mengembangkan konten media Islam yang relevan di era digital. Perdebatan tentang kebolehan hiburan, seperti musik dan nyanyian dalam Islam, tetap menjadi isu sentral yang perlu disikapi dengan bijak. Upaya untuk merawat konten media Islam dihadapkan pada tantangan seperti sikap negatif terhadap hiburan serta kurangnya kreativitas dalam penyajian konten. Oleh karena itu, penting bagi para pembuat konten untuk mengadopsi pendekatan inovatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sekaligus menarik bagi audiens yang lebih luas dan beragam. (Ghani, 2020)

Hal ini memberikan landasan yang kokoh untuk pengembangan lebih lanjut dalam memaksimalkan potensi penggunaan era digital dalam menyebarkan konten Islami yang relevan, edukatif, dan bermakna bagi masyarakat digital saat ini. Diperlukan upaya terus-menerus untuk mengembangkan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan teknologi serta preferensi audiens agar tujuan penyebaran nilai-nilai Islam dapat tercapai secara optimal di era digital yang terus berkembang.

Secara Umum ada beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam konteks pendidikan bagi komunitas Muslim, yaitu: Salah satu strategi yang efektif adalah menciptakan konten interaktif yang dapat menarik perhatian audiens. Konten ini bisa berupa video pembelajaran, kuis, dan infografis yang menjelaskan konsep-konsep Islam dengan cara yang menarik. Menurut Rahman (2019), penggunaan konten interaktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membantu mereka memahami ajaran Islam dengan lebih baik. Misalnya, video pembelajaran yang menjelaskan sejarah Islam atau nilai-nilai moral dapat disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk menyebarkan konten dakwah. Dengan menggunakan fitur-fitur yang ada, seperti live streaming dan postingan reguler, para da'i dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hidayat (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Misalnya, melalui sesi tanya jawab secara langsung di Instagram Live, audiens dapat berinteraksi langsung dengan da'i dan mendapatkan penjelasan yang lebih mendalam tentang ajaran Islam. Mengandeng influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh di media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah. Influencer dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kredibilitas pada konten yang disampaikan. Sari (2021) dalam penelitiannya

menunjukkan bahwa kolaborasi dengan influencer dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Misalnya, seorang influencer yang memiliki pengikut yang banyak dapat membagikan konten dakwah di akun media sosialnya, sehingga pesan tersebut dapat menjangkau lebih banyak orang.

Menyediakan sumber belajar yang mudah diakses, seperti e-book, artikel, dan video pembelajaran, dapat membantu komunitas Muslim dalam meningkatkan pemahaman agama. Konten ini harus disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan audiens. Mardiana (2020) menekankan pentingnya aksesibilitas konten dakwah digital untuk menarik minat generasi muda dalam belajar tentang Islam. Misalnya, e-book yang membahas topik-topik penting dalam Islam dapat diunduh secara gratis oleh masyarakat.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan ini menegaskan bahwa media dakwah digital memainkan peran krusial dalam menyebarkan ajaran Islam dan meningkatkan pemahaman agama di kalangan komunitas Muslim, terutama dalam konteks pendidikan. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, dakwah dapat disampaikan secara interaktif dan menarik, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Strategi seperti penggunaan konten interaktif, pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan penyediaan sumber belajar yang mudah diakses menjadi kunci dalam mengoptimalkan dakwah digital sebagai alat pendidikan.

E. Daftar Pustaka

- Amin, Samsul Munir. 2008. Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Ashidiqi, M. N. A., Rohmatiah, A., & Rahmah, F. A. (2019). Youtube Free Quran Education as a Source of Islamic Education Learning Materials and Media. Khalifa: Journal of Islamic Education, 3(2), 126.
- Astuti, R., Mustofa, M. L., & Nisak, N. M. (2024). Integration of Islamic Values into English Language Teaching in the Digital Era: Challenges and Prospectives. Halaqa: Islamic Education Journal, 8(1), 26-34.
- Aziz, Muhammad A. 2004. Ilmu Dakwah. Jakarta: Prenada Media.
- Bibi, S. H., Munaf, R. M., Bawany, N. Z., Shamim, A., & Saleem, Z. (2020). Usability Evaluation of Islamic Learning Mobile Applications. Elkawnie, 6(1), 1.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. Komunika, 11(2).
- Farida, A., Saputri, Y., & Fauziyah, R. (2021). Metode Dakwah Rasulullah dan Relevansinya dengan Tantangan Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. Murabby: Jurnal Pendidikan Islam, 4(2).
- Ghani, Z. A. (2020). Nurturing Islamic Media Content in Digital Environment. Ulum Islamiyyah, 32, 42-54.
- Hidayat, R. (2020). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam di Era Digital." Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 45-60.
- Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah dalam Arus Perkembangan Media Sosial. Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, 7(1).

- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58.
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukyat, T. (2018). Dakwah di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10, 148–158.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356.
- Nurudin. (2010). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. (*Jurnal Komunikator*, Vol.5).
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55.
- Rahman, A. (2019). "Optimalisasi Media Dakwah Digital untuk Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Generasi Muda." *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 123-135.
- Sanwar, Aminudin. 2009. Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi. Semarang: Gununjati.
- Sari, D. (2021). "Pendekatan Edukasi dalam Dakwah Digital: Tantangan dan Peluang." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 78-90.
- Shihab, M. Quraish. 2001. Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat. Cet. 22. Bandung: Mizan.
- Sule, M. M., & Mainiyo, A. S. (2023). Effectiveness of Social Media Platforms in Disseminating Qur'anic Teachings among Contemporary Muslims. Alhadh
- Zarella, Dan. 2010. The Social Media Marketing Book. Canada: O'Reilly Media.