

Peran Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital Perspektif Al-Qur'an

Auliya Urokhim

Ela Rosyida

Mahasiswa S3 Institut Agama Islam Negeri Kediri

*auliya.sejugm357482@gmail.com

Ela.rosyida@gmail.com

Abstract

This article discusses the role of social media in the dissemination of Islamic da'wah in the digital era, with reference to the Qur'anic perspective. In the modern context, social media has become an effective tool for delivering da'wah messages to the wider public. Through the analysis of various studies, this article shows how platforms such as Instagram, Twitter and TikTok are used by the da'wah community to reach a larger and more diverse audience. It also identifies the communication strategies applied in digital da'wah, including the use of visual and interactive content that attracts the younger generation. In addition, this article highlights the challenges faced in the dissemination of da'wah through social media, such as misinformation and different interpretations of teachings. Thus, this article aims to provide a deeper understanding of the dynamics of Islamic da'wah in the digital era and how social media can be optimally utilised to spread Islamic values in accordance with the teachings of the Qur'an.

Abstrak

Artikel ini membahas peran media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital, dengan merujuk pada perspektif Al-Qur'an. Dalam konteks modern, media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas. Melalui analisis berbagai studi, artikel ini menunjukkan bagaimana *platform* seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* digunakan oleh komunitas dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. Penelitian ini juga mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan dalam dakwah digital, termasuk penggunaan konten visual dan interaktif yang mampu menarik perhatian generasi muda. Selain itu, artikel ini menyoroti tantangan yang dihadapi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial, seperti *miss* informasi dan perbedaan interpretasi ajaran. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika dakwah Islam di era digital dan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyebarkan nilai-nilai Islam sesuai dengan ajaran Al-Qur'an.

Kata Kunci :

Media Sosial, Dakwah Islam, Era Digital, Perspektif Al-Qur'an

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling dominan dan berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Media sosial tidak hanya memfasilitasi interaksi antar individu, tetapi juga berfungsi sebagai *platform* untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan secara luas dan cepat. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam konteks dakwah Islam, terutama dari perspektif Al-Qur'an, yang menjadi sumber utama ajaran Islam.

Penyebaran dakwah Islam melalui media sosial merupakan respons terhadap perkembangan teknologi informasi yang pesat. Dalam konteks ini, tokoh-tokoh dakwah seperti Habib Husein Ja'far Al-Hadar telah memanfaatkan *platform* digital untuk menyebarkan syiar Islam yang moderat, yang menunjukkan bahwa strategi dakwah harus beradaptasi dengan perubahan zaman.¹ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Trilaksono, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas pesan yang disampaikan, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi atau melek teknologi.²

Al-Qur'an, sebagai pedoman utama umat Islam, memberikan prinsip-prinsip yang relevan dalam berkomunikasi dan menyebarkan ajaran agama. Misalnya, etika berkomunikasi yang diajarkan dalam Al-Qur'an, seperti dalam Surat An-Nur, menekankan pentingnya kejujuran dan tanggung jawab dalam menyampaikan informasi.³ Dalam konteks ini, literasi media menjadi penting untuk menghindari penyebaran berita bohong yang dapat merusak reputasi dakwah. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara etis dan efektif dalam dakwah Islam sangat diperlukan.

Lebih jauh lagi, media sosial juga memberikan kesempatan bagi individu untuk berpartisipasi dalam dialog dan diskusi tentang ajaran Islam, yang sejalan dengan pendekatan dakwah yang lebih inklusif dan dialogis.⁴ Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital, dengan mengacu pada prinsip-prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan dampak positif dari penggunaan media sosial dalam konteks dakwah.

Fokus penulisan, dalam artikel ini, terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana teknologi modern dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan secara efektif. Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh, terutama di kalangan generasi muda yang sangat aktif dalam menggunakan platform-platform digital. Menurut Ana, generasi milenial, khususnya Gen Z, sangat terhubung dengan media sosial, sehingga pemanfaatan metode yang tepat untuk menyampaikan dakwah melalui platform ini menjadi sangat penting.⁵ Ini artinya, penulisan artikel ini, memberikan kontribusi serta

¹. Awaluddin, A. "Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Penyebaran Syiar Islam Moderat". Dalam *Idarotuna*, Vol 5 (2) Tahun 2023, hlm 153.

². Trilaksono, B., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial". *Virtu Jurnal Kajian Komunikasi Budaya Dan Islam*, Vol 1(1), Tahun 2021 hlm. 1-16.

³. Mubarak, R. And Hamidah, T. "Etika Berkomunikasi Dalam Menyikapi Berita Bohong Di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur". dalam *Maghza Jurnal Ilmu Al-Qur An Dan Tafsir*, Vol 7(2),Tahun 2022, hlm 1-21.

⁴. Ulfa, F, "Relevansi Metode Dakwah Hamka Dan Implementasinya Di Indonesia". *Dalam jurnal JCSS*, Vol 2(1),Tahun 2024, hlm. 45-53.

⁵. Ana, A. "The Role Of Social Media In Increasing The Relevation And Accessibility Of Dakwah: Challenges And Strategies Of Dakwah". Dalam *jurnal Jkmd* Vol, 5(1), tahun 2023, hlm. 41-50

wawasan tentang strategi yang dapat diterapkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas dakwah.

Dari perspektif Al-Qur'an, penyampaian pesan dakwah harus dilakukan dengan cara yang baik dan bijaksana. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya komunikasi yang efektif dan etis dalam menyampaikan ajaran agama. Misalnya, dalam Surat An-Nahl ayat 125, Allah berfirman, "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik.*" Ini menunjukkan bahwa pendekatan yang penuh hikmah dan pengertian sangat diperlukan dalam berdakwah. Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk membangun dialog yang konstruktif dan inklusif, yang sejalan dengan prinsip-prinsip moderasi beragama yang ditekankan dalam Al-Qur'an.⁶

Namun, tantangan dalam menggunakan media sosial untuk dakwah juga perlu diperhatikan. Algoritma di *platform* media sosial dapat membatasi jangkauan pesan dakwah, sehingga penting untuk memahami cara kerja media sosial agar dakwah dapat diterima oleh masyarakat luas.⁷ Selain itu, ada risiko penyebaran informasi yang salah atau berita bohong (*hoax*) yang dapat merusak reputasi dakwah. Oleh karena itu, penting untuk mengedukasi para pendakwah tentang etika dan tanggung jawab dalam menggunakan media sosial.⁸ Dengan demikian, artikel ini tidak hanya akan membahas peran media sosial dalam penyebaran dakwah, tetapi juga akan mengaitkan prinsip-prinsip Al-Qur'an yang relevan dengan praktik dakwah di era digital. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Novelty atau kebaharuan yang berkaitan dengan penulisan artikel ini sangat signifikan dalam konteks kajian dakwah kontemporer. *Pertama*, artikel ini akan mengintegrasikan pemahaman tentang media sosial dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an, yang belum banyak dibahas secara mendalam dalam literatur yang ada. Dengan mengaitkan penggunaan media sosial dengan nilai-nilai keagamaan, penulisan artikel ini dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana dakwah dapat dilakukan secara efektif dan etis di era digital.⁹ *Kedua*, artikel ini akan mengeksplorasi berbagai *platform* media sosial yang berbeda, seperti *TikTok*, *Twitter*, dan *YouTube*, serta bagaimana masing-masing *platform* dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan dakwah. Penelitian Syawitri, menunjukkan bahwa *platform* seperti *TikTok* dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan relevan bagi generasi muda. Selain itu, penggunaan *Twitter* oleh organisasi seperti Muhammadiyah dalam konteks gerakan filantropi selama pandemi COVID-19 menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai alat untuk menggalang dukungan dan menyebarkan informasi yang bermanfaat¹⁰

⁶. Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi". Dalam jurnal *Intizar*, Vol. 27(1), Tahun 2021, hlm 1-15.

⁷. Muyassaroh, I. "Model Komunikasi Pendakwah Pada Konten Dakwah Dalam Isu Sosial Dan Politik Di Media Sosial". *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 9(4), Tahun 2024, hlm. 2231-2241.

⁸. Ilhamuddin, M., Rifqi, A., Setianingrum, V., & Najlah, N. "Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri". Dalam *Transformasi Dan Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1(2), Tahun 2022, hlm. 89-93.

⁹. Syawitri, W. "Islam Dan Pendidikan Adab Modern: Dakwah Kekinian Sebagai Kontra Narasi Di Dalam Tiktok." Dimuat dalam jurnal *Al-I Tibar Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 11(1), tahun 2024, hlm 11-20.

¹⁰. Periksa juga: Rahmat, A. "Dakwah Digital: Eksplorasi Gerakan Filantropi Muhammadiyah Selama Covid-19 Di Media Sosial Twitter @Muhammadiyah" dalam *Ettisal Journal Of Communication*, 6(1), tahun 2021, hlm 1.

Ketiga, artikel ini akan membahas tantangan yang dihadapi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial, termasuk risiko penyebaran informasi yang salah dan tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, penting untuk mengedukasi para pendakwah tentang etika penggunaan media sosial dan bagaimana mereka dapat menghindari penyebaran berita bohong yang dapat merusak reputasi dakwah. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang strategi dakwah yang efektif, tetapi juga akan membahas tanggung jawab moral yang harus diemban oleh para pendakwah dalam menggunakan media sosial. Akhirnya, artikel ini akan memberikan rekomendasi praktis untuk para pendakwah dalam memanfaatkan media sosial secara optimal, berdasarkan analisis terhadap berbagai studi kasus dan praktik terbaik yang telah ada. Ini akan menciptakan kontribusi yang berarti dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih relevan dan efektif di era digital, serta memperkuat pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Al-Qur'an dapat diterapkan dalam konteks modern.¹¹

Tinjauan umum yang berkelindan dengan dakwah di era digital menunjukkan transformasi signifikan dalam cara penyampaian pesan keagamaan. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dakwah kini tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga melalui berbagai *platform* digital yang memungkinkan interaksi yang lebih luas dan cepat. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai sarana utama dalam penyebaran dakwah, memberikan peluang dan tantangan baru bagi para pendakwah.

Pertama, penggunaan media sosial sebagai alat dakwah memungkinkan pesan-pesan keagamaan untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Menurut Wahyuddin, efektivitas dakwah melalui media sosial menjadi penting untuk diukur, mengingat banyaknya platform yang tersedia dan bagaimana mereka dapat digunakan untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif.¹² Media sosial tidak hanya memberikan ruang bagi pendakwah untuk menyampaikan pesan, tetapi juga memungkinkan audiens untuk berinteraksi, memberikan umpan balik, dan berpartisipasi dalam diskusi.¹³

Kedua, dakwah di era digital juga menghadapi tantangan baru. Rubawati mencatat bahwa dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitas yang dimiliki oleh media baru, pendakwah harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini.¹⁴ Masyarakat kini tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga aktif dalam mengolah dan membagikan kembali pesan-pesan dakwah yang mereka terima. Hal ini menuntut pendakwah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan pesan agar tetap relevan dan menarik bagi audiens, terutama generasi muda yang sangat aktif di media sosial.¹⁵

Selanjutnya, dakwah di era digital juga harus mempertimbangkan konteks sosial dan budaya masyarakat. Menurut pandangan Nurfitri dan Arzam menjelaskan urgensi media sosial sebagai sarana dakwah yang harus disesuaikan dengan karakteristik masyarakat

¹¹. Asmar, A. "Islamic Boarding School And Journalistic Da'wah (Da'wah Writing Campaign Study)". *Jkmd*, Vol 5(2) tahun 2023, hlm 59-81. Baca Juga: Ulumuddin, I., Shobirin, M., & Martin, A. "Penguatan Dakwah Islam Aswaja Pada Generasi Muda Di Era Digital. dalam *Kifah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1(2), tahun 2022, hlm 95-106. Periksa: Pratiwi, I. "Peluang Dan Tantangan Pusat Studi Dakwah Bagi Penyebaran Islam Di Konteks Lokal: Studi Kasus Pada Channel Youtube Pandara Muslim. dalam *Diksim*, 1(2) tahun 2024, hlm. 9.

¹². Wahyuddin, W. (2020). "Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial", dalam jurnal *Komunida Media Komunikasi dan Dakwah*, Juli 2020, hlm. 1-11.

¹³. Muyassaroh, I. "Model Komunikasi Pendakwah Pada Konten Dakwah Dalam Isu Sosial Dan Politik Di Media Sosial". *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 9(4), Tahun 2024, hlm. 2231-2241.

¹⁴. Rubawati, E. "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah." Dalam *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, Vol,2(1) tahun 2018.

¹⁵. Ana, A. "The Role Of Social Media In Increasing The Relevation And Accessibility Of Dakwah: Challenges And Strategies Of Dakwah". Dalam *jurnal Jkmd* Vol, 5(1), tahun 2023, hlm. 41-50

setempat agar pesan-pesan keislaman dapat diterima dengan baik.¹⁶ Pendekatan yang sensitif terhadap konteks lokal dapat meningkatkan efektivitas dakwah dan membantu membangun hubungan yang lebih baik antara pendakwah dan audiens. Dalam konteks ini, dakwah interaktif menjadi semakin penting. Penelitian yang dilakukan oleh Zafri, menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang melibatkan audiens secara aktif dapat meningkatkan keberkesanan pesan yang disampaikan.¹⁷ Dengan memanfaatkan media sosial, pendakwah dapat menciptakan ruang dialog yang konstruktif, di mana audiens merasa terlibat dan memiliki peran dalam proses dakwah.

Akhirnya, penting untuk dicatat, bahwa dakwah di era digital tidak hanya tentang penyampaian informasi, tetapi juga tentang membangun komunitas. Melalui *platform* seperti: *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*, pendakwah dapat menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur, sehingga dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas.¹⁸ Dengan demikian, dakwah di era digital harus mampu memadukan antara nilai-nilai agama dengan kebutuhan dan preferensi audiens modern. Secara keseluruhan, dakwah di era digital menawarkan peluang yang luas untuk penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga menuntut adaptasi dan inovasi dari para pendakwah agar dapat menjangkau dan mempengaruhi masyarakat dengan cara yang efektif dan relevan.

B. KERANGKA TEORI

Kerangka teori dalam penulisan artikel ini dapat dibangun melalui beberapa pendekatan teoritis yang relevan dengan konteks dakwah di era digital. Berikut adalah beberapa komponen penting yang dapat membentuk kerangka teori tersebut: *pertama*, teori ekologi media: teori ini, dikemukakan oleh Marshall McLuhan, menekankan bahwa media berfungsi sebagai lingkungan yang mempengaruhi cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Dalam konteks dakwah, media sosial sebagai bentuk media baru memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara global dan tanpa batasan waktu dan ruang. Hal ini memberikan peluang bagi komunitas dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan memanfaatkan karakteristik media baru yang terkonvergensi.¹⁹ *Kedua*, teori *use and gratification theory*: teori ini berfokus pada alasan dan kepuasan yang diperoleh pengguna dari media. Dalam konteks dakwah, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens memilih konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Misalnya, konten dakwah yang disajikan dalam bentuk poster, video, atau *talk show* di media sosial dapat memenuhi kebutuhan spiritual dan informasi audiens, serta meningkatkan minat mereka terhadap ajaran Islam.²⁰

Ketiga, teori konstruksi sosial: teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana pesan dakwah dibentuk dan diterima dalam konteks sosial yang lebih luas. Dalam hal ini, interaksi antara pendakwah dan audiens di media sosial dapat menciptakan makna baru

¹⁶. Nurfitria, S. And Arzam, A. "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media". Dalam *Jurnal An-Nida*, Vol 46 (1) Tahun 2022, hlm. 88.

¹⁷. Nor Diyanah Zafri, Hajar bin Opir, dan Amiratul Munirah, "Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial". Dalam *Journal of Fatwa Management and Research*, Vol 28, No. 2, Mei, 2023, hlm. 54-69.

¹⁸. Muslikhah, F. "Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Peningkatan Wawasan Keagamaan Bagi Mahasiswa Di Institut Agama Islam Sahid Bogor". *Jurnal Sahid Da Watii*, Vol 1 (02), tahun 2022, hlm. 15-27.

¹⁹. Fauzana, R. "Strategi Komunikasi Dakwah Bil Qalam Komunitas Revo Writer Di Media Digital". dalam *Jurnal Idarotuna*, Vol 3 No.(3), tahun 2022, hlm. 229.

²⁰. Basri, M. "Metode Dakwah Dalam Akun Muhammad Nuzul Dzikri Di Media Sosial Instagram". dalam *Bashirah Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 4 No. (1), tahun 2023, hlm. 44-55.

tentang ajaran Islam, yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya masing-masing individu. Penelitian yang menggunakan pendekatan ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai Islam diinterpretasikan dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.²¹ *Keempat*, teori moderasi beragama: dalam konteks dakwah, penting untuk menekankan nilai-nilai moderasi yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana konten dakwah di media sosial dapat mencerminkan ajaran Islam yang moderat, serta bagaimana pesan-pesan tersebut dapat membangun harmoni dalam masyarakat yang beragam. Hal ini sangat relevan dalam menghadapi tantangan ekstremisme dan intoleransi yang sering muncul di ruang publik.²²

Teori selanjutnya, adalah pendekatan partisipatif: pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses dakwah. Dalam konteks media sosial, pendakwah dapat mengajak audiens untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan berbagi pengalaman mereka terkait ajaran Islam. Ini tidak hanya memperkuat pemahaman tetapi juga menciptakan komunitas yang saling mendukung dalam menjalankan nilai-nilai Islam.²³ *Keenam*, *living qur'an*: Konsep ini menekankan pentingnya menghidupkan ajaran Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks media sosial, dakwah tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga penerapan nilai-nilai Al-Qur'an dalam interaksi sosial di dunia digital. Ini mencakup bagaimana pendakwah dapat menggunakan media sosial untuk menunjukkan contoh nyata dari ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.²⁴ Dengan menggabungkan berbagai teori dan pendekatan ini, artikel ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana pesan dakwah dapat disampaikan melalui media sosial dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an. Ini juga akan membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk dakwah di era digital.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang dilakukan dalam penulisan artikel ini dengan beberapa langkah sistematis untuk memastikan bahwa penelitian ini dapat tersusun secara terstruktur dan komprehensif. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena dakwah di media sosial secara mendalam, serta bagaimana perspektif Al-Qur'an dapat diterapkan dalam konteks tersebut. Pengumpulan data secara kontekstual bisa melalui analisis konten²⁵ dengan kajian *library research* (kajian pustaka dengan menganalisa berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, artikel, jurnal, dan penelitian sebelumnya yang membahas tentang dakwah, media sosial, dan perspektif Al-Qur'an, hal ini akan memberikan dasar teoritis yang kuat untuk penelitian ini. Sumber data primer yang digunakan dalam penulisan artikel ini, adalah kitab atau buku yang membahas tentang dakwah yakni: "*Ushulu ad Da'wah*" karya Abdul Karim Zaidan. Selain itu, peneliti membuat *draf list* pertanyaan atau

²¹. Umam, F. "Memaknai Keragaman: The Others Dalam Konstruksi Sosial Para Elit Kelompok-Kelompok Keagamaan Di Kota Mataram". dalam *Jurnal Theologia*, Vol. 27 No (2), tahun 2016, hlm. 365-388.

²². Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi". Dalam jurnal *Intizar*, Vol. 27(1), Tahun 2021, hlm 1-15.

²³. Nuhaa, S. "Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media *Podcast* Dan Media Sosial Berbasis Digital". dalam *NAJWA*, Vol 1(2), tahun 2023, hlm. 77-90.

²⁴. Murtadlo, G. "Mendalami Living Qur'an: Analisis Pendidikan Dalam Memahami Dan Menghidupkan Al-Qur'an". Dalam jurnal *PANDU*, Vol. 1 No. (2), Tahun 2023, hlm 112-118.

²⁵. Menganalisis konten dakwah yang dipublikasikan di berbagai *platform* media sosial seperti *instagram*, *tiktok*, dan *youtube*. Hal ini dilakukan untuk mengamati teknik komunikasi yang digunakan, jenis konten yang disajikan, serta respons audiens terhadap konten tersebut.

wawancara mendalam dengan para pendakwah yang aktif di media sosial, serta audiens yang mengikuti konten dakwah. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan tentang pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial untuk dakwah dan bagaimana mereka memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan penafsiran *maudhu'i* atau tematik yaitu metode penafsiran yang pembahasannya hanya fokus pada tema-tema tertentu. Selanjutnya, setelah data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Proses ini melibatkan pengidentifikasian tema-tema utama yang muncul dari data wawancara dan analisis konten, serta mengaitkannya dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an yang relevan. Analisis data ini akan membantu dalam memahami bagaimana pesan dakwah disampaikan dan diterima di era digital. Kemudian validasi data dilakukan untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data, teknik triangulasi. Ini melibatkan perbandingan data yang diperoleh dari berbagai sumber (literatur, wawancara, dan analisis konten) untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. Selain itu, umpan balik dari informan yang diwawancarai juga akan diminta untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti terhadap data yang dikumpulkan adalah akurat.

Setelah analisis selesai, hasil penelitian akan disusun dalam bentuk laporan yang sistematis. Laporan ini akan mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi, hasil penelitian, diskusi, dan kesimpulan. Dalam bagian diskusi, peneliti akan mengaitkan temuan dengan perspektif Al-Qur'an dan memberikan rekomendasi untuk praktik dakwah di media sosial di masa depan. Selama proses penelitian, peneliti akan mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, termasuk mendapatkan izin dari informan sebelum wawancara dan menjaga kerahasiaan identitas mereka. Peneliti juga akan memastikan bahwa semua data yang dikumpulkan digunakan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Dengan mengikuti metodologi ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami peran media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital, serta bagaimana prinsip-prinsip Al-Qur'an dapat diintegrasikan dalam praktik dakwah kontemporer.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. DEFINISI DAKWAH

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu kata "da'a" (دعا) yang berarti "memanggil" atau "mengajak".²⁶ Dalam konteks ini, dakwah dapat dipahami sebagai seruan atau ajakan kepada individu atau masyarakat untuk mengikuti ajaran Islam dan berbuat kebaikan. Istilah ini mencakup berbagai makna, termasuk mengundang, menyeru, dan mendorong orang untuk beriman dan taat kepada Allah.²⁷ Lebih lanjut, dakwah tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga merupakan suatu usaha yang terencana dan sadar untuk mengajak orang lain berperilaku sesuai dengan ajaran Islam.²⁸ Dalam pengertian ini, dakwah berfungsi sebagai alat untuk membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat

²⁶. Nikmah, F., "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial". dalam *Muāṣarah Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol 2, No. (1), Tahun 2020, hlm. 45.

²⁷. Fatimah, K. "Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah Kh Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik". *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, Vol 9 No. (2), Tahun 2023, hlm. 1068-1089.

²⁸. Majid, Z. "Suksesi Dakwah Dalam Pendekatan Masyarakat Moderat (Studi Tentang Tafsîr Al-Adabî Al-Ijtimâ'î Pada Transformasi Problematika Dakwah)". Dalam *Almarhalah Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 5 No. (1), tahun 2021, hlm. 22-36.

mengenai nilai-nilai agama, serta untuk mendorong mereka agar berpartisipasi dalam kegiatan yang positif.²⁹

Dari perspektif terminologi, dakwah sering kali diartikan sebagai upaya untuk mendorong manusia berbuat baik dan menjauhi perbuatan mungkar, sehingga mereka dapat meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dengan demikian, dakwah berperan penting dalam pembentukan karakter dan moral masyarakat, serta dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik dan harmonis.³⁰ Secara keseluruhan, dakwah sebagai konsep memiliki makna yang luas dan mendalam, mencakup aspek spiritual, sosial, dan moral. Ini menunjukkan bahwa dakwah merupakan bagian integral dari kehidupan umat Islam yang bertujuan untuk menyebarkan kebaikan dan nilai-nilai positif dalam masyarakat.³¹

Dakwah, dalam konteks Islam, dapat didefinisikan sebagai aktivitas mengajak individu atau masyarakat untuk mengikuti ajaran agama dengan cara yang baik dan bijaksana. Selain itu, hal ini mencakup berbagai bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan mengajak orang untuk berbuat baik serta menjauhi perbuatan yang dilarang.³² Dalam praktiknya, dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup pembinaan karakter dan transformasi sosial.³³

Dakwah memiliki peran penting dalam pembentukan persepsi umat terhadap nilai-nilai kehidupan. Menurut beberapa peneliti, dakwah berfungsi sebagai sarana untuk menginternalisasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kehidupan masyarakat.³⁴ Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya sekadar kegiatan normatif, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik.³⁵ Dalam konteks ini, dakwah dapat dianggap sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai ajaran Islam, serta mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang positif.³⁶

Di era digital saat ini, metode dakwah telah mengalami transformasi signifikan. Penggunaan media sosial dan *platform* digital lainnya telah menjadi bagian integral dari strategi dakwah modern. Dakwah digital, sebagai contoh, memungkinkan para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta menyampaikan pesan-pesan agama

²⁹. Fabriar, S. "Urgensi Psikologi Dalam Aktivitas Dakwah". *An-Nida Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 11 No.(2). Tahun 2019. Periksa: Effendy, E., "Memahami Pesan Dakwah Melalui Media Internet Di Kalangan Remaja". Dalam *Da Watuna Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, Vol.3 No. (3), tahun 2023, hlm. 1047-1053.

³⁰. Majid, Z. "Suksesi Dakwah Dalam Pendekatan Masyarakat Moderat (Studi Tentang Tafsîr Al-Adabî Al-Ijtimâ'i Pada Transformasi Problematika Dakwah)". Dalam *Almarhalah Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 5 No. (1), tahun 2021, hlm. 22-36.

³¹. Nurfuadi, N. "Reaktualisasi Profesi Dakwah". dalam *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol 2, No. (1), tahun 2016, hlm. 54-72.

³². Asmaya, E. "Peran Perempuan Dalam Dakwah Keluarga". Dalam *Yinyang Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, Tahun 2020, Hlm. 279-296.

³³. Kohari, K., Adnan, M., Majid, Z., & Abdullah, F., "The Role And Function Of The Da'i In The Psychological Perspective Of Dakwah". dalam *Al-Risalah*, Vol 13 No. (2), Tahun 2022, hlm. 485-498.

³⁴. Lestari, S., Putri, T., & Ansori, T., "Relevansi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Di Era Industri 4.0". Dalam *Journal Of Community Development And Disaster Management*, Vol 4 No. (1), Tahun 2022, Hlm. 49-58.

³⁵. Aedi, U., Arsam, A., & Amaludin, A. "Manajemen Dakwah Baitul Mal Tazkia" Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat. Mamba UI Ulum, Tahun 2023, Hlm. 92-103.

³⁶. Fatimah, K. "Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik". *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, Vol 9 No. (2), Tahun 2023, Hlm. 1068-1089.

dengan cara yang lebih interaktif dan menarik.³⁷ Dengan memanfaatkan teknologi, dakwah dapat dilakukan dengan lebih efektif, menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital.³⁸ Secara keseluruhan, dakwah merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan penuh kesadaran untuk mengajak orang lain ke jalan yang benar, yaitu berbuat baik dan mencegah perbuatan yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Hal ini mencakup berbagai metode dan pendekatan yang disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.³⁹ Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan yang lebih baik antara da'i dan mad'u, serta untuk menciptakan masyarakat yang lebih toleran dan harmonis.

2. HUKUM DAKWAH

Para ulama, biasanya menjadikan Al-Quran Surat Ali Imran ayat 104 sebagai dalil hukum dakwah seperti di bawah ini:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya:

*Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*⁴⁰

Berdasarkan ayat Al- Qur'an di atas, para ulama sepakat bahwa hukum dakwah itu secara umum adalah wajib, indikasinya ada pada kata *وَلْتَكُنْ* dengan menggunakan kalimat *amr* (perintah), hal ini juga berdasarkan kaidah ushul fiqih yang berbunyi *الأمر للوجوب* "*Perintah menunjukkan wajib*". Menyempurnakan Agama Islam, menjaga Agama Islam, aqidah, iman dan akhlaq merupakan tujuan dari pada dakwah, dan tidak mungkin terjadi kesempurnaan itu kecuali dengan jalan dakwah, maka dakwah hukumnya menjadi wajib, sebagaimana syarat sah sholat itu harus menutup aurat maka membeli pakaian bagi yang tidak ada pakaian hukumnya wajib, karena dengan pakaian inilah sebagai penutup aurat yang menjadi syarat sahnya sholat.

Sementara itu, sebagian ulama juga berbeda pendapat mengenai kewajiban ini apakah ditunjukkan kepada seluruh kaum Muslimin atau hanya ditunjukkan kepada individualnya saja, hal ini yang menjadi penyebab perbedaan pendapat di antara mereka adalah pada ayat 104 surat Ali Imran ini terletak pada kata *مِنْكُمْ* (*Di antara kalian*).

Menurut Imam Khazin (725 H) dalam tafsirnya *Lubaab al-Ta'wil fi ma'aani al-Tanzil* atau yang sering disebut dengan Tafsir Al-Khazin, beliau menyatakan bahwa arti *مِنْكُمْ* dalam ayat tersebut adalah berfungsi sebagai penjelas (*lil bayan*) bukan menunjukkan sebagian

³⁷. Idris, M. "Analisis Fenomenologis Pesan Dakwah Digital PCNU Pamekasan", dalam *Ulumuna Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 8 No. (1), tahun 2022, hlm. 1-26.

³⁸. Marsha, M, "Analisis Relevansi Dakwah Kebersihan Terhadap Perilaku Personal Hygiene Santriwati Pondok Pesantren Sunan Pandanaran Tulungagung". Dalam artikel *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, Vol. 6 No. (12), tahun 2023, hlm. 2526-2532.

³⁹.Muhadi, U."Membangun Efektifitas Dakwah Dengan Memahami Psikologi Mad'u". *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 (2), tahun 2019, hlm. 169. Lihat: Fatulloh, M, "Konsep Dakwah Toleransi Ustadz Muhammad Basyirudin Pada Masyarakat Plural". *Jurnal Al-Idzaah Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 5. No.(1), tahun 2023, hlm.20-29.

⁴⁰. Dalam hal ini makruf adalah segala kebaikan yang diperintahkan oleh agama serta bermanfaat untuk kebaikan individu dan masyarakat. Mungkar adalah setiap keburukan yang dilarang oleh agama serta merusak kehidupan individu dan masyarakat.

(*littab'iidh*) yang artinya kewajiban dakwah ini berlaku untuk semua Muslim. Akan tetapi jika dilihat dari konteks ayat tersebut jika melihat ayat selanjutnya ayat yang ke 110 yaitu *خَيْرٌ أَمِ ۖ كُنْتُمْ* pada ayat ini menunjukkan makna kalian semuanya, artinya seluruh kaum Muslimin adalah ummat yang terbaik dengan syarat mereka mengamalkan dakwah, dari sini jelas kewajiban dakwah ditunjukkan kepada seluruh kaum Muslimin.⁴¹

3. TUJUAN DAKWAH

Tujuan dalam bahasa Arab disebut *الغَايَةُ* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebut maksud yaitu target suatu kegiatan yang jelas dan tersistem berdasarkan maksud awal dalam sebuah kegiatan. Setiap kegiatan yang dibuat tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai karena dengan adanya tujuan ini suatu kegiatan menjadi terarah dan tepat sasaran. Begitu juga dalam kegiatan dakwah mesti ada yang disebut dengan tujuan ini, karena apabila proses dalam kegiatan dakwah tanpa tujuan maka akan berakibat pada ketidakjelasan hasil yang ingin dicapai sehingga berdampak menghambat dari pada proses dakwah.

Jika melihat dari banyaknya isi kandungan Al-Qur'an berupa tema dakwah baik yang dilakukan oleh Nabi-nabi terdahulu maka dapat ditemukan tujuan dakwah mereka adalah mengembalikan manusia kepada fitrahnya, fitrah dari segi keyakinan yang dianut dan fitrah manusia sebagai seorang hamba.

Fitrah dari segi keyakinan berupa mempertahankan tauhid dan keimanannya kepada Allah, sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf: 172:

وَإِذْ أَخَذَ رَبُّكَ مِنْ بَنِي آدَمَ مِنْ ظُهُورِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَى أَنْفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّكُمْ قَالُوا بَلَىٰ شَهِدْنَا ۖ إِنَّ تَقُولُوا يَوْمَ الْقِيَمَةِ إِنَّا كُنَّا عَنْ هَذَا غْفِلِينَ ۖ ١٧٢

Artinya:

(Ingatlah) ketika Tuhanmu mengeluarkan dari tulang punggung anak cucu Adam, keturunan mereka dan Allah mengambil kesaksiannya terhadap diri mereka sendiri (seraya berfirman), "Bukankah Aku ini Tuhanmu?" Mereka menjawab, "Betul (Engkau Tuhan kami), kami bersaksi." (Kami melakukannya) agar pada hari Kiamat kamu (tidak) mengatakan, "Sesungguhnya kami lengah terhadap hal ini,"

Kemudian fitrah yang kedua adalah manusia sebagai hamba Allah, seperti peribadatan manusia kepada Allah berupa melakukan amal sholeh antara manusia dengan Allah atau antara manusia dengan manusia dan manusia dengan makhluk lainnya, dan amal sholeh untuk dirinya ataupun untuk orang lain, sebagaimana firman Allah *Ta'ala*:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Artinya:

"Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku." (Q.S. Adz-Dzariyat: 56).

Sementara itu, menurut Wardi Bachtiar dalam bukunya *Metodologi Penelitian Dakwah*, menjelaskan bahwa "tujuan dalam berdakwah adalah untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur, serta mendapat ridho' Allah".⁴² Ini artinya, tujuan dakwah adalah untuk mengubah mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik atau meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun. Sesuai perspektif yang sudah dijelaskan di atas, sama persis sebagaimana firman Allah, bahwa Allah menjelaskan tentang tugas utama para Nabi

⁴¹. Hasan Basri, Syaeful Rokim. Aceng Zakaria, "Konsep Dakwah Media Sosial Dalam Al- Qur'an (Studi Tafsir Surat An Nahl: 125), STAI Al-Hidayah Bogor, hlm 27.

⁴². Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1984, hlm. 15).

terdahulu sampai Nabi Muhammad SAW dengan membawa risalah Allah supaya menyampaikan kepada manusia agar beriman kepada Allah, tidak menyekutukan-NYA dan menjadikan Islam sebagai agamanya. Ini lah yang dimaksud dengan kedua fitrah di atas, yakni fitrah keyakinan dan fitrah ibadah dengan prinsip tujuan tersebut akan tercipta kehidupan yang baik di dunia dan akhirat

4. KOMPONEN DAKWAH

Menurut pendapat Abdul Karim Zaidan, terdapat 4 (empat) komponen dalam dakwah, yakni: *Maudhu'u ad-Dakwah* (materi dakwah), *ad-Daa'i* (pendakwah), *al-Mad'u* (yang di dakwahi), *Wasa'il ad-Dakwah* (media dakwah). Adapun penjelasannya sebagai berikut: *pertama*, materi dakwah merupakan isi atau ringkasan tema dakwah yang akan disampaikan memiliki tujuan dari dakwah yang meliputi: tauhid, aqidah, ibadah, fiqh, akhlaq, dan hukum syari'at secara khusus. Selanjutnya *kedua*, pelaku dakwah yakni lazim disebut *dai'*, yang dimaksud di sini secara umum adalah orang-orang yang berilmu agama yang mumpuni dalam menyampaikan pesan-pesan agama dalam rangka memberikan petunjuk, mengajak kepada kebaikan dan yang benar. Dalam penyebutan istilah *dai'* ini juga berbeda-beda terkadang ada yang menyebut ustadz, ulama, khatib, penceramah, ustadzah. dan kyai.

Ketiga, objek dakwah, yakni secara umum merupakan target atau tujuan dakwah, yaitu umat manusia muslim atau kafir, tua, muda, laki-laki, perempuan, dalam kata lain semua manusia adalah target dari pada adanya dakwah ini. Sebab, fungsi dakwah adalah memberikan petunjuk kepada manusia ke jalan yang benar. Berdasarkan firman Allah SWT, bahwa Nabi Muhammad SAW diutus untuk menyampaikan risalah kepada seluruh umat manusia (kaffatan linnas). Serta dalam Al Qur'an Surat Saba' ayat 28:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ٢٨

Artinya:

Tidaklah Kami mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali kepada seluruh manusia sebagai pembawa berita gembira dan pemberi peringatan. Akan tetapi, kebanyakan manusia tidak mengetahuinya.

Selanjutnya, *keempat*, media dakwah, media dalam bahasa Arab disebut *الْوَسِيلَةُ* jamaknya *الْوَسَائِلُ* yang artinya perantara atau sesuatu yang dapat menyampaikan kepada tujuan. Media dalam dakwah itu sangat dibutuhkan, karena dengan adanya media dakwah kegiatan dakwah jadi sangat mudah. Dengan meneliti beberapa referensi tentang tema dakwah menunjukkan bahwa media dakwah tidak lepas dari empat macam yaitu: lisan, tulisan, gambar dan *audio visual*. Ceramah, dialogis, pidato, khutbah, mengajar, bimbingan, penyuluhan merupakan penyampaian media secara lisan, sedangkan membuat karya tulis, berupa kitab, buku, majalah, surat kabar, bulletin, jurnal, dan artikel merupakan media dakwah dalam bentuk tulisan. Media gambar seperti: *pamphlet*, poster dakwah, komik, dan kaligrafi. Sementara itu, media *audio visual*, seperti: televisi, film, *slide*, *youtube*, radio, dan internet. Salah satu yang dijadikan dalam penelitian ini adalah dakwah di media sosial, seperti: *youtube*, *tik-tok*, *instagram*. *Ath Tariqatu ad Dakwah*, atau metode, cara berdakwah yang tepat guna pada audiens akan mempermudah dalam kegiatan berdakwah, namun sebaliknya jika kegiatan dakwah tanpa adanya cara atau metode yang akan digunakan pendakwah akan mengalami kesulitan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

5. DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

a. Hukum Dakwah di Media Sosial

Hukum berdakwah adalah wajib, akan tetapi beberapa ulama berbeda pendapat berkaitan dakwah yang dilakukan di media sosial. Dari berbagai perspektif pendapat dari

kajian yang sudah penulis teliti menunjukkan bahwa hukum dari media sosial itu sendiri adalah *mubah*. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan salah satu dari sarana dan prasarana yang ada di dunia, sementara hukum sarana itu adalah *mubah*, kemudian kemubahan itu akan berubah berdasarkan penggunaannya, apabila digunakan untuk kebaikan maka ia akan mendapatkan pahala, sementara itu, jika digunakan untuk kemaksiatan maka hukumnya berdosa atau haram. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdakwah di media sosial merupakan perbuatan yang baik dan dianjurkan maka pelaku akan mendapatkan pahala karena menyampaikan kebaikan serta menunaikan kewajiban dari Allah SWT.

b. Dalil Dakwah di Media Sosial

Secara umum, dakwah dilakukan melalui *bil* (lisan) atau nasihat yang disampaikan secara langsung kepada *madh'u*, sebagaimana yang dicontohkan oleh para Nabi-nabi terdahulu dan para ulama sampai saat ini. Namun, selain menggunakan lisan terkadang seorang *da'i* berdakwah menggunakan *qalam* (pena) artinya nasihat dakwah yang disampaikan melalui tulisan dengan alat tulis kemudian disampaikan kepada *madh'u*. Model dakwah seperti ini, pernah dicontohkan oleh Nabi Sulaiman AS, ketika beliau mendakwahi salah satu ratu di negeri Saba' terlepas dari perbedaan pendapat nama ratu ini "Bilqis". Menurut beberapa ulama, Nabi Sulaiman menulis surat kepadanya yang berisi seruan agar ia masuk Islam melalui burung Hud-Hud, kisah ini diabadikan di dalam Al-Qur'an Surat An-Naml: 28-31.

إِذْهَبْ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْقِهِ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانْظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ ٢٨ قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ إِنِّي أُلْقِيَ إِلَيَّ كِتَابٌ كَرِيمٌ ٢٩ إِنَّهُ مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ٣٠ أَلَا تَعْلَمُونَ عَلَيَّ وَأُتُونِي مُسْلِمِينَ ٣١

Artinya:

28. Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka. Kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan!"

29. Dia (Balqis) berkata, "Wahai para pembesar, sesungguhnya telah disampaikan kepadaku sebuah surat yang penting."

30. Sesungguhnya (surat) itu berasal dari Sulaiman yang isinya (berbunyi,) "Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

31. Janganlah engkau berlaku sombong terhadapku dan datanglah kepadaku sebagai orang-orang yang berserah diri!"

Berdasarkan ayat di atas, merupakan dalil bahwa berdakwah tidak harus dengan menggunakan lisan. Hal itu juga dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW yang pernah melakukan cara ini, ketika berdakwah atau mengajak para raja (Persia, Romawi, Kisra, Habasyah) untuk masuk Islam melalui surat yang beliau tulis. Kemudian dikirim oleh delegasi beliau kepada mereka. Hal ini menunjukkan cara berdakwah dengan tulisan bukan hal yang baru dalam Agama Islam, namun cara yang disyari'atkan dalam Islam.

Seiring dengan perkembangan zaman, cara berdakwah dengan metode tulisan tangan sudah mengalami evolusi menjadi tulisan cetak, hanya sedikit yang masih menerapkan cara tulisan tangan secara langsung. Oleh karena itu, banyak tulisan-tulisan yang ditulis oleh para ulama terdahulu yang sampai pada saat ini karya tulisnya dicetak menjadi jenis buku yang tertulis rapi, artinya berdakwah dengan buku merupakan turunan dari cara berdakwah dengan tulisan. Begitu juga dengan adanya perkembangan teknologi seperti keberadaan media sosial ini juga dapat digunakan sebagai media dakwah sebagaimana seorang *da'i* berdakwah dengan lisan. Bahkan berdakwah melalui media sosial saat ini sudah mewakili cara berdakwah dengan lisan, tulisan, dan gambar ini justru sangat memudahkan seorang *da'i* untuk berdakwah.

c. Problematika Dakwah di Media Sosial

Jika diamati terkait realitas yang terjadi saat ini, terdapat beberapa problem-problem yang dihadapi Ketika dakwah dilakukan di media sosial, seperti: *youtube, facebook, twitter, instagram, tik-tok*, dan lain sebagainya. Beberapa problem tersebut muncul oleh karena disebabkan dari berbagai macam faktor yakni antara lain: *pertama*, minimnya ilmu dan adab, *kedua*, fanatik sempit terhadap golongan tertentu, *ketiga*, perbedaan fiqih dan aqidah, *keempat*, mencari popularitas, serta *kelima*, adanya oknum yang sengaja menyerang atau mengadu domba dari kalangan non muslim.

d. Pengaruh Media Sosial Terhadap Dakwah

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan dengan *meleknnya* masyarakat akan teknologi, penggunaan internet, dan media sosial sebagai media komunikasi dakwah-dakwah dengan alasan-alasan tertentu:

- Tidak dibatasi ruang dan waktu serta mudah dan cepat didapatkan dan disampaikan dengan biaya relatif murah.
- Banyaknya jumlah pengguna media sosial yang setiap saat semakin bertambah sehingga objek dakwah semakin banyak
- Pada Da'i atau ulama yang berdakwah dapat lebih mudah menyiapkan dan menganalisa keadaan sehingga materi yang disampaikan sesuai dengan kenyataan.
- Masyarakat atau objek dakwah dapat memilih materi dakwah dari internet dengan bebas tanpa adanya paksaan.
- Dengan penggunaan media sosial, pesan dakwah lebih menjangkau audiens sangat luas, sehingga dapat diterima oleh para pengguna media sosial manapun.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat membawa pengaruh dan berdampak terhadap kebaikan dakwah, hal ini dikarenakan dengan penggunaan media sosial sebagai media dakwah, maka pesan dakwah akan dapat tersampaikan dengan cepat, dimanapun, dan kapanpun tanpa dibatasi ruang dan waktu, semua pengguna media sososal dapat menyaksikan sekaligus mendengarkan pesan dakwah ini kapan saja, sehingga setiap hari, setiap menit, dan setiap detik para pengguna media dapat mencari pesan dakwah yang ingin didengarkan tanpa adanya intervensi dari pihak lain.

6. PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF AL-QUR'AN

1. Surah An-Nahl (16:125):

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." Ayat ini menekankan pentingnya pendekatan yang bijaksana dan penuh hikmah dalam berdakwah, yang sangat relevan dalam konteks media sosial di mana interaksi sering kali bersifat publik dan dapat diakses oleh banyak orang.

2. Surah Al-Baqarah (2:256):

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

256. Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam). Sungguh, telah jelas jalan

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

kepada Allah sungguh telah berpegang teguh pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

79) Kata tagut disebutkan untuk setiap yang melampaui batas dalam keburukan. Oleh karena itu, setan, dajal, penyihir, penentang hukum yang bertentangan dengan hukum Allah Swt., dan penguasa yang tirani dinamakan tagut. Ayat ini menggaris bawahi prinsip kebebasan beragama dan pentingnya memberikan pemahaman yang benar tanpa paksaan, yang merupakan aspek penting dalam dakwah, terutama di era digital di mana informasi dapat dengan mudah disebarkan.

3. Surah Al-Imran (3:104):

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Terjemahan Kemenag 2019

104. Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar.¹¹¹⁾ Mereka itulah orang-orang yang beruntung.

111) Makruf adalah segala kebaikan yang diperintahkan oleh agama serta bermanfaat untuk kebaikan individu dan masyarakat. Mungkar adalah setiap keburukan yang dilarang oleh agama serta merusak kehidupan individu dan masyarakat. Ayat ini menunjukkan pentingnya kolektivitas dalam dakwah, di mana umat Islam diharapkan untuk saling mendukung dalam menyebarkan kebaikan dan mencegah kemungkaran, yang sangat relevan dalam konteks komunitas *online*.

4. Surah Al-Ma'idah (5:67):

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Artinya:

67. Wahai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika engkau tidak melakukan (apa yang diperintahkan itu), berarti engkau tidak menyampaikan risalah-Nya. Allah menjaga engkau dari (gangguan) manusia.²²⁰⁾ Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang kafir.

220) Maksudnya, tidak seorang pun yang dapat membunuh Nabi Muhammad saw.

Ayat ini menekankan tanggung jawab seorang pendakwah untuk menyampaikan pesan Allah tanpa menyembunyikannya, yang menjadi tantangan tersendiri di media sosial, di mana informasi dapat dimanipulasi.

5. Surah Al-Ankabut (29:46):

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ وَالْهَذَا وَآلِهَكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ

Artinya: Terjemahan Kemenag 2019

46. Janganlah kamu mendebat Ahlul kitab melainkan dengan cara yang lebih baik, kecuali terhadap orang-orang yang berbuat zalim di antara mereka. Katakanlah, "Kami beriman pada (kitab) yang diturunkan kepada kami dan yang diturunkan kepadamu. Tuhan kami dan Tuhanmu adalah satu. Hanya kepada-Nya kami berserah diri." Ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang baik dan konstruktif dalam berdiskusi, yang sangat penting dalam interaksi di media sosial di mana perdebatan sering terjadi

Dari ayat-ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Al-Qur'an memberikan pedoman yang jelas mengenai etika dan metode dalam berdakwah, yang harus diterapkan dalam konteks modern, termasuk di media sosial. Pendekatan yang bijaksana, menghargai kebebasan individu, dan menjaga integritas pesan adalah kunci sukses dalam dakwah di era digital ini.

7. PENDAPAT PARA MUFASSIR TENTANG DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Para mufassir dan peneliti dakwah di media sosial telah mengemukakan berbagai pendapat mengenai pemanfaatan platform digital ini untuk menyebarkan ajaran islam. Salah satu aspek penting yang diangkat adalah bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat dakwah yang efektif, terutama di era digital yang semakin berkembang. dalam konteks ini, penelitian ini menekankan bahwa internet, termasuk media sosial, telah menjadi platform yang menarik dan interaktif untuk dakwah, memungkinkan penyampaian pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih menarik bagi audiens.⁴³ Hal ini sejalan dengan pandangan fatoni dan librianti yang menunjukkan bahwa akses terhadap video dakwah di media sosial, seperti youtube, dapat memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat, khususnya di kalangan penggemar Habib Syech bin Abdul Qodir Assegaf.⁴⁴ Lebih lanjut, penggunaan media sosial dalam dakwah juga diakui sebagai respons terhadap tantangan zaman, termasuk situasi pandemi Covid-19. Pentingnya pengembangan dakwah moderasi beragama melalui media sosial seperti *pod cast*, yang mengajak partisipasi aktif masyarakat. Selain itu, efektivitas akun *instagram* dalam menyampaikan pesan dakwah, yang berfokus pada perbaikan diri dan ajakan kepada generasi muda untuk hijrah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas dan meningkatkan kesadaran keagamaan.

Dalam konteks yang lebih luas, mengemukakan bahwa lembaga dakwah, seperti Nahdlatul Ulama (NU), harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi untuk menyampaikan materi dakwah melalui *platform* seperti *youtube*. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan media sosial memberikan peluang bagi para *da'i* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Di sisi lain, pentingnya dakwah interaktif di media sosial, yang dapat melahirkan masyarakat yang lebih berakhlak dan bertamadun, terutama di kalangan generasi muda.

Namun, tantangan juga muncul dalam penggunaan media sosial untuk dakwah. Dalam penelitian nikmah, mencatat bahwa meskipun media sosial menawarkan banyak peluang, ada tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah yang efektif dan relevan. Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah untuk memahami dinamika media sosial dan cara-cara untuk mengoptimalkan konten dakwah mereka, seperti penggunaan teknik komunikasi viral dan pengemasan konten yang menarik. Secara keseluruhan, para mufassir sepakat bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam menyebarkan dakwah, tetapi juga memerlukan pendekatan yang cermat dan strategis untuk mengatasi tantangan yang ada. dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan dampak positif dalam masyarakat.

8. TAFSIR TENTANG DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Tafsir mengenai dakwah di media sosial, khususnya merujuk pada QS. An-Nahl: 125, menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang bijaksana dan efektif dalam menyampaikan pesan Islam. Ayat tersebut menekankan pentingnya dakwah dengan cara yang baik dan

⁴³. Arifin, F., "Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah". *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 No. 1, tahun 2019., hlm. 91-120.

⁴⁴. Fatoni, U. And Librianti, E. "Motif Syekhhermania Mengakses Video Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf". *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1), tahun 2018., hlm 1-26.

bijaksana, serta melalui dialog yang konstruktif. Dalam konteks media sosial, hal ini menjadi semakin relevan mengingat karakteristik interaktif dan luasnya jangkauan platform tersebut.

Media sosial telah menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.⁴⁵ Misalnya, penggunaan *micro-influencer* di platform seperti *instagram* terbukti efektif dalam mempengaruhi pengikut mereka dan menyebarkan pesan dakwah.⁴⁶ Selain itu, pelatihan pengelolaan media sosial bagi pengurus pesantren juga menunjukkan bahwa peserta dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk dakwah.

Dalam era digital, tantangan dan peluang baru muncul bagi para dai. Digitalisasi dakwah memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas, namun juga memerlukan strategi yang tepat untuk menarik perhatian audiens. Misalnya, konten dakwah yang menarik dan relevan di platform seperti TikTok dapat meningkatkan engagement dan partisipasi pengguna. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memahami karakteristik audiens mereka dan menggunakan metode yang sesuai untuk menyampaikan pesan.

Lebih jauh lagi, dakwah di media sosial harus dilakukan dengan pendekatan yang moderat dan inklusif. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang mempromosikan moderasi beragama di media sosial dapat membantu membangun harmonisasi di antara berbagai kelompok masyarakat. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun dialog dan pemahaman antarumat beragama. Secara keseluruhan, dakwah di media sosial, jika dilakukan dengan cara yang bijaksana dan efektif, dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk menyebarkan pesan Islam sesuai dengan prinsip QS. An-Nahl: 125. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memahami cara terbaik untuk menjangkau audiens mereka di era digital ini.

E. PENUTUP

Dalam era digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi, media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling efektif dalam penyebaran dakwah Islam. Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam artikel ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan karakteristik interaktif dan jangkauan global yang dimiliki oleh media sosial, para dai dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang merupakan pengguna aktif platform-platform tersebut.

Dari perspektif Al-Qur'an, khususnya merujuk pada prinsip-prinsip dakwah yang terdapat dalam QS. An-Nahl: 125, penyampaian pesan dakwah melalui media sosial harus dilakukan dengan cara yang baik, bijaksana, dan penuh hikmah. Hal ini menuntut para dai untuk mengembangkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan relevan dengan konteks sosial yang ada. Dengan demikian, dakwah di media sosial dapat menjadi jembatan untuk membangun dialog dan pemahaman yang lebih baik antarumat beragama, serta memperkuat nilai-nilai moderasi dalam beragama.

⁴⁵. Zaini, A. and Rahmawati, D., "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru". *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 8 No (1), tahun 2021, hlm 162.

⁴⁶. Girsang, C., "Pemanfaatan Micro-Influencer Pada Media Sosial Sebagai Strategi Public Relations Di Era Digital". *Ultimacomm Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12 No (2), tahun 2020, hlm.206-225.

Namun, tantangan yang dihadapi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial juga tidak dapat diabaikan. Misalnya, adanya potensi penyebaran informasi yang salah atau ekstrem yang dapat merusak tujuan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk selalu menjaga integritas dan akurasi informasi yang disampaikan, serta berupaya untuk menciptakan konten yang mendukung toleransi dan kerukunan antarumat beragama.

Sebagai penutup, media sosial menawarkan peluang yang sangat besar dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Dengan pendekatan yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang audiens, dakwah melalui media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan Islam yang damai dan moderat. Oleh karena itu, diharapkan para dai dan penggiat dakwah dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam menyebarkan ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Farmawī, Abd al-Ḥayy al-. *Metode Tafsir Maudu'i*. terj. Suryan A. Jamrah. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.
- Hosen, Nadirsyah. *Tafsir al-Qur'an di Medsos: Mengkaji Makna dan Rahasia Ayat Suci pada Era Media Sosial* ed. Iqbal Dawami dan Nurjannah Intan. Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=ieivDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tafsir+versi+online&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjUMmg7JLmAhWQfH0KHxk2DBoQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false>
- Mukaromah, Kholila. "Kajian Syarah Hadis Subul al-Salam: Perspektif Historis". Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Mustaqim, Abdul. "Tafsir Lingustik: Studi atas Tafsir Ma'anil Qur'an Karya al-Farra'". *QOF: Jurnal Studi al-Qur'an dan Tafsir* 3, no.1 (2019): 1-11.
- Sirry, Mun'im. "Argumen Keniscayaan Tafsir Kontekstual". *Geotimes*, 14 Mei 2017. <https://geotimes.co.id/kolom/agama/argumen-keniscayaan-tafsir-kontekstual/>. Diakses 19 November 2019.
- Syafrudin. *Paradigma Tafsir Tekstual dan Kontekstual Usaha Memaknai kembali Pesan Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Tim Penyusun Kementerian Agama RI. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019. PDF ebook.
- Awaluddin, A. "Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Penyebaran Syiar Islam Moderat". Dalam *Idarotuna*, Vol 5 (2) Tahun 2023.
- Trilaksono, B., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial". *Virtu Jurnal Kajian Komunikasi Budaya Dan Islam*, Vol 1(1), Tahun 2021.
- Mubarok, R. And Hamidah, T. "Etika Berkomunikasi Dalam Menyikapi Berita Bohong Di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur". dalam *Maghza Jurnal Ilmu Al-Qur An Dan Tafsir*, Vol 7(2), Tahun 2022.
- Ulfa, F, "Relevansi Metode Dakwah Hamka Dan Implementasinya Di Indonesia". *Dalam jurnal JCSS*, Vol 2(1), Tahun 2024.
- Ana, A. "The Role Of Social Media In Increasing The Relevation And Accessibility Of Dakwah: Challenges And Strategies Of Dakwah". Dalam *jurnal Jkmd* Vol, 5(1), tahun 2023.
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi". Dalam *jurnal Intizar*, Vol. 27(1), Tahun 2021.

- Muyassaroh, I. "Model Komunikasi Pendakwah Pada Konten Dakwah Dalam Isu Sosial Dan Politik Di Media Sosial". *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 9(4), Tahun 2024.
- Ilhamuddin, M., Rifqi, A., Setianingrum, V., & Najlah, N. "Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri". Dalam *Transformasi Dan Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1(2), Tahun 2022
- Syawitri, W. "Islam Dan Pendidikan Adab Modern: Dakwah Kekinian Sebagai Kontra Narasi Di Dalam Tiktok." Dimuat dalam jurnal *Al-I Tibar Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 11(1), tahun 2024.
- Rahmat, A. "Dakwah Digital: Eksplorasi Gerakan Filantropi Muhamamdiyah Selama Covid-19 Di Media Sosial Twitter @Muhammadiyah" dalam *Ettisal Journal Of Communication*, 6(1), tahun 2021.
- Asmar, A. "Islamic Boarding School And Journalistic Da'wah (Da'wah Writing Campaign Study)". *Jkmd*, Vol 5(2) tahun 2023, hlm 59-81. Baca Juga: Ulumuddin, I., Shobirin, M., & Martin, A. "Penguatan Dakwah Islam Aswaja Pada Generasi Muda Di Era Digital. dalam *Kifah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1(2), tahun 2022.
- Pratiwi, I. "Peluang Dan Tantangan Pusat Studi Dakwah Bagi Penyebaran Islam Di Konteks Lokal: Studi Kasus Pada Channel Youtube Pandara Muslim. dalam *Diksima*, 1(2) tahun 2024.
- Wahyuddin, W. "Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial", dalam jurnal *Komunida Media Komunikasi dan Dakwah* 2020.
- Muyassaroh, I. "Model Komunikasi Pendakwah Pada Konten Dakwah Dalam Isu Sosial Dan Politik Di Media Sosial". *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 9(4), Tahun 2024.
- Rubawati, E. "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah." Dalam *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, Vol. 2 No.(1) 2018.
- Nurfitria, S. And Arzam, A. "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media". Dalam *Jurnal An-Nida*, Vol 46 (1) Tahun 2022.
- Nor Diyanah Zafri, Hajar bin Opir, dan Amiratul Munirah, "Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial". Dalam *Journal of Fatwa Management and Research*, Vol 28, No. 2, Mei, 2023.
- Muslikhah, F. "Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Peningkatan Wawasan Keagamaan Bagi Mahasiswa Di Institut Agama Islam Sahid Bogor". *Jurnal Sahid Da Watii*, Vol 1 (02), tahun 2022.
- Fauzana, R. "Strategi Komunikasi Dakwah Bil Qalam Komunitas Revo Writer Di Media Digital". dalam *Jurnal Idarotuna*, Vol 3 No.(3), tahun 2022
- Basri, M. "Metode Dakwah Dalam Akun Muhammad Nuzul Dzikri Di Media Sosial Instagram". dalam *Bashirah Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 4 No. (1), tahun 2023.
- Umam, F. "Memaknai Keragaman: The Others Dalam Konstruksi Sosial Para Elit Kelompok-Kelompok Keagamaan Di Kota Mataram". dalam *Jurnal Theologia*, Vol. 27 No (2), tahun 2016.
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi". Dalam jurnal *Intizar*, Vol. 27(1), Tahun 2021.
- Nuhaa, S. "Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media *Podcast* Dan Media Sosial Berbasis Digital". dalam *NAJWA*, Vol 1(2), tahun 2023.
- Murtadlo, G. "Mendalami Living Qur'an: Analisis Pendidikan Dalam Memahami Dan Menghidupkan Al-Qur'an". Dalam jurnal *PANDU*, Vol. 1 No. (2), 2023.
- Nikmah, F., "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial". dalam *Muaşarah Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol 2, No. (1), Tahun 2020.

- Fatimah, K. "Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah Kh Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik". *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, Vol 9 No. (2), Tahun 2023.
- Fabriar, S. "Urgensi Psikologi Dalam Aktivitas Dakwah". *An-Nida Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 11 No.(2). Tahun 2019.
- Effendy, E., "Memahami Pesan Dakwah Melalui Media Internet Di Kalangan Remaja". Dalam *Da Watuna Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, Vol.3 No. (3), tahun 2023.
- Majid, Z. "Suksesi Dakwah Dalam Pendekatan Masyarakat Moderat (Studi Tentang Tafsîr Al-Adabî Al-Ijtimâ'i Pada Transformasi Problematika Dakwah). Dalam *Almarhalah Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 5 No. (1), tahun 2021.
- Nurfuadi, N. "Reaktualisasi Profesi Dakwah". dalam *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol 2, No. (1), tahun 2016.
- Asmaya, E. "Peran Perempuan Dalam Dakwah Keluarga". Dalam *Yinyang Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, Tahun 2020.
- Kohari, K., Adnan, M., Majid, Z., & Abdullah, F., "The Role And Function Of The Da'i In The Psychological Perspective Of Dakwah". dalam *Al-Risalah*, Vol 13 No. (2),Tahun 2022.
- Lestari, S., Putri, T., & Ansori, T, "Relevansi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Di Era Industri 4.0". Dalam *Journal Of Community Development And Disaster Management*, Vol 4 No. (1), Tahun 2022.
- Aedi, U., Arsam, A., & Amaludin, A. "Manajemen Dakwah Baitul Mal Tazkia" Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat. Mamba UI Ulum, Tahun 2023.
- Fatimah, K. "Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik". *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, Vol 9 No. (2), Tahun 2023.
- Idris, M. "Analisis Fenomenologis Pesan Dakwah Digital PCNU Pamekasan", dalam *Ulumuna Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 8 No. (1), tahun 2022.
- Marsha, M, "Analisis Relevansi Dakwah Kebersihan Terhadap Perilaku Personal Hygiene Santriwati Pondok Pesantren Sunan Pandanaran Tulungagung". Dalam artikel *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, Vol. 6 No. (12), tahun 2023.
- Muhadi, U."Membangun Efektifitas Dakwah Dengan Memahami Psikologi Mad◆U". *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 (2), tahun 2019.
- Fatulloh, M, "Konsep Dakwah Toleransi Ustadz Muhammad Basyirudin Pada Masyarakat Plural". *Jurnal Al-Idzaah Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 5. No.(1), tahun 2023.
- Hasan Basri, Syaeful Rokim. Aceng Zakaria, "Konsep Dakwah Media Sosial Dalam Al- Qur'an (Studi Tafsir Surat An Nahl: 125), STAI Al-Hidayah Bogor, 2023
- Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah*, Jakarta: Logos, 1984.
- Arifin, F., "Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah". *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 No. 1, tahun 2019.
- Fatoni, U. And Librianti, E. "Motif Syekhhermania Mengakses Video Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf". *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1), tahun 2018.
- Zaini, A. and Rahmawati, D., "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru". *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 8 No (1), tahun 2021.
- Girsang, C., "Pemanfaatan Micro-Influencer Pada Media Sosial Sebagai Strategi Public Relations Di Era Digital". *Ultimacomm Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12 No (2), tahun 2020.