

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berdakwah

Erwan Effwndy, MA¹, Muhammad Raefaldhi², Salman Al Farisi³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com¹, mochpal8@gmail.com², amsalman166@gmail.com³

ABSTRAK

Pada era sekarang ini, penggunaan media sosial semakin ramai dipergunakan oleh masyarakat, terutama pada kalangan remaja dan dewasa. Namun, penggunaan media sosial sangat luas. Dan hal ini tergantung pada orang yang mempergunakannya. Apabila media sosial dipergunakan dengan baik, seperti sebagai sarana untuk berdakwah, maka hal tersebut sangatlah baik. Maka dari itu, apabila seorang pendakwah ingin menyebarkan dakwahnya maka seorang pendakwah harus memiliki akun media sosial terlebih dahulu, baik *facebook, twitter, instagram, tiktok, dll*. Penggunaan media sosial harus sesuai dengan ajaran syariat islam. Memberikan hal positif seperti berdakwah maka hal tersebut dapat menjadi pahala yang jariah kelak. Maka dari itu, untuk memperoleh data yang akurat dalam tulisan ini, digunakan metode kepustakaan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan menganalisa buku-buku yang relevan.

Kata kunci: Media, sosial, dakwah

ABSTRACT

In this era, the use of social media is increasingly being used by the community, especially among adolescents and adults. However, the use of social media is very widespread. And this depends on the person using it. If social media is used properly, such as as a means of preaching, then this is very good. Therefore, if a preacher wants to spread his message, a preacher must first have a social media account, either Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, etc. The use of social media must be in accordance with the teachings of Islamic law. Providing positive things such as preaching, then this can be a reward that is generous in the future. Therefore, to obtain accurate data in this paper, the library method is used by searching, collecting, and analyzing relevant books.

Keywords: Media, social, da'wah.

PENDAHULUAN

Era digital adalah era dimana semua akses dapat dengan cepat dijangkau oleh pengguna media sosial yang disebut Viral. efektif dibanding media dakwah lainnya (Faisol, 2017). Mereka akan sangat cepat terkenal di masyarakat, misalnya seperti: Gus Miftah, Gus Baha dan sebagainya. Mereka memiliki saluran media sosial dengan ribuan atau bahkan jutaan pengikut. Pemanfaatan platform media sosial seperti; Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketenaran seorang dai media sosial.

Meski demikian, media sosial memiliki kelas-kelas tertentu berdasarkan; usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang seseorang. Ruang interaksi antara pengkhotbah dan pengikutnya (Pengikut) memungkinkan interaksi penyampaian pesan terisolasi yang terkandung dalam Komentar dengan cara ini. Dakwah menggunakan media sosial adalah untuk memudahkan seorang pengikut mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun, sedangkan faktor negatifnya adalah media dakwah ini sering digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan permusuhan, kekerasan dan lain- lain. pesan negatif (Eko Sumadi, 2016).

Dalam berdakwah dibutuhkan media atau wasilah. Adapun yang dimaksud dengan wasilah dalam dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u melalui media yang ada, dalam hal ini da'i harus memilih media yang paling efektif untuk menyampaikan dakwah dan mencapai tujuan. tujuan dakwah Islam (Wahyu Ilahi, 2010).

Kegiatan dakwah sangat mendasar dalam Islam. Bagaimana tidak, tanpa dakwah, ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami umat manusia. Selain alasan tersebut, Islam juga selalu menganjurkan umatnya untuk berbuat baik dan sekaligus mengajak orang lain untuk menjadi manusia yang baik, berakhlak dan berilmu. Maka sangat relevan jika Islam disebut sebagai agama dakwah. Dengan demikian, antara Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Islam membutuhkan dakwah agar ajarannya dapat tersampaikan, dan dakwah membutuhkan Islam sebagai landasannya.

Dakwah sebagai salah satu anjuran agama, terlibat dalam perkembangan teknologi. Misalnya, penggunaan media untuk berdakwah sangat beragam, mulai dari radio, televisi, bahkan melalui aplikasi di smartphone yang saat ini dimiliki oleh hampir semua kalangan. Dakwah tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka dan dihadiri oleh sejumlah mad'u, meskipun cara dakwah ini masih banyak dilakukan oleh para da'i.

Sebagai salah satu contoh pemanfaatan dakwah yang mengandalkan teknologi media adalah ustad Hanan Attaki. Melalui pengamatan singkat mengenai media sosial yang digunakannya, penulis menemukan kesimpulan bahwa Ustadz Hanan Attaki mengoptimalkan penyampaian dakwahnya melalui media sosial Instagram, TikTok dan YouTube. Di Instagram, Ustadz Hanan Attaki memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia seperti feed Instagram, Instagram reel, video Instagram, bahkan Instagram story. Di media YouTube dan TikTok, Ustad Hanan Attaki mengoptimalkan video yang berisi ajakan berbuat kebaikan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Dakwah Islamiyah

a. Pengertian Dakwah

Dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, berupa isim mashdar yang berasal dari fiil (kata kerja) "*da'a-yad'u*", yang berarti memanggil, mengajak, atau memanggil kemudian menjadi da'watan yang berarti ajakan, seruan dan ajakan (Haryanto, 2015). Sedangkan dari segi ilmu dakwah para ahli memberikan pendapat yang beragam dalam mendefinisikannya.

Muhammad Nasir mendefinisikan dakwah sebagai upaya menyeru dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media kepada individu manusia dan kepada seluruh umat (Shaleh, 1977). Sedangkan Thoha Yahya Umar, memberikan penekanan yang sedikit berbeda, baginya dakwah adalah upaya mengajak, bukan sekedar menyeru dan menyuruh. Lebih jelasnya, ia mendefinisikan dakwah sebagai upaya mengajak manusia dengan cara yang bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Sanwar, 1986). M. Arifin juga menyampaikan hal yang sama dengan Umar, namun memberikan penjelasan yang jauh lebih detail.

Menurutnya, dakwah memiliki arti sebagai kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam upaya mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok agar suatu pemahaman, kesadaran, sikap penghargaan muncul dalam dirinya. serta pengamalan ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan (Jumantoro, 2001).

Dari berbagai definisi dakwah yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya dakwah mengandung dua pengertian. Pertama, dakwah ditujukan kepada seluruh umat manusia di dunia tanpa kecuali. Kedua, dakwah ditujukan khusus untuk umat Islam. Akan tetapi, pada hakekatnya dakwah adalah segala usaha manusia yang dilakukan secara sadar dan terencana baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, dan sebagainya dalam rangka mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran tanpa ada unsur paksaan.

b. Pengertian Media Online (media sosial)

Amar Ahmad (2014) menyatakan bahwa penggunaan media online sebagai sarana dakwah semakin marak dan hampir tidak terelakkan, seperti layanan e- syaria, e-fatwa, edakwah. Karena itu, para penggiat dakwah setidaknya perlu memberi perhatian khusus pada pengembangan e-dakwah untuk melahirkan da'i virtual yang mampu menyampaikan suara Islam dalam konteks multi dimensi dan kontemporer sesuai konsepnya. dari Al Islamu Shalih Likulli Zamaan Wa Maka (Islam adalah ajaran yang selalu sesuai dengan kondisi waktu dan tempat).

c. Pengertian Media Dakwah

Media dakwah merupakan sarana yang digunakan oleh para da'i dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan disampaikan. Seiring perkembangan zaman, media dakwah tidak hanya berubah dari mimbar ke mimbar, namun para da'i semakin kreatif dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun media sosial yang dapat diakses. dengan mudah melalui smartphone, dari maraknya penggunaan smartphone atau telepon pintar sebagai alat komunikasi, maka penggunaan handphone tidak hanya sebatas untuk berkiriman pesan dan berbicara melalui telepon tetapi juga fasilitas lainnya.

Contoh penggunaan media online lainnya adalah penggunaan media sosial seperti Facebook. Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang paling prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tak hanya tulisan, Facebook juga menawarkan fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti permintaan pertemanan, notifikasi, pesan (pesan tertulis langsung ke pemilik akun), halaman yang direkomendasikan, catatan (notes), album foto (photo album) , status, komentar (komentar) dan sebagainya. Semua itu merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, terutama diterapkan sebagai sarana penyebaran dakwah Islam (Usman, 2016).

Pendidikan Islam dalam penyampaianya perlu dikemas dengan trend yang berkembang, akibatnya diperlukan metode khusus agar dakwah dapat diakses oleh semua kalangan, dimanapun dan kapanpun, internet dapat dikatakan akses yang cukup praktis dimana hampir semua kalangan. masyarakat menggunakannya, sehingga internet dapat dijadikan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang lebih luas sehingga misi pendidikan yang dikemas melalui dakwah tersampaikan kepada masyarakat luas. Mengacu pada hasil riset McKinsey tahun 2016 bahwa dampak teknologi digital menuju revolusi industri 4.0 dalam lima (5) tahun ke depan akan ada 52,6 juta jenis pekerjaan yang akan mengalami

pergeseran atau hilang dari muka bumi. Hasil penelitian ini memberikan pesan bahwa setiap diri yang tetap ingin memiliki eksistensi diri dalam persaingan global harus mempersiapkan mental dan keterampilan yang memiliki keunggulan bersaing dibandingkan orang lain. Cara utama mempersiapkan keterampilan yang paling mudah diambil adalah memiliki perilaku (behavioral attitude) yang baik, meningkatkan kompetensi diri dan memiliki jiwa literasi. Bekal penyiapan diri dapat dilalui dengan cara pendidikan (long life education) dan konsep diri melalui pengalaman berkolaborasi lintas generasi/lintas disiplin (pengalaman adalah guru terbaik) (Syaleh, 1997).

2. Penggunaan Internet sebagai Media Dakwah

Dengan bertambahnya pengguna internet dan kemajuan teknologi informasi, menyebabkan perubahan cara berdakwah. Saat ini para dai atau juru dakwah mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam penyampaian dakwahnya. Dengan pemanfaatan teknologi informasi, kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan lebih intensif dan menjangkau jaringan yang lebih luas. Berdasarkan pernyataan Kementerian Komunikasi dan Informatika, 95 persen dari 63 juta penduduk Indonesia menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Oleh karena itu, pemanfaatan internet sebagai media dakwah dapat menjadi salah satu alternatif yang efektif dalam menjalankan dakwah Islam.

Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya membutuhkan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Konsep al-Islamu sholih likulli Zaman wa Makan (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang oleh para da'i dalam menjalankan tugas sucinya. Keindahan Islam yang tersurat dan tersirat indah dalam Al-Qur'an dan al-Hadits hanya akan menjadi tanda-tanda kekuasaan Tuhan yang "tersembunyi" jika tidak dapat dipahami dan diamalkan dalam mad'u dakwah.

Akses dan pemahaman terhadap sumber daya teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama dan ilmu umum untuk menyusun konten keislaman yang ingin disampaikan, tetapi juga media yang merupakan sarana efektif dalam menjalankan tugas mulia dakwah. Salah satu teknologi yang sedang menjadi tren di masyarakat saat ini adalah internet.

METODE PENELITIAN

Ada penelitian ini didekatkan pada jenis penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah berupa tradisi tertentu dalam sebuah ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental memiliki ketergantungan melalui pengamatan manusia dalam ke khasannya sendiri (Azhari, 2011).

Alasan penulis memilih jenis penelitian kualitatif adalah untuk lebih menekankan pada suatu pengamatan fenomena dan lebih ke meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut, dalam artian penulis ingin melakukan sebuah pengamatan tentang suatu topik permasalahan yang dapat dikaji hingga kebagian terkecil guna memberikan informasi seakurat mungkin pada sebuah topik permasalahan yang dibahas (Veraniecha, 2020).

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Kepustakaan (*library research*) Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan sumber-sumber literatur yang ada kaitannya dengan penelitian. Adapun sumber literatur yang digunakan berupa buku-buku, artikel, jurnal, kajian pustaka, dan sebagainya. Langkah dalam

kepastakaan ini adalah dengan cara membaca, mengutip untuk menganalisa dan merumuskan hal-hal yang dianggap perlu untuk memenuhi data dalam penelitian ini (Sumanto, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berdakwah

Media sosial (medsos) telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai salah satu bentuk aplikasi dalam komunikasi virtual, media sosial merupakan hasil kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Media sosial adalah media online, dimana pengguna melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi dan membuat konten dalam bentuk blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia maya yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih. Saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan berkembang pesat di antara yang lainnya.

Di satu sisi, kemunculan media sosial telah memberikan manfaat bagi banyak orang. Orang-orang di belahan dunia mana pun dapat dengan mudah berinteraksi dan biayanya jauh lebih murah daripada melalui telepon. Selain itu, dengan media sosial penyebaran informasi juga lebih cepat. Beberapa kelebihan media sosial lainnya jika dibandingkan dengan media konvensional antara lain: Pertama, cepat, ringkas, padat dan sederhana. Jika kita cermati, setiap produksi media konvensional membutuhkan keahlian khusus, standar yang terstandar dan keahlian pemasaran yang unggul. Sebaliknya, media sosial sangat mudah digunakan (user friendly), bahkan pengguna yang tidak memiliki basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang dibutuhkan hanyalah komputer, tablet, smartphone, plus koneksi internet. Kedua, Ciptakan hubungan yang lebih intens. Media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan interaksi langsung atau koneksi melalui telepon, SMS atau Twitter. Sementara itu, media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas bagi penggunanya untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik langsung dengan mereka. Ketiga, jangkauan luas dan global. Media konvensional memiliki jangkauan global, namun untuk mempertahankannya membutuhkan biaya yang besar dan membutuhkan waktu yang lebih lama.

Sedangkan melalui media sosial, siapa pun dapat menyampaikan informasi dengan cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberikan kesempatan besar untuk mendesain konten sesuai dengan target dan keinginan lebih banyak pengguna. Keempat, terkendali dan terukur. Di media sosial dengan sistem pelacakan yang tersedia, pengguna dapat mengontrol dan mengukur keefektifan informasi yang diberikan melalui umpan balik dan reaksi yang muncul. Sedangkan pada media konvensional masih membutuhkan waktu yang lama (Mulyati, 2014).

Pengertian Media

Media adalah suatu proses penyampaian pesan melalui alat elektronik berupa audio, audio fisik dan lain-lain. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting untuk diperhatikan dalam kegiatan dakwah. Karena sebagus apapun metode, materi

dan kapasitas seorang da'i tanpa dukungan media yang tepat, seringkali hasilnya kurang efektif.

Perkembangan tatanan sosial yang semakin kompleks dan pertumbuhan yang pesat akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informasi, memerlukan keseimbangan pembangunan agama sebagai landasan kehidupan melalui media elektronik berupa penyiaran keagamaan yang lebih berkualitas dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi. Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, untuk dapat menghasilkan peralatan informasi, komunikasi dan transportasi dengan sangat murah dan dalam waktu singkat. Tidak mengherankan jika dunia hiburan berkembang pesat menyediakan hiburan langsung atau rekaman, cetak atau elektronik. Oleh karena itu, tugas kita menjadi semakin sulit, siaran ini tidak hanya dapat membimbing umat Islam dalam menjalankan agamanya, tetapi juga memotivasi orang-orang dan berusaha untuk menggerakkan mereka ke jalan yang benar dan partisipasi yang maksimal dalam mensukseskan program pembangunan keagamaan.

Oleh karena itu, para pelaku dan pemilik program siaran religi harus terlebih dahulu mengetahui strategi dan tujuan, serta harus mengetahui pula cara melaksanakan program tersebut dengan sebaik-baiknya. Tentunya Anda juga perlu mengetahui kelompok sasaran dan memiliki pemahaman yang baik tentang materi yang disiarkan tentang agama yang disampaikan. Kemudian, pengelola siaran agama, baik dipusat maupun didaerah, seharusnya menguasai medan dengan baik, sehingga dengan demikian mereka dapat menyusun program-program siaran agama yang sesuai dengan kenyataan, problem dan sasaran yang tepat (Istina, 2016).

Media Sosial

Media sosial (medsos) adalah media online, dengan pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar.

Perkembangan media sosial sendiri menyusul pada tahun 1978 dimulainya penemuan sistem papan buletin yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan orang lain menggunakan surat elektronik, atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. . saluran yang terhubung ke modem. Pada tahun 1999 lahirlah website GeoCities, website ini melayani Web Hosting yaitu layanan persewaan penyimpanan data website agar halaman website dapat diakses dari mana saja, dan munculnya GeoCities menjadi tonggak berdirinya website lain. Pada tahun 1997, situs jejaring sosial pertama kali muncul, yaitu sixdegree.com. Meskipun pada tahun 1995 ada situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial, Sixdegree.com dianggap sebagai situs jejaring sosial yang menawarkan lebih dari Classmates.com. Pada tahun 1999, muncul sebuah website untuk membuat blog pribadi yaitu blogger. Situs web ini menawarkan pengguna untuk dapat membuat halaman situs web mereka sendiri. Sehingga pengguna blogger ini bisa memposting hal-hal tentang apa saja, termasuk hal-hal pribadi atau mengkritik pemerintah. Sehingga bisa dikatakan blogger ini merupakan tonggak perkembangan sebuah media sosial (Nur Asiah, 2019).

Pengertian Dakwah

Dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, berupaisim mashdar yang berasal dari fiil (kata kerja) “*da’a-yad’u*”, yang berarti memanggil, mengajak, atau memanggil kemudian menjadi da’watan yang berarti ajakan, seruan dan ajakan (Haryanto, 2015).

Dakwah dalam arti amar ma’ruf nahi munkar merupakan syarat yang mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Yaitu merupakan kewajiban bagi pembawaan fitrah selaku makhluk sosial dan kewajiban yang ditegaskan oleh risalah, oleh kitabullah, dan sunnah rasul (M. Nasir, 2017).

Dakwah merupakan kewajiban setiap manusia, setiap orang dengan berbagai profesi dapat melakukan dakwah. Karena dakwah dapat dilakukan dalam berbagai aspek kehidupan yang multidimensional. Sebagaimana diketahui secara luas bahwa dakwah Islam tidak hanya *bi al-lisan* (dengan ungkapan atau kata-kata) tetapi juga *bi al-kitab* (dengan tulisan), *bi at-tadbir* (manajemen atau organisasi) dan *bi al-hal* (tindakan). sosial). Seorang mubaligh atau mubaligh yang baik tidak hanya menguasai materi dakwah, tetapi juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Ini akan memudahkan pengkhotbah untuk memilih kata-kata dan mencari tahu metode mana yang akan digunakan. Sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang artinya : “*Berbicaralah dengan manusia sesuai dengan tingkat kecerdasannya.*” (HR. Muslim) (Istina, 2016).

Peran social media atau media sosial dalam dakwah sangatlah penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di Internet. Hal ini karena kebutuhan masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitas sehari-hari, tidak sempat lagi menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Padahal, masyarakat membutuhkan informasi di internet mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali. Namun, mereka memiliki cara alternatif untuk memperoleh informasi, yaitu penggunaan internet. Dengan kemudahan tersebut, kini informasi dapat diperoleh tanpa terikat oleh ruang dan waktu. Ini merupakan kesempatan emas bagi da’i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain dakwah melalui dunia nyata juga diperlukan dakwah melalui dunia maya sebagai penunjang dakwah di dunia nyata, mengingat dakwah melalui dunia nyata sangat terikat ruang dan waktu. Di antara contoh dakwah dengan media sosial adalah sebagai berikut. Pertama-tama, Facebook adalah salah satu jejaring sosial di Internet. Facebook memiliki jutaan pengguna dengan berbagai latar belakang pendidikan, profesi, pekerjaan, kasta dan lain - lain. Mulai dari kalangan pengusaha bawah hingga atas, birokrat hingga kalangan paling elit sekalipun bisa ditemukan di sini. Dari anak-anak hingga orang tua, dari kalangan terpelajar hingga orang awam. Dari artis, selebritas hingga ustadz akan ditemui di sini. Berdakwah dengan bantuan Facebook memiliki beberapa bentuk manfaat. Meski sebagian orang menganggap Facebook lebih berbahaya, mereka malah mengatakan bahwa Facebook adalah sumber penipuan di dunia maya, internet. Namun kita sebagai umat Islam harus memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Misalnya saling bertukar pesan dakwah yang ringan dan mudah dipahami serta mudah dilaksanakan, saling mengingatkan amalan-amalan yang baik, mengajak untuk mengikuti acara-acara keagamaan terdekat. Jadi pada dasarnya kemajuan teknologi seperti Facebook misalnya bersifat netral, jadi penggunalah yang benar-benar menentukan cara menggunakannya, baik atau buruknya, sepenuhnya tergantung pada tangan pengguna.

Oleh karena itu, penceramah atau pendakwah harus menguasai dan mampu mengaplikasikan berbagai media sosial yang ada. Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa aspek yang juga terpenting dalam keberhasilan dakwah adalah penguasaan media. Dengan penguasaan media, khalayak akan memiliki pengetahuan (hard skill) dan keterampilan yang berkaitan dengan hal-hal praktis (soft skill) dan pada akhirnya akan tercipta ummat yang manusiawi (Nur Asiah, 2019).

PENUTUP

Perlu diketahui, kegiatan dakwah Islam tidak selalu harus diadakan dalam ruang lingkup majelis taklim yang berisi ceramah, tausiyah dan nasehat ilmu agama baik membahas ilmu syariah Islam, tafsir, tauhid, dan lain-lain. Namun dengan berkembangnya teknologi komunikasi dakwah Islam dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan media sosial.

Media sosial ini sangat efektif digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, karena banyaknya pengguna aplikasi media sosial ini. Kemudahan fasilitas yang diberikan oleh media sosial menjadi keunggulan tersendiri bagi komunitas virtual, khususnya bagi mubaligh atau mubaligh dalam menyampaikan atau berbagi informasi dakwah Islam, berdiskusi dan menjalin silaturahmi dengan pengguna lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar Ahmad (2014)., *Dinamika Komunikasi Islami di Media Online.*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi., Universitas Islam Negeri Alauddin, Makasar
- Arif, D., & Pratama, N. (2019). Tantangan Karakter Di Era Revolusi Industri dalam Membentuk Kepribadian Muslim. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1),
- Asiah, Nur, (2019) "*Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah*" Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah Volume 09 Nomor 01 (2019) 1-20 <http://ejurnal.stainparepare.ac.id/index.php/komunida> ISSN 2088-0669; E ISSN 26143704
- Bagdikian, Ben.H, (2004)., *The New Media Monoply*, USA: Beacon Press. Ilahi, Wahyu (2010)., *Komunikasi Dakwah.*, Bandung: Remaja Rosdakarya Kontjaraningrat (1983), *Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT. Gramedia
- Laila Nadiatul Falah (2014), *Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Dakwah Group Jama'ah Muslimin (Hizbullah)*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 2 (02).
- Misbakhul Khoiri (2014), *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, Skripsi; Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Vol 4 No 1 (2024) 12-20 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47467/dawatuna.v4i1.3218

- M.Nasir, (2017) *"Fiqhudda'wah"* Jakarta:DewanDa'wahIslamiyah Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi, Bandung: Rosda.
- Rakhmawati, Rakhmawati (2016) *"Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah"* AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 4, No. 1 Juni 2016
- Sanwar, M. Aminuddin. 1986. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Shaleh, Abd. Rosyad. 1977. *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al Ikhlas
- Sumanto, (2014) *Teori dan Metode Penelitian*, CAPS Center of Academic Publishing Service, Yogyakarta,
- Tarigan, Azhari Akmal. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Medan: La- Tansa Press
- Veraniecha, Skripsi, (2020) *Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah*, Medan: UINSU.