

Dari Mimbar ke Media Sosial: Evolusi Dakwah di Era Digital

Nafisah Najatun Imtihani¹, Hafiz²

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A. Yani Mendungan, Pabelan, Kartasura, Surakarta, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A. Yani Mendungan, Pabelan, Kartasura, Surakarta, Indonesia

 Email korespondensi: nafisahnajatun@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini membahas transformasi metode dakwah Islam dari pendekatan konvensional melalui mimbar menuju pendekatan digital melalui media sosial. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menghadapi tantangan serius terkait pemahaman dan pengamalan ajaran Islam, meskipun mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal ini menunjukkan urgensi dakwah yang terus-menerus dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka, penelitian ini menelaah literatur dan jurnal terkait dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan podcast menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada generasi milenial. Dakwah digital memungkinkan penyebaran pesan yang lebih luas, cepat, dan interaktif. Namun, tantangan seperti menjaga keikhlasan niat, risiko popularitas semu, serta konten dakwah yang kurang kredibel tetap harus diperhatikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah melalui media sosial dapat menjadi alternatif strategis dalam memperkuat pemahaman keislaman jika dilakukan secara bijak dan sesuai syariat.

Kata kunci: *dakwah digital, media sosial, generasi milenial.*

PENDAHULUAN

Pemeluk muslim dunia pada tahun 2030 diperkirakan mencapai 2,2 milyar atau sekitar 23% dari populasi penduduk dunia. Saat ini pemeluk muslim di Indonesia mencapai 229,62 juta jiwa dari 269,6 juta jiwa menurut data demografis saat ini. Berdasarkan data tersebut maka pemeluk Islam Indonesia merupakan 13,1 % dari seluruh



pemeluk muslim dunia [1]. Semua ajaran dalam agama Islam menuntun pemeluknya agar memiliki akhlaq yang baik dan akan membawa kebaikan bagi pemeluk maupun lingkungannya. Namun pada kenyataannya banyak terjadi perbuatan-perbuatan tercela atau maksiat yang sering kita dengar atau baca melalui media elektronik.

Hal ini tentunya sangat memprihatinkan. Oleh karena itu dakwah Islam harus selalu dilaksanakan agar masyarakat memiliki pemahaman yang benar mengenai syariat Islam. Hal itu seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw. pada jaman dahulu. Beliau mendakwahkan Islam kepada orang-orang yang tidak memiliki pengetahuan tentang Islam. Dakwah Islam yang dilakukan Nabi Muhammad Saw. membuat masyarakat Arab berubah dari berperilaku tidak baik menjadi berperilaku baik. Dakwah Islam Nabi Muhammad saw. menjadi penerang bagi masyarakat Arab yang semula jahiliah. Pendekatan yang dilakukan Nabi Muhammad saw. adalah menyeru keluarga dan kerabat beliau di rumah al-Arqam bin Abi al-Arqam.[2]. Pada masa itu dakwah dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Selanjutnya setelah dirasa aman, maka Nabi Muhammad Saw. mendakwahkan Islam secara terang-terangan.

Sebagai umat Islam jika kita memiliki sebuah ilmu, jangan sampai hanya diamalkan untuk kehidupan sendiri, tetapi harus disampaikan kepada orang lain. Seperti yang ketahu tentang hadits “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari) sebagai muslim yang beriman, kita diwajibkan untuk menyampaikan dakwah walaupun hanya satu ayat. [3]. Dakwah merupakan langkah strategis untuk mengubah keadaan suatu masyarakat ke arah yang lebih baik [4].

Secara bahasa, dakwah merupakan kata dalam Bahasa Arab. Dakwah yaitu da’u-ya-da’watan yang berarti memanggil. Dakwah melibatkan dua pihak yaitu pendakwah atau orang yang menyampaikan dakwah dan orang yang menerima dakwah. Seseorang yang menyampaikan dakwah dapat disebut da’i sedangkan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut mad’u. Dakwah dapat dilakukan dengan pendekatan komunikasi melalui lisan (*dakwah bil-lisan*), tulisan (*dakwah bil-kitabah*), dan perbuatan (*dakwah bil-hal*). Dakwah merupakan suatu usaha menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan terencana menggunakan cara-cara tertentu untuk memengaruhi orang lain agar dapat mengikuti apa yang menjadi tujuan dakwah tersebut tanpa paksaan. Dakwah merupakan hal yang sangat penting dalam membawa manusia pada jalan yang lurus, benar dan diridhai oleh Allah swt [5].

Dakwah merupakan ajakan, seruan, panggilan, bujukan, kepada kebajikan, sesuai dengan fitrah manusia, sekaligus seiring dengan tuntunan Al-Quran dan Hadis. Dakwah sebagai imbauan kepada jalan Allah mulai diperkenalkan kepada manusia selama manusia itu diutus seorang Rasul. Rasul sebagai pembawa berita gembira kepada



umatnya setiap saat menyeru kepada kebaikan. Akan tetapi fenomena dakwah dari zaman-ke zaman sangat berbeda. Tantangan dakwah berbeda antara umat nabi Nuh,Isa, Musa, Isa, Muhammad dan berbeda pada masa kini [6].

Pada jaman dahulu orang-orang yang akan menuntut agama Islam dapat mendatangi para guru atau ulama, atau ulama yang mendatangi orang-orang yang ingin menuntut ilmu. Sebagai contohnya, Rasulullah saw. dahulu mendakwahkan Islam di rumah salah satu sahabat beliau yang bernama Arqam bin Abil Arqam. Hal itu beliau lakukan saat mendakwahkan Islam secara sembunyi-sembunyi. Setelah kurang lebih 3 tahun berdakwah secara sembunyi-sembunyi, kemudian Rasulullah saw. mendapat perintah untuk berdakwah secara terang-terangan. Peristiwa itu menunjukkan bahwa dakwah diterima secara langsung dari para pendakwah. Setelah Rasulullah saw. wafat, dakwah dilakukan oleh para sahabat kemudian dilanjutkan oleh orang-orang sesudah beliau sampai sekarang.

Pada saat ini dakwah dapat dilaksanakan melalui berbagai cara, Dakwah tidak harus dilakukan di belakang mimbar atau berbicara langsung dengan orang yang didakwahi. Dakwah tidak harus dilakukan di masjid atau mushola, tetapi dakwah dapat dilaksanakan di berbagai tempat dengan menggunakan alat bantu. Salah satu alat bantu dakwah adalah memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang. Pendakwah dapat memanfaatkan teknologi yang semakin maju. Pada era teknologi sekarang ini, dakwah dapat disampaikan melalui media sosial atau disebut juga dakwah digital. Pada era digital tidak lepas dari pemanfaatan internet. Keberadaan internet membuat segala sesuatu menjadi mudah dan efisien.

Dalam jurnal yang berjudul “Perubahan Dakwah Di Era Digital” karya Ilham Putri Andini dkk, dapat disimpulkan bahwa dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan cara berdakwah. Pengguna teknologi informasi dan komunikasi sebagian besar dari generasi milenial. Oleh karena itu dakwah dapat ditujukan pada generasi milenial. Melihat pentingnya dakwah melalui media sosial maka penulis meneliti dan mengambil judul “Dari Mimbar ke Media Sosial: Evolusi Dakwah di Era Digital”. Era milenial dalam mengajarkan agama Islam dapat dilakukan dimanapun dan kapan saja dengan berbagai cara. Masyarakat sekarang tidak hanya mengandalkan ulama sebagai sumber satu-satunya. Keberadaan media sosial akan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperdalam agama Islam. Penelitian ini memberikan pengetahuan bagi para pembaca yang ingin mengetahui metode dakwah yang lebih mudah. Peneliti tidak bisa membayangkan betapa sulitnya apabila dakwah hanya bisa dipelajari melalui mimbar mengingat pemeluk Islam yang semakin banyak.



METODE

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang dipakai ialah studi pustaka (*library research*) dengan mencari dan mengkaji sumber-sumber utama yang terdapat dalam buku berjudul "Dakwah Digital di Era Milenial." Karya Edy Sutrisno, dan juga dari sumber sekunder seperti artikel dan jurnal yang berkaitan. Jurnal yang berkaitan dengan metode dakwah yang berjudul "Metode Dakwah Untuk Generasi Milenial" karya Siti Mujahadah, Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial karya Puput Puji Lestari. Pendekatan penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif-induktif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara mendalam, menganalisis secara holistik, dan mengembangkan pemahaman baru dari hasil penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: a. Studi literatur: Menganalisis literatur terkait dakwah di era digital. Analisis data dilaksanakan menggunakan metode Miles dan Huberman dalam tiga tahap. Tahap pertama ialah reduksi data, yang melibatkan pemilahan data menjadi bagian-bagian yang relevan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk yang lebih teratur dan terstruktur (penyajian data). Terakhir, dilaksanakan penarikan kesimpulan dari data yang sudah dianalisis.

HASIL

Perubahan masyarakat tersebut harus diimbangi dengan perubahan cara berdakwah yang dilakukan para dai. Dai harus memikirkan metode yang tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Dai tidak boleh hanya jalan ditempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif dan penuh inovasi [7].

Negara Indonesia menempati peringkat keempat dunia dalam hal jumlah penggunaan media sosial terbanyak di dunia. Saat ini media sosial adalah media yang banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan membangun relasi dengan sesama di dunia maya. [8] Berdasarkan data APJII tahun 2024, ada sekitar 221,5 juta pengguna internet di Indonesia, yang setara dengan 79,5% dari total populasi. APJII belum merilis data resmi untuk tahun 2025, namun APJII memprediksi bahwa penetrasi internet akan terus meningkat, mungkin mencapai 80%-81% dari populasi.

Melihat besarnya ketertarikan Masyarakat terhadap media sosial maka dibutuhkan cara-cara untuk memanfaatkannya demi dakwah Islam. Jenis media sosial sekarang yang bisa digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam adalah Facebook, X, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, Youtube, Telegram dan lain sebagainya. Instagram dan Tik Tok



adalah media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat umum, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, kedua media sosial ini sangat tepat digunakan untuk menyampaikan dakwah Islam. Media sosial menawarkan banyak manfaat, meskipun juga ada kerugiannya. Media sosial ibarat pedang yang bermata dua yang berarti dapat berguna ketika kita menggunakannya untuk hal-hal yang baik, dan berdampak negatif ketika kita menggunakannya pada hal-hal yang tidak baik.

Dalam jurnal yang berjudul “Perubahan Dakwah Di Era Digital” karya Ilham Putri Andini dkk, dapat disimpulkan bahwa dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan cara berdakwah. Pengguna teknologi informasi dan komunikasi sebagian besar dari generasi milenial. Oleh karena itu dakwah dapat ditujukan pada generasi milenial. Para da’i harus memiliki kemampuan dalam menggunakan media digital khususnya media sosial sebagai sarana baru untuk dakwah. Perkembangan dakwah akan semakin cepat dengan keberadaan media sosial di masyarakat. Seorang pendakwah dapat menggunakan media sosial sebagai alat dakwah mereka seperti, berdakwah melalui live Tik Tok, membuat reels Instagram, membuat video Tik Tok, membuat video lalu di upload oleh Youtube dan lain sebagainya. Seorang pendakwah harus memiliki niat yang lurus yaitu untuk menegakkan ajaran dan syariah menurut Al-Qur’an dan Hadits. Agar semua yang dilakukan akan mendatangkan pahala dan ridlo Allah SWT. Ikhlas guna mengharap ridha Allah swt merupakan tantangan berat bagi pendakwah yang memungkinkan mendapatkan popularitas di mata khalayak umum sebagai *public figure*.

Orang yang menerima dakwah juga harus berusaha meluruskan niat agar hati dapat menerima ilmu serta mendapat ridlo Allah SWT . Saat datang pada majelis ilmu yang dilakukan secara *offline* atau tatap muka justru menjadi ajang fomo (*Fear of Missing Out*) dalam bahasa gaulnya anak zaman sekarang yang artinya takut ketinggalan. Mengubah niat seseorang yang mulanya ingin datang ke majelis ilmu untuk mendekatkan diri kepada Allah swt malah menjadi ajang pamer untuk berlomba-lomba membuat story Instagram, story WhatsApp dan lain-lain.

Perkembangan teknologi dari hari ke hari semakin meningkat. Perkembangan tersebut dapat dimanfaatkan pendakwah untuk meluaskan dakwahnya. Pendakwah tidak harus bertemu langsung dengan orang-orang yang didakwahi. Tetapi pendakwah dapat menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui media sosial. Model dakwah Islam yang berada di sosial media ada berbagai macam bentuknya, ada yang memanfaatkan audio, visual, atau bahkan keduanya. Model dakwah yang berbentuk audio adalah;



Podcast

Podcast adalah media digital biasanya berupa rekaman audio yang dapat diunduh atau distreaming melalui internet. Melalui *podcast* memungkinkan dai untuk menyampaikan kajian-kajian Islam secara lebih mendalam. *Podcast* dapat menyajikan berbagai format, seperti kajian, ceramah, diskusi, atau cerita bernuansa Islami sehingga akan dapat menarik para pendengar. Platform seperti Spotify, Youtube Music, dan SoundCloud memungkinkan penyampaian pesan dakwah melalui audio yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Beberapa contoh podcast dakwah adalah dakwah.me - Ustadz Adi Hidayat, *Podcast* Dakwah Sunnah - Prinsip Hidupku, *Kajian Podcast* dan lain sebagainya.

Model dakwah Islam secara visual adalah;

Foto-foto yang mengandung dakwah, kartun yang menarik, atau aplikasi Al-Quran digital yang berisi terjemahan dan tafsir, pamphlet, poster yang di unggah di berbagai sosial media. Ada juga Web dan blog dapat menjadi sumber informasi yang komprehensif tentang ajaran Islam. Artikel-artikel yang mendalam dan terstruktur dapat membantu masyarakat untuk mempelajari Islam secara lebih sistematis.

Sedangkan media sosial gabungan audio dan visual dapat melalui unggahan konten video berupa ceramah, diskusi panel, atau serial pembelajaran Islam yang dikemas secara menarik yang biasa ditayangkan di Youtube, Instagram, Tik Tok.

PEMBAHASAN

Dakwah berasal dari Bahasa Arab *daa*, *yadu*, dakwah yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Secara terminologis, dakwah mengandung pengertian mendorong manusia agar berbuat kebajikan. Hadits Nabi Muhammad saw. menyatakan (*يَلْعُوا عَلَيَّ وَلَوْ*) *آيَةً*) yang berarti "Sampaikanlah dariku walau satu ayat". Berdasarkan ayat tersebut maka sebagai sesama kaum muslim hendaknya saling mengajak kepada kebaikan.

Ajakan kebaikan dapat disampaikan oleh orang yang berilmu atau pendakwah. Pendakwah dapat menggunakan berbagai cara untuk menyampaikan pesan kepada orang-orang yang menjadi sasaran dakwah. Pada jaman dahulu, orang-orang harus mendatangi para guru atau pendakwah untuk belajar Islam. Tentunya banyak kendala yang ditemui apabila harus mendatangi langsung para pendakwah, misalnya tenaga, waktu, dan biaya. Metode dakwah dengan mendatangi pendakwah tentunya akan membatasi jumlah orang yang menerima dakwah Islam. Sebelum adanya media sosial, dakwah dilakukan dengan metode konvensional yang lebih terbatas dalam jangkauan audiens. Sebagai contoh, ceramah-ceramah agama sering kali diadakan di masjid, majelis



taklim, atau acara-acara keagamaan tertentu yang audiensnya cenderung homogen dan bersifat lokal.

Pada era sekarang yang semakin canggih, maka media dakwah juga semakin berkembang. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi maka dakwah tidak akan sulit untuk didengarkan atau dilihat. Dengan memanfaatkan beberapa platform digital maka dakwah akan dapat semakin diperluas. Penggunaan teknologi ini akan semakin meningkatkan jumlah audiens atau mad'u. Transformasi dakwah ini juga memungkinkan pendekatan yang lebih interaktif. Jika pada metode tradisional komunikasi cenderung satu arah dari dai ke audiens, di media sosial audiens dapat langsung memberikan respons atau bertanya. Kolom komentar, misalnya, memungkinkan terjadinya dialog antara dai dan pengikutnya, menciptakan interaksi yang lebih mendalam dan saling membangun pemahaman. Selain itu, fitur-fitur seperti live streaming di Instagram atau YouTube memungkinkan dai untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan secara real-time, dan menyampaikan pesan-pesan dakwah secara lebih personal [9]. Media sosial dapat memperluas jaringan sosial, memperkuat komunitas berbasis agama, dan memberikan dukungan emosional bagi remaja dalam menjalani kehidupan keagamaan. [10]

KESIMPULAN

Adanya berbagai platform digital sangat membantu untuk memperluas dakwah Islam. Secara keseluruhan, media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap hubungan sosial dan komunitas bagi pengguna khususnya di kalangan remaja Muslim.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal ini. Penulis berharap agar tulisan ini menambah hasanah keilmuan bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Humaida, I. D. Fasicha, M. R. Alghifari, and P. S. Lestari, "Potensi Industri Halal di Indonesia sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar," *AGHNIYA J. Ekon. Islam*, vol. 6, no. 1, pp. 11–24, 2024.
- [2] M. Choirin, "Pendekatan Dakwah Rasulullah Saw Di Era Mekkah Dan Relevansinya Di Era Modern," *Misykat al-Anwar J. Kaji. Islam dan Masy.*, vol. 4, no. 2, p. 97, 2021, doi: 10.24853/ma.4.2.97-114.



- [3] I. D. Puspito and N. Azhima, "Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial," *Tabayyun*, vol. 4, no. 2, pp. 1–10, 2024, doi: 10.61519/tby.v4i2.50.
- [4] E. Muhaemin, "Dakwah Digital Akademisi Dakwah," *Ilmu Dakwah Acad. J. Homilet. Stud.*, vol. 11, no. 2, pp. 341–356, 2017, doi: 10.15575/idajhs.v11i2.1906.
- [5] M. P. I. La Adi, S. Pd, "Konsep Dakwah Dalam Islam," *J. Pendidik. Ar-Rasyid*, vol. 7, no. 1, pp. 1–23, 2022.
- [6] A. R. Usman, "Metode dakwah kontemporer," *J. Al Bayan*, vol. 19, no. 28, p. 109, 2013.
- [7] S. Mujahadah, "Metode Dakwah Untuk Generasi Milenial," *J. Dakwah Tabligh*, vol. 21, no. 2, p. 201, 2020, doi: 10.24252/jdt.v21i2.13875.
- [8] Y. Krisdiyansah and A. R. Hakim, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z," *Tanzhimuna*, vol. 2, no. 2, pp. 190–203, 2023, doi: 10.54213/tanzhimuna.v2i02.180.
- [9] R. Tasruddin and A. Penelitian, "Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era: A Case Study on the Millennial Generation," *J. Kolaboratif Sains*, vol. 8, no. 1, pp. 872–881, 2025, doi: 10.56338/jks.v8i1.6862.
- [10] Anisatul Luthfia, "Peran Media Sosial terhadap Pengetahuan Keagamaan Remaja Muslim," *Moral J. Kaji. Pendidik. Islam*, vol. 2, no. 1, pp. 117–124, 2024, doi: 10.61132/moral.v2i1.529.

