

Penerapan Sosial Media dalam Strategi Meningkatkan Nilai Dakwah

Erwan Effendy¹, Agam Arsyad², Gilang Hardian Zein³, Rusdi Auliadi⁴, Muhammad Aidil Fitra⁵

¹²³⁴⁵Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Sumatera Utara, Indonesia

erwanefendi@uinsu.ac.id¹, agam74110@gmail.com², Rusdirusdi5780@gmail.com³,
gilanghardianz@gail.com⁴, fitra1434@gmail.com⁵

ABSTRACT

The research has the theme about the application of social media in strategies to increase the value of da'wah. The aim of this research is to explain the role of social media in improving the quality of da'wah services to the public. Social media is expected to become a platform that can increase the value of da'wah and promote the face of Islam to diverse audiences. To maximize strategies in realizing the ideals of da'wah, a preacher is able to position himself towards audiences from various circles. Almost all da'wah now relies on social media as a strategy to increase the value of da'wah.

Keywords: social media; da'wah; communication

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat tema tentang penerapan sosial media dalam strategi meningkatkan nilai dakwah. Tujuan penelitian ini menjelaskan bahwa adanya peranan sosial media dalam meningkatkan kualitas pelayanan dakwah pada publik. Sosial media diharapkan menjadi salah satu platform yang bisa meningkatkan nilai dakwah serta mempromosikan wajah Islam kepada khalayak yang beragam. Untuk memaksimalkan strategi dalam mewujudkan cita-cita dakwah, seorang da'i mampu menempatkan dirinya terhadap audiens dari berbagai kalangan. Hampir semua dakwah kini mengandalkan sosial media sebagai strategi dalam meningkatkan nilai dakwah.

Kata kunci: sosial media; dakwah; komunikasi

PENDAHULUAN

Sosial Media adalah alat yang digunakan sebagai media informasi dan komunikasi pada saat ini. Sekarang semua orang dapat dengan mudah mengakses sosial media kapan pun dan di mana pun. Informasi-informasi yang begitu cepatnya, peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi dibelahan dunia mana pun bisa diketahui dengan mudah lewat sosial media. Perkembangan media sosial telah mengubah cara seseorang dalam berkomunikasi satu sama lain. Saat ini, hampir setiap orang menggunakan akses internet dalam mencari, mengirim, dan membaca informasi. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di negara Indonesia telah mencapai angka 78,9 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa, Ketua Umum APJII, Muhammad Arif, mengatakan bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini

mengalami peningkatan mencapai 1,17 persen. Kemudian dari penyelenggara yang sama oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam survei terdapat tiga platform digital yang paling banyak dikunjungi. Dengan 65,41 persen responden, YouTube adalah platform media sosial yang paling banyak penggunaannya di Indonesia. Facebook menyusul menempati posisi kedua setelah YouTube dengan pengguna sebesar 60,24 persen responden. Selanjutnya, ada Instagram di posisi ketiga dengan pengguna sebesar 30,51 persen responden. Informasi ini menandai sebuah pola tindakan masyarakat yang tidak dari media sosial dengan menggunakan perangkat jaringan internet. Oleh karena itu, media sosial membuka peluang yang besar bagi pengembangan aktivitas dakwah. Biasanya banyak sekali acara dakwah yang dilakukan melalui saluran media tradisional, antara lain pengajian, hajatan, ceramah, dan lain sebagainya. Sehingga cakupannya sangat terbatas dan efektivitas dakwah sangat minim. Berikutnya, model dakwah diciptakan untuk media cetak, radio, film, dan televisi. Dibatasi oleh ruang dan waktu karena harus menyesuaikan dengan program lain pada jadwal siaran radio dan televisi, namun dapat menjangkau khalayak yang lebih besar dan lebih luas. Berbeda dengan aktivitas dakwah yang memanfaatkan platform media sosial, seperti Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Hal ini akan memberikan sebanyak mungkin peluang bagi siapa pun untuk berbagi upaya dakwah mereka. Di sinilah kesempatan untuk dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas dakwah. Sekarang ini, banyak bermunculan para da'i-da'i yang tidak disangka-sangka menjadi terkenal (viral) karena aktivitas dakwahnya di media sosial. Bagi sebagian kalangan, sosial media justru muncul sebagai media baru untuk mengekspos nilai-nilai kebaikan dan hal ini bisa dilakukan siapa pun di mana pun dan kapan pun. Kita kini mengenal da'i-da'i media sosial yang banyak digandrungi orang karena sering menyiarkan pesan agama di YouTube atau Facebook, seperti ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, dan Felix Siaw. Kalau kita klik ceramah-ceramahnya, misalnya, ada di YouTube, yang kelihatannya cukup populer dan mempunyai banyak penggemar, mungkin mencapai ratusan ribu bahkan jutaan orang. Betapa fenomenanya operasi dakwah melalui media-media memungkinkan dakwah yang sangat menggembirakan menjangkau khalayak luas, khususnya generasi muda (zaman sekarang). Maka, kualitas unik media sosial dibandingkan media konvensional membuat menarik untuk diteliti dan mengkaji penyebaran dakwah melalui platform media sosial ini. Seiring naiknya value media sosial dimata masyarakat, terciptalah norma-norma sosiokultural baru di masyarakat yang menjadikan konsumsi media sebagai kebiasaan atau kebutuhan sehari-hari. Elemen penting ini juga menjadi studi nyata tentang bagaimana media, khususnya dalam bidang spiritual agama, mempengaruhi masyarakat dan menciptakan tren baru. Tentu saja hal ini tidak bisa dilepaskan dari pemanfaatan media sosial untuk transmisi dakwah. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji aktivitas komunikasi dakwah di media sosial yang berkembang pesat dalam beberapa waktu terakhir (APJII, 2023).

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Strategi Konten Dakwah

Istilah "strategi", kata tersebut memiliki arti yang luas dan dalam konteks yang berbeda, kata tersebut merujuk pada konsep yang juga berbeda. Secara klasik, strategi

sering digunakan dalam kemiliteran, mengacu pada ilmu perencanaan dan pengarahannya operasi militer skala besar. Namun, strategi juga dapat diartikan sebagai kemampuan yang terampil dalam merencanakan dan menangani berbagai aspek kehidupan, termasuk usaha-usaha dakwah (Efendi, 2021).

Dalam konteks dakwah atau penyebaran informasi agama, pemahaman tentang taktik dan strategi memiliki peran yang sangat penting. Ini karena dakwah, seperti usaha-usaha lainnya, memerlukan perencanaan yang matang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi dakwah harus mencakup berbagai elemen, seperti target audiens, pesan yang akan disampaikan, media yang akan digunakan, dan cara mengevaluasi keberhasilannya.

Taktik dan strategi dalam dakwah melibatkan pemilihan pendekatan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini dapat mencakup pemilihan media sosial yang sesuai, penyesuaian pesan agar sesuai dengan audiens, dan penggunaan teknik komunikasi yang efektif.

Dalam konteks dakwah Islam, strategi yang baik tidak hanya mempertimbangkan cara menyebarkan pesan agama, tetapi juga harus memperhatikan etika dan moralitas dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, pemahaman tentang taktik dan strategi dalam dakwah adalah hal yang tidak boleh diabaikan. Ini karena kesalahan dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi dakwah dapat berdampak negatif pada citra agama dan tujuan yang ingin dicapai.

Sebagai kesimpulan, pemahaman tentang strategi dan taktik dalam dakwah adalah penting dalam mencapai tujuan penyebaran informasi agama. Ini mencakup perencanaan yang matang, pemilihan pendekatan yang sesuai, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Dengan pemahaman yang baik tentang taktik dan strategi, usaha dakwah dapat menjadi lebih efektif dalam mencapai audiens dan menyebarkan pesan agama dengan baik.

Strategi Sosial Media Mengembangkan Nilai Dakwah

Strategi penggunaan media sosial untuk mengembangkan nilai-nilai dakwah memerlukan perencanaan yang matang dan penerapan tahapan yang terstruktur. Untuk memulainya, sangat penting untuk memiliki tujuan yang jelas. Ini adalah pijakan dasar yang akan membimbing seluruh upaya Anda dalam menggunakan media sosial. Tujuan dakwah bisa beragam, mulai dari menyebarkan nilai-nilai agama, memberikan pemahaman lebih dalam tentang keyakinan, hingga mengajak orang untuk berbuat kebaikan dalam kehidupan sehari-hari. Setelah Anda mengidentifikasi tujuan dakwah, langkah berikutnya adalah mengenali audiens target Anda. Ini adalah langkah kunci karena pesan dakwah yang efektif harus disesuaikan dengan minat, kebutuhan, dan tingkat pengetahuan audiens Anda tentang ajaran agama. Melalui riset dan pemahaman mendalam tentang audiens Anda, Anda akan dapat merancang pesan yang lebih relevan dan dapat diterima oleh mereka.

Memilih platform media sosial yang tepat juga menjadi faktor penting dalam strategi dakwah Anda. Masing-masing dari berbagai platform tersebut tentunya akan

memiliki perbedaan berdasarkan fitur unik dan audiens yang berbeda-beda. Misalnya, Instagram dan TikTok cocok untuk menjangkau generasi muda, sedangkan LinkedIn atau Facebook cocok untuk audiens yang lebih dewasa. Pilih platform yang paling sesuai dengan profil audiens.

Kualitas konten yang Anda bagikan sangat menentukan kesuksesan strategi dakwah Anda. Pastikan konten yang Anda buat informatif, inspiratif, dan edukatif. Anda dapat menggunakan berbagai format, seperti artikel, video, infografis, atau cerita pendek, yang membantu menyampaikan pesan dakwah Anda dengan jelas dan menarik bagi audiens Anda. Selalu ingat untuk memastikan bahwa konten tersebut selaras dengan nilai-nilai agama yang ingin Anda sampaikan (Wibowo, 2019).

Konsistensi dalam jadwal posting sangat penting. Dengan menetapkan jadwal yang teratur, pengikut Anda akan tahu kapan mereka bisa mengharapkan konten baru dari Anda. Hal ini membantu mempertahankan minat audiens Anda dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka. Selain itu, interaksi dengan pengikut sangat penting dalam menjalin hubungan yang baik dan membangun kepercayaan. Tanggapi komentar, pesan, dan pertanyaan dari pengikut Anda dengan sopan dan informatif. Berinteraksi dengan audiens akan membantu memperkuat hubungan Anda dengan mereka. Kolaborasi dengan tokoh agama atau komunitas yang memiliki tujuan serupa dapat memperluas jangkauan Anda. Melalui kolaborasi, Anda dapat mencapai audiens yang mungkin sulit dijangkau secara mandiri.

Pantau kinerja posting Anda secara teratur. Analisis data seperti jumlah tayangan, like, komentar, dan berbagi akan memberikan wawasan tentang konten mana yang paling efektif dan perubahan apa yang mungkin perlu Anda lakukan dalam strategi Anda. Yang tidak kalah penting adalah menjaga etika dalam berinteraksi dengan orang lain di media sosial. Hindari kontroversi, provokasi, atau konflik yang tidak perlu. Gunakan bahasa yang sopan dan santun dalam semua komunikasi Anda. Beradaptasi tentang perkembangan media sosial, tren, dan teknik pemasaran *online*. Dunia media sosial terus berubah, dan Anda perlu tetap *up to date* agar tetap relevan dalam dakwah Anda.

Terakhir, selalu ingat bahwa dakwah melalui media sosial memerlukan kesabaran dan kesungguhan. Hasilnya tidak selalu akan terlihat dalam waktu singkat, tetapi dengan dedikasi dan ketekunan, Anda dapat mempengaruhi positif banyak orang dengan pesan-pesan dakwah yang positif melalui platform ini.

Strategi Konten Dakwah

Strategi konten dakwah merupakan pendekatan yang sangat penting dalam dunia dakwah dan penyebaran pesan-pesan keagamaan. Hal ini melibatkan penggunaan berbagai bahan dan media untuk mengkomunikasikan ajaran agama kepada masyarakat. Di era digital dan media sosial saat ini, strategi konten dakwah menjadi semakin relevan dan efektif. Pentingnya strategi konten dakwah terletak pada kreativitasnya dalam menyampaikan pesan keagamaan. Termasuk di dalamnya pembuatan dan pendistribusian

teks, gambar, audio, video, dan konten multimedia lainnya yang dapat membantu menjelaskan ajaran agama dengan lebih menarik dan mudah dipahami. Konten ini perlu dirancang dengan cermat untuk menjangkau audiens target (Muhaemin, 2017).

Lebih lanjut, strategi konten dakwah hendaknya memperhatikan nilai-nilai agama dan tujuan akhir membimbing individu atau kelompok untuk mendekati ajaran agama dengan pemahaman yang mendalam. Oleh karena itu, ketika mengembangkan strategi ini, penting untuk mempertimbangkan target audiens Anda, pesan yang ingin Anda sampaikan, dan cara terbaik untuk menyajikan pesan tersebut agar dapat diterima dengan baik. Di era digital, platform media sosial dan *website* dapat menjadi wahana efektif dalam menyebarkan konten dakwah.

Dengan strategi konten dakwah yang baik, pesan-pesan keagamaan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda yang rutin berinteraksi dengan media digital. Oleh karena itu, strategi konten dakwah dapat membantu meningkatkan pemahaman keagamaan dan menginspirasi individu untuk mengamalkan agama dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan artikel "Strategi Media Dakwah Kontemporer" karya Erwan Efendi, berikut beberapa strategi konten dakwah kontemporer:

1. Memanfaatkan media baru: Di era teknologi, penting untuk menggunakan media baru untuk menyebarkan pesan dakwah. Ini termasuk media sosial, YouTube, dan aplikasi interaktif lainnya.
2. Buatlah konten yang menarik: Pesan dakwah hendaknya dikemas secara menarik agar dapat menarik perhatian generasi muda. Ini dapat mencakup vlog, infografis, meme, dan bentuk multimedia lainnya.
3. Sesuai dengan gaya hidup modern: Dakwah hendaknya disesuaikan dengan gaya hidup modern, meliputi empat aspek, yaitu hiburan, makanan, pakaian, dan kepercayaan. Pesan dakwah harus relevan dengan generasi sekarang.
4. Pakailah bermacam media: Dakwah tidak boleh terbatas pada satu jenis media saja. Penting untuk menggunakan berbagai media, termasuk konten tertulis, video, dan audio.
5. Optimalkan komunikasi: Pesan dakwah hendaknya dihasilkan secara hati-hati agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Ini mencakup konten dan simbol yang digunakan dalam pesan.

Secara keseluruhan, kunci sukses konten dakwah adalah beradaptasi dengan generasi sekarang dan menggunakan berbagai media untuk menyebarkan pesan. Dengan menggunakan konten yang menarik dan mengoptimalkan komunikasi, dakwah bisa lebih efektif menjangkau khalayak yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Metode tinjauan literatur digunakan untuk mengumpulkan dan mengkaji seluruh data dan informasi yang terkandung dalam hal studi mengenai tindakan strategis yang

diperlukan untuk mengembangkan nilai-nilai dakwah melalui sosial media. Pertama, peneliti melakukan pengamatan dan analisis fenomena-fenomena yang terjadi berkaitan dengan topik penelitian, yang dituangkan dalam model studi literatur. Kedua, data berasal dari sumber resmi dan berdasarkan data yang empiris. Ketiga, menggunakan literatur yang dikumpulkan untuk mempersempit ruang lingkup penelitian. Keempat, harus menelusuri berbagai sumber literatur untuk mendapatkan inspirasi dan solusi penelitian. Peneliti mengumpulkan informasi dari publikasi yang resmi seperti jurnal, buku dan artikel ilmiah yang mendukung penelitian. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa bahan tertulis, seperti buku, catatan, makalah, dan artikel untuk mengidentifikasi variabel yang relevan dengan penelitian. Peneliti harus memeriksa secara rinci temuan mereka dengan berkonsultasi dari beberapa perpustakaan dan menggunakan metode analisis isi, yang dipilih sebagai teknik analisis data untuk menjaga proses penelitian dan mengurangi kemungkinan ketidakakuratan data.

KESIMPULAN

Secara lebih spesifik bahwa penelitian ini dapat memberikan data, informasi, dan fakta tentang penerapan sosial media dalam strategi meningkatkan nilai dakwah. Dengan konten-konten dakwah yang menarik di sosial media diharapkan sebagai salah satu strategi dalam pengembangan nilai dakwah itu sendiri. Beberapa hal penting yang harus dipahami oleh da'i yang berdakwah di sosial media bahwa sosial media adalah platform yang sangat besar dengan jangkauan audiens yang tidak terbatas. Oleh karena itu seorang da'i harus membuat perencanaan yang matang, tujuan yang jelas, memahami audiens, serta dapat memperhatikan kualitas konten yang diberikan. Dengan demikian sosial media sebagai platform untuk mengembangkan nilai-nilai dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII, A. P. J. I. I. (2023, August 3). Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [Blogs]. *APJII*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Efendi, E. (2021). Strategi Media Dakwah Kontemporer. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, 9(2), 22. <https://doi.org/10.37064/ai.v9i2.10624>
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>
- Wibowo, A. (2019). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL*. 03(02).