



Peran Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Globalisasi

Syifa Kholish Fadhilah^{1*}, Rachela Qesya Maftuhah², Azkia Kailani Khairunnisa³, Farid Multahadi⁴

¹⁻⁴ Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

syifakholish02@upi.edu^{1*}

Alamat: Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Korespondensi penulis: syifakholish02@upi.edu

Abstract: *The religion of Islam, revealed to the Prophet Muhammad, continues to evolve over time, with Indonesia being a Muslim-majority country with a population of approximately 229.62 million people (87.2% of the total population). With the world's Muslim population projected to reach 2.2 billion by 2030, Indonesia accounts for around 13.1% of the global Muslim population. This study aims to examine the role of social media as a means of da'wah, the challenges faced, and solutions to overcome these challenges. Through a survey involving 76 respondents, it was found that the utilization of social media for Islamic da'wah content is still relatively low; the majority of respondents only occasionally search for and rarely share da'wah content. Challenges in da'wah in the era of globalization include laziness to access content, diverse preferences for preachers and methods, and the existence of invalid content. The findings suggest the need for more effective strategies to increase public interest and participation in da'wah through social media.*

Keywords: *Da'wah; Social Media; Globalization; Digital Da'wah*

Abstrak: Agama Islam, yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW, terus berkembang dari zaman ke zaman, dengan Indonesia sebagai negara mayoritas Muslim yang memiliki populasi sekitar 229,62 juta jiwa (87,2% dari total penduduk). Dengan proyeksi populasi Muslim dunia mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030, Indonesia menyumbang sekitar 13,1% dari total umat Muslim global. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial sebagai sarana dakwah, tantangan yang dihadapi, dan solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Melalui survei yang melibatkan 76 responden, ditemukan bahwa pemanfaatan media sosial untuk konten dakwah Islam masih tergolong rendah; mayoritas responden hanya kadang-kadang mencari dan jarang membagikan konten dakwah. Tantangan dalam dakwah di era globalisasi meliputi rasa malas mengakses konten, preferensi beragam terhadap pendakwah dan metode, serta keberadaan konten yang tidak valid. Temuan ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam dakwah melalui media sosial.

Kata kunci: Dakwah ; Media Sosial ; Globalisasi ; Dakwah Digital

1. LATAR BELAKANG

Agama Islam diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Ajaran Agama Islam dari zaman Nabi Muhammad SAW., hingga saat ini terus berkembang. Salah satu negara di dunia mayoritas Islam yaitu Indonesia. Tercatat data bahwa penduduk muslim Indonesia mencapai 229,62 juta jiwa (sekitar 87,2%) dari total jumlah populasi Indonesia (269,6 juta jiwa). Dengan populasi muslim dunia yang diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030 (berarti 23% populasi dunia). Maka jumlah penduduk muslim di Indonesia sekitar 13,1% dari seluruh umat muslim dunia.

Agama Islam menjadi agama dengan pemeluk terbanyak di Indonesia, dan ini tidak lepas dari peran pendakwah terdahulu, termasuk Wali Songo. Dakwah Islam menjadi kewajiban bagi setiap Muslim, agar ajaran agama islam sebagai penyempurna agama sebelumnya tersebar merata.

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 104

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

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imran/3 : 104)

Ayat tersebut menegaskan bahwa seorang Muslim diwajibkan Amar Ma'ruf Nahi Munkar, yaitu menegakkan kebenaran dan melarang keburukan dapat dikatakan “berdakwah”. Seiring perkembangan zaman, metode berceramah dianggap membosankan. Banyak jamaah yang tidak sepenuhnya mendengarkan ceramah, bahkan beberapa jamaah menggunakan media sosial di ponsel mereka.

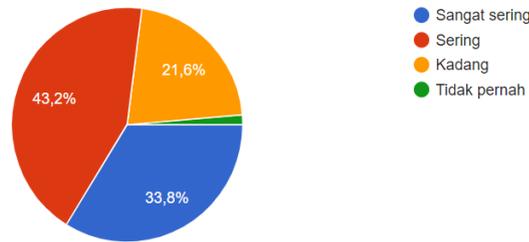
Penelitian ini untuk mengkaji lebih detail apakah media sosial ini benar benar bisa menjadi sarana dakwah, mengetahui apa saja tantangan yang dapat dihadapi saat dakwah di media sosial juga untuk mengetahui apa saja cara cara untuk mengatasi tantangan dalam dakwah di media sosial. Dengan mengetahui tantangan yang dihadapi saat berdakwah di media sosial, penulis dan pembaca dapat lebih siap dalam mengantisipasi dan menghadapi hambatan yang mungkin muncul, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan media sosial dengan etika dan tanggung jawab dalam konteks dakwah juga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan dakwah dan media sosial, serta memperluas cakupan diskusi dalam bidang ini

2. METODE PENELITIAN

Dari aspek metodologi penelitian, maka penelitian kami ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor Moleong (2012:4) metode kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. “Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2011:142). Alasan digunakan pendekatan ini. Yaitu, data yang akan diungkapkan adalah dalam bentuk pendapat, pandangan, komentar, alasan dan lain sebagainya oleh responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian melalui kuesioner, Penelitian ini mencoba memperoleh tanggapan dari para mahasiswa tentang peran media sosial dalam penyebaran nilai nilai islam di era globalisasi.

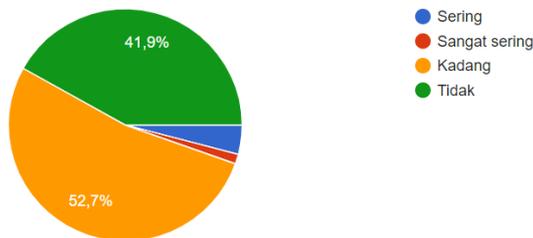
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan jumlah responden sekitar 76 orang mereka menjawab kadang melihat konten dakwah islam di media sosial. Masih sedikit sekali orang yang memanfaatkan media sosial untuk mencari konten dakwah.



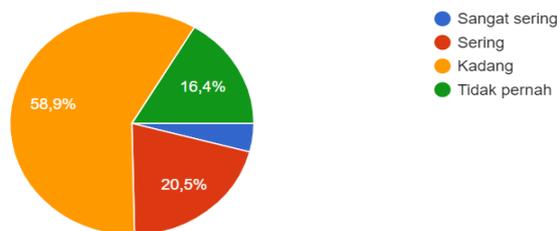
Gambar 1. Hasil persentase hubungan media sosial dengan konten dakwah

Berdasarkan penelitian kami, mayoritas responden masih belum banyak yang memanfaatkan media sosial untuk konten dakwah. Mencari konten dakwah pun kadang-kadang, apalagi upload atau share sendiri konten dakwah jarang. Berdasarkan hasil penelitian kami, didapat bahwa hanya 57,3% yang mengatakan bahwa konten dakwah di media sosial berpengaruh terhadap keseharian mereka. Namun sangat disayangkan bahwa hasil penelitian kami mengenai pertanyaan “apakah anda sering merasa malas saat membaca konten dakwah islam?”



Gambar 2. Hasil persentase malas saat membaca konten dakwah

Hasil mengatakan bahwa 52,7% sering merasa malas saat membaca konten dakwah. Hal itu dikarenakan beberapa hal, termasuk perbedaan kesukaan terhadap pendakwah serta cara penyampaiannya.



Gambar 3. Hasil persentase menemukan konten dakwah palsu

Selain itu berdasarkan hasil penelitian kami, didapati bahwa banyak orang yang sering menemukan konten dakwah palsu (tidak sesuai syari'at). Didapati sekitar 58.9% pengguna media sosial, sering menemukan konten dakwah palsu, seperti hadist palsu.

Berdasarkan penelitian kami di dapat beberapa tantangan dalam dakwah di era globalisasi.

- a. Mayoritas responden kadang merasa malas saat melihat konten dakwah
- b. Responden memiliki kesukaan tersendiri terhadap pendakwah
- c. Responden memiliki kesukaan tersendiri terhadap metode dakwah yang disampaikan pendakwah
- d. Konten dakwah palsu

Teknologi era digital dan media sosial berpengaruh terhadap cara agama disebarkan dan diakses. Dengan teknologi era digital ini membuka peluang untuk mencapai audiens lebih luas, meningkatkan keterlibatan aktif, dan meningkatkan efisiensi penyebaran ajaran agama. Media sosial kunci dalam penyebaran agama di era digitalisasi. Peran media sosial berdampak pada perubahan gaya dan pola hidup. Kemudahan interaksi sosial di masyarakat disebabkan karena adanya kemudahan berinteraksi di media sosial. Namun interaksi sosial dalam dunia nyata dapat mengalami penurunan karena manusia tidak perlu bertemu langsung untuk berkomunikasi. Oleh karena itu, media sosial telah mengubah berbagai aspek struktur sosial maupun budaya dalam masyarakat, dengan dampak positif dan negatif. Maka seharusnya media sosial bukan hanya alat komunikasi, namun juga merupakan alat pengaruh yang kuat dalam menyebarkan berbagai informasi kepada masyarakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang melibatkan 76 responden, pemanfaatan media sosial untuk konten dakwah Islam masih tergolong rendah, dengan mayoritas responden hanya kadang-kadang mencari dan jarang membagikan konten tersebut. Tantangan dalam dakwah di era globalisasi mencakup rasa malas saat mengakses konten, preferensi yang beragam terhadap pendakwah dan metode, serta keberadaan konten yang tidak valid. Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam dakwah melalui media sosial.

Dakwah, sebagai aktivitas fundamental dalam menyeru manusia kepada Allah dengan hikmah, memiliki keutamaan sebagai tugas utama para rasul, amal terbaik, dan sumber balasan yang besar bagi para da'i. Melalui dakwah, seorang Muslim tidak hanya memperkuat imannya, tetapi juga berkontribusi dalam mengangkat umat dari kegelapan menuju cahaya Islam, serta

menjadi jalan menuju "khairu ummah." Kesadaran akan keutamaan dakwah dapat memotivasi individu untuk terus terlibat meskipun menghadapi berbagai tantangan, berfungsi sebagai jembatan untuk menegakkan nilai-nilai Islam dalam masyarakat.

Media sosial sebagai sarana efektif untuk menyampaikan pesan dakwah mengakar dari praktik yang dilakukan oleh para nabi, yang menunjukkan bahwa dakwah tidak selalu harus dilakukan secara lisan. Dengan kemajuan teknologi, media sosial menawarkan aksesibilitas, jangkauan luas, dan kemudahan penyampaian informasi. Namun, tantangan seperti kurangnya ilmu dan adab di kalangan da'i, fanatisme, serta pengaruh media mainstream yang sering tidak mendukung Islam, juga perlu dihadapi. Ada risiko bahwa materi dakwah lebih berfokus pada popularitas daripada substansi agama. Secara keseluruhan, meskipun media sosial memberikan peluang besar bagi dakwah, penggunaannya harus dilakukan dengan bijak, memperhatikan etika, dan tetap fokus pada penyampaian nilai-nilai Islam.

Ucapan Terimakasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan artikel ini. Penulis menghargai dukungan dan bimbingan dari para dosen serta rekan-rekan yang telah memberikan masukan berharga selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam survei ini, sehingga data yang dibutuhkan dapat terkumpul dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua atas dukungan finansial yang telah diberikan, yang memungkinkan penelitian ini terlaksana. Semoga kontribusi semua pihak dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dakwah Islam di era modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Iryani, J., & Syam, N. (2023). Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial. *PUSAKA*, *11*(2), 359–372. <https://doi.org/10.31969/Pusaka.V11i2.1242>.
- Moleong, L. J. (2006). *A. Metode Penelitian*.
- Sodikin, A., & Solikhah, S. (2022). Peran Media Sosial Dalam Berdakwah. *Syiar / Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *2*(1), 29–40. <https://doi.org/10.54150/syiar.v2i1.55>
- Sugiyono, S. (2011). *An Analysis Of Learner Errors In Written Production Made By The Students Of SMA Negeri Colomadu (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.