
Islam Opportunities In The Era Of Globalization (Case Study Of Da'wah In Sosial Media)

Hanna Noviana¹, Muhammad Ramdani², Muhammad Mufti Najmul Umam Assondani³

Sekolah Tinggi Ilmu Adab dan Budaya Islam Riyadul 'Ulum, Tasikmalaya

hannanoviana35@gmail.com¹, daniramdani131103@gmail.com², muftinajmul19@gmail.com³

Diserahkan tanggal 11 Januari 2025 | Diterima tanggal 11 Januari 2025 | Diterbitkan tanggal 31 Maret 2025

Abstract:

This research examines the opportunities for Islam in the era of globalization, a case study of da'wah on social media. This research aims to analyze the opportunities for Islamic da'wah in the era of globalization with a focus on the use of social media as a medium for da'wah. social media itself is an effective means of spreading da'wah messages globally, the results of this research are that the opportunity for Islam in the era of globalization is that social media has a very important role, da'wah messages can be spread quickly and effectively through social media, reaching a wider audience, however, the use of social media in preaching must be wise and responsible. The research method used is a case study, by analyzing preaching content delivered through platforms such as Instagram, YouTube and TikTok. The research results show that social media can be an effective tool in conveying Islamic values creatively, interactively and easily accessible. Apart from that, the use of social media is able to reach the younger generation who make up the largest part of internet users. However, challenges such as hoaxes, disinformation and misinterpretations of Islamic teachings also require special attention. Therefore, an innovative da'wah approach is needed that is appropriate to the digital context to maximize the opportunities offered by the era of globalization.

Keywords: Islam, Globalization, Da'wah, Social media, Challenges, Opportunities

Abstrak :

Penelitian ini mengkaji peluang Islam terhadap era globalisasi dengan studi kasus dakwah dalam media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dakwah Islam dalam era globalisasi dengan fokus pada penggunaan media sosial sebagai media dakwah. Media sosial sendiri menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah secara global. Hasil dari penelitian ini yaitu peluang Islam terhadap era globalisasi, bahwa dalam media sosial memiliki peranan yang sangat penting. Pesan dakwah dapat tersebar secara cepat dan efektif serta jangkauan audiens yang lebih luas. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah harus bijak dan bertanggung jawab. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan menganalisis konten dakwah yang disampaikan melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif, interaktif, dan mudah diakses. Selain itu, penggunaan media sosial mampu menjangkau generasi muda yang menjadi bagian terbesar dari pengguna internet. Namun, tantangan seperti hoaks, disinformasi, dan interpretasi yang salah terhadap ajaran Islam juga memerlukan perhatian khusus. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang inovatif dan sesuai dengan konteks digital untuk memaksimalkan peluang yang ditawarkan era globalisasi.

Kata Kunci: *Islam, Globalisasi, Dakwah, Media sosial, Tantangan, Peluang*

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah melahirkan transformasi signifikan dalam cara orang berinteraksi dan memperoleh informasi. Era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal komunikasi, budaya, dan teknologi. Dalam konteks ini, Islam sebagai agama yang universal memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam membentuk nilai dan budaya global yang lebih baik. Salah satu bidang yang mendapat pengaruh signifikan dari globalisasi adalah dakwah, khususnya melalui media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan pesan Islam secara luas, melintasi batas geografis, budaya, dan bahasa.

Peluang dakwah melalui media sosial di era globalisasi sangat besar karena media ini memiliki jangkauan yang luas, kecepatan penyebaran informasi, dan kemampuan untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Dakwah yang dulu mungkin terbatas pada ceramah di masjid atau majelis taklim kini dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X. Dengan kemajuan teknologi, pesan-pesan dakwah dapat dikemas dalam bentuk yang lebih menarik, seperti video pendek, infografis, dan podcast, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Namun, era globalisasi juga membawa tantangan tersendiri bagi dakwah Islam. Tantangan tersebut meliputi arus informasi yang cepat dan tidak terkendali, konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, serta polarisasi masyarakat akibat penyebaran informasi yang salah. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang bijaksana dan inovatif untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam.

Dalam studi kasus ini, akan dibahas bagaimana pengaruh dan peluang dakwah Islam di media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyebarkan pesan-pesan agama yang damai dan relevan dengan konteks zaman, serta bagaimana tantangan yang ada dapat diatasi untuk menghadapi era globalisasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan literatur dengan pendekatan komparatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, yang mencakup tinjauan terhadap buku-buku, jurnal ilmiah, artikel, literatur, internet, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti. Proses ini kemudian diteruskan dengan mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Setelah itu, data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dengan menyajikan fakta-fakta atau temuan yang kemudian dievaluasi secara teoritis.

Mengingat variasi media dalam praktik dakwah melalui media sosial. Penulis memfokuskan jurnal ini pada pembahasan mengenai peluang Islam di era globalisasi dalam studi kasus di media dakwah. Dengan demikian, jurnal ini memberi wawasan mendalam mengenai penggunaan media sosial dalam konteks dakwah, dengan dukungan teori dan referensi relevan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Islam dalam Media Sosial

Begitu besar peran media sosial dalam kehidupan masyarakat Muslim saat ini, memberikan peluang besar bagi umat Islam dan secara umum masyarakat non-Muslim untuk mencapai dan berinteraksi dengan khalayak yang lebih luas. Menghadapi kemajuan teknologi media yang semakin canggih, dibutuhkan strategi dan langkah-langkah khusus yang dapat diambil oleh umat Islam. Beberapa di antaranya adalah:

Pertama, dalam lingkungan umat Islam, sangat penting untuk memiliki keinginan kuat untuk mengubah paradigma dakwah dari yang bersifat tradisional menuju pendekatan digital. Hal ini dikarenakan hakikat dakwah tidak sekadar berupa ceramah atau mengisi pengajian dan halaqah dengan jumlah pendengar yang terbatas semata. Dakwah seharusnya merupakan suatu proses transformasi yang melibatkan berbagai kegiatan yang dapat memberikan pemahaman untuk mengubah paradigma dakwah dari yang bersifat tradisional menuju pendekatan digital.

Kedua, umat Islam saat ini perlu benar-benar berani untuk melakukan ijtihad fiqh, khususnya dalam meluaskan penggunaan dan pemanfaatan media dakwah, mulai dari media elektronik, media cetak, internet, hingga media personal dan jenis media lainnya.

2. Peluang Dakwah Islam di Media Sosial

Kata “optimalisasi” berasal dari kata “optimal” yang artinya terbaik atau tertinggi. Optimalisasi merujuk pada pada usaha atau langkah-langkah untuk membuat sesuatu mencapai tingkat yang paling baik atau tertinggi. Proses optimalisasi melibatkan langkah-langkah untuk meningkatkan atau menjadikan suatu hal menjadi yang paling tinggi.

Dalam konteks kajian ini, optimalisasi merujuk pada usaha, langkah, atau metode yang digunakan untuk meningkatkan penyampaian dakwah agar dapat diterima secara lebih luas dan cepat. Melalui optimalisasi, efektivitas dakwah dapat ditingkatkan, baik dari segi waktu, biaya, maupun prosesnya. Dengan menerapkan optimalisasi dalam penyampaian dakwah, diharapkan pesan dakwah dapat lebih efisien dan efektif dalam mencapai tujuannya.

Langkah optimalisasi dalam penyampaian dakwah dapat diwujudkan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dakwah dan teknologi memiliki keterkaitan erat, terutama dalam konteks dakwah kontemporer yang lebih mudah diterima oleh masyarakat modern. Pemanfaatan TIK dalam dakwah melibatkan penggunaan berbagai alat dan platform digital, seperti media sosial, situs web, aplikasi mobile, dan lainnya. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih efektif dan luas, mencapai audiens yang lebih besar dan beragam.

Dakwah melalui teknologi tidak hanya mempermudah penyebaran pesan, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih aktif antara penceramah dan audiens. Melalui fitur komentar, obrolan langsung, atau forum daring, masyarakat dapat berpartisipasi dalam diskusi dan bertanya

tentang materi dakwah. Dengan demikian, menggabungkan dakwah dengan teknologi informasi dan komunikasi menjadi langkah yang cerdas untuk mengoptimalkan penyampaian pesan agama, sesuai dengan dinamika kehidupan masyarakat modern yang cenderung terhubung secara digital. Media Sosial memiliki sejumlah ciri-ciri khas, di antaranya adalah:

a) Akses untuk banyak orang, pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya ditujukan untuk satu individu saja, tetapi dapat mencapai banyak orang secara bersamaan. Dengan demikian, media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat.

b) Tidak melalui Gatekeeper, dalam media sosial, pesan dapat disampaikan tanpa harus melalui penyaringan dari pihak tertentu, yang disebut sebagai gatekeeper. Pengguna memiliki kebebasan untuk menyampaikan pesan secara langsung tanpa adanya hambatan dari pihak ketiga.

c) Kecepatan penyebaran pesan, media sosial cenderung memungkinkan penyebaran pesan dengan cepat. Berbagai informasi dapat tersebar luas dalam waktu yang relatif singkat, memungkinkan respons dan mempunyai nilai yang tinggi dalam suatu konsep.

Salah satu metode yang paling populer adalah penggunaan konten video pendek. Platform seperti TikTok dan Instagram Reels menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam durasi singkat. Video berdurasi 15-60 detik dapat mencakup kutipan hadits, doa harian, atau motivasi Islami yang mudah dipahami dan menarik perhatian generasi muda. Metode ini sangat efektif karena audiens cenderung lebih tertarik pada konten yang padat, visual, dan mudah dicerna. Selain itu, fitur algoritma platform seperti TikTok dapat meningkatkan visibilitas konten dakwah kepada audiens yang lebih luas.

Metode lain yang banyak digunakan adalah siaran langsung melalui Facebook Live, YouTube Live, atau Instagram Live. Metode ini memungkinkan da'i untuk berinteraksi langsung dengan audiens dalam waktu nyata, misalnya menjawab pertanyaan atau berdiskusi tentang topik tertentu. Siaran langsung ini juga memberikan kesan personal dan mendalam, mirip dengan ceramah tatap muka, namun dengan jangkauan yang jauh lebih luas.

Penelitian menunjukkan bahwa siaran langsung memiliki keunggulan dalam menciptakan kedekatan antara da'i dan audiens, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan audiens. Selain video, infografis juga menjadi metode yang efektif untuk berdakwah di media sosial. Infografis memungkinkan penyampaian informasi agama secara visual, ringkas, dan menarik. Misalnya, seorang da'i dapat membuat infografis tentang tata cara salat, manfaat berpuasa, atau kandungan makna ayat Al-Qur'an. Infografis ini biasanya disebar di platform seperti Instagram dan Pinterest, yang sangat mendukung konten berbasis visual. Dengan desain yang menarik, audiens lebih mudah memahami dan mengingat pesan yang disampaikan. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga memerlukan pendekatan strategis dan terencana. Para da'i perlu memahami algoritma setiap platform, seperti waktu terbaik untuk mengunggah konten, jenis konten yang disukai audiens, dan cara meningkatkan interaksi. Selain itu, penting untuk memanfaatkan fitur-fitur seperti tagar (hashtag), kolaborasi dengan influencer, dan promosi

berbayar untuk meningkatkan jangkauan konten dakwah. Dengan pendekatan ini, pesan keagamaan dapat lebih mudah ditemukan dan diterima oleh audiens.

3. Tantangan Dakwah

Dakwah di era modern harus menghadapi tantangan dari pesatnya perkembangan teknologi. Proses berdakwah perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang terus berkembang dengan cepat. Dalam konteks ini, dakwah dituntut untuk dapat diakses dengan cepat dan menyajikan konten yang menarik, terutama dalam bentuk digital. Era modern, yang dominan dalam penggunaan internet, menuntut pendekatan dakwah yang dapat mengikuti tren media modern dan aktivitas sehari-hari yang cenderung menggunakan teknologi. Kajian tentang era modern menjadi sangat penting, khususnya untuk menentukan pendekatan dakwah yang dapat mencapai kesuksesan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Salah satu tantangan lainnya adalah dakwah di media sosial harus bersaing dengan konten hiburan yang lebih menarik bagi pengguna, terutama generasi muda. Lalu berita palsu atau hoaks juga menjadi tantangan tersendiri, karena banyak hoaks yang tersebar di media sosial, termasuk yang berkaitan dengan agama.

SIMPULAN

Pendekatan dakwah saat ini tidak lagi cukup dengan metode konvensional. Perkembangan teknologi yang semakin cepat menuntut penyesuaian dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Dakwah harus lebih optimal disampaikan melalui media sosial, terutama mengingat generasi milenial lebih cenderung menggunakan aplikasi yang bersifat interaktif, seperti WhatsApp. Oleh karena itu, para da'i disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal guna mencapai audiens yang lebih luas, sehingga pesan dakwah dapat terserap dengan lebih baik. Dengan memanfaatkan media sosial, dakwah dapat diadaptasi ke dalam format yang lebih sesuai dengan preferensi dan gaya hidup generasi milenial. Aplikasi seperti WhatsApp, yang memungkinkan interaksi langsung dan cepat, dapat menjadi alat efektif dalam menyebarkan pesan dakwah. Para penceramah atau da'i dapat berinteraksi dengan mad'u secara langsung, menyampaikan pesan dakwah, dan merespons pertanyaan atau diskusi dengan lebih dinamis. Pemanfaatan media sosial dalam dakwah menjadi suatu langkah strategis untuk menjembatani kesenjangan antara metode konvensional dengan preferensi komunikasi generasi milenial yang lebih digital. Dengan demikian, pesan-pesan keagamaan dapat tetap relevan dan dapat disampaikan dengan cara yang lebih efektif kepada generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 1997. Psikologi Dakwah Islam. Jakarta: Bumi Aksara
- Faisol M. 2017. Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagaman Santri. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2):37-51
- Habibi M. 2018. Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12(1):101-116
- Khumaedi T., dan S. Fatimah. 2019. Urgensi dakwah melalui media sosial. *Jurnal Al Mubin*, 2(2):106-113
- Mulyana D. 2005. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya

- Paramitha, C. R. P. 2011. Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner. Tesis. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rafi'udin, dan M.A. Djaliel. 1997. Prinsip dan Strategi Dakwah. Bandung: Pustaka Setia
- Sadly E. 2018. Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis, 3(2):44-50
- Saputra W. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: Rajawali Press