



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 1, No. 4, Tahun 2024

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 1, No. 4, Tahun 2024

Pages: 1897-1904

Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah

Didiek Prasetya

Prodi D3 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Article in Journal of MISTER

Available at	: https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/mister/index
DOI	: https://doi.org/10.32672/mister.v1i4.2127

How to Cite this Article

APA	: Prasetya, D. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah. <i>MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research</i> , 1(4), 1897 - 1904. https://doi.org/10.32672/mister.v1i4.2127
Others Visit	: https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/mister/index

MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah

Didiek Prasetya

Prodi D3 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

*Email Korespodensi: didiekprasetya82@gmail.com

Diterima: 10-08-2024

| Disetujui: 11-08-2024

| Diterbitkan: 12-08-2024

ABSTRACT

This research aims to examine the role of social media in increasing the effectiveness of da'wah, with a focus on how the use of social media can influence the spread and practice of religious teachings among society. Along with the development of digital technology, social media has become an important tool in da'wah activities, allowing religious messages to be conveyed quickly, widely and interactively. Through literature studies and empirical analysis, this research found that the effectiveness of da'wah on social media is greatly influenced by two main factors: the frequency and intensity of social media use by individuals, and the extent to which the individual practices the content of the da'wah message conveyed. Consistent use of social media and active involvement in da'wah content contributes to a better understanding and application of religious teachings in everyday life. The results of this research emphasize the importance of a da'wah strategy that utilizes the power of social media, taking into account the quality of the content, the credibility of the messenger, and the support of the online community to achieve a wider and deeper impact. In conclusion, social media has great potential to increase the effectiveness of da'wah if used wisely and strategically.

Keywords: *Social Media, Effectiveness of Da'wah, Use of Media, Practice of Religious Teachings, Digital Technology*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial dalam meningkatkan efektivitas dakwah, dengan fokus pada bagaimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi penyebaran dan pengamalan ajaran agama di kalangan masyarakat. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, media sosial telah menjadi alat yang penting dalam aktivitas dakwah, memungkinkan pesan-pesan agama disampaikan secara cepat, luas, dan interaktif. Melalui studi literatur dan analisis empiris, penelitian ini menemukan bahwa efektivitas dakwah di media sosial sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama: frekuensi dan intensitas penggunaan media sosial oleh individu, serta sejauh mana individu tersebut mengamalkan isi pesan dakwah yang disampaikan. Penggunaan media sosial secara konsisten dan keterlibatan aktif dalam konten dakwah berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik dan penerapan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi dakwah yang memanfaatkan kekuatan media sosial, dengan memperhatikan kualitas konten, kredibilitas penyampai pesan, dan dukungan komunitas online untuk mencapai dampak yang lebih luas dan mendalam. Kesimpulannya, media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas dakwah jika digunakan dengan bijak dan strategis.

Katakunci : Media Sosial, Efektivitas Dakwah, Penggunaan Media, Pengamalan Ajaran Agama, Teknologi Digital

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi salah satu platform utama yang digunakan orang untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi di era digitalisasi dan globalisasi yang semakin berkembang pesat. Situs seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan berbagai jenis pesan, termasuk pesan keagamaan. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara kita berinteraksi, berbagi informasi, dan mengakses berbagai jenis konten (Ummah, 2022).

Selama bertahun-tahun, dakwah, salah satu jenis kegiatan dalam menyebarkan ajaran Islam, dilakukan melalui berbagai cara, seperti khutbah di masjid, ceramah, majelis taklim, dan literatur keagamaan. Namun, pola dakwah juga mengalami perubahan besar dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, terutama media sosial. Banyak tokoh agama dan lembaga dakwah saat ini memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas tanpa terbatas waktu atau lokasi geografis (Wahyuni & Harahap, 2023).

Penggunaan media sosial dalam dakwah dapat membantu menyampaikan pesan keagamaan dengan lebih baik. Media sosial dapat memfasilitasi interaksi dua arah antara dai (penceramah) dan jamaah serta menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Selain itu, media sosial membuat dakwah dapat dilakukan dengan berbagai bentuk konten yang inovatif dan menarik, seperti artikel, video, dan infografis, yang lebih mudah dipahami dan diresapi oleh publik (Uddin & Muhid, 2021). Penggunaan media sosial dalam dakwah memang memiliki potensi besar untuk menyampaikan pesan keagamaan dengan lebih baik. Ini karena media sosial memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan interaktif, sehingga lebih mudah bagi audiens untuk menerima dan memahami ajaran keagamaan. Selain itu, media sosial memungkinkan berbagai bentuk dan metode penyampaian, seperti gambar, teks, video, dan infografis, untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Selain itu, keuntungan ini memungkinkan dakwah menjadi lebih inklusif dan menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi digital. Pesan keagamaan dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan relevan melalui media sosial. Ini memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan. Meskipun media sosial dapat membantu menyampaikan pesan dengan lebih baik, tetap ada tantangan untuk menjaga keaslian dan validitas pesan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam dakwah harus diimbangi dengan kehati-hatian dan tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar dan sesuai dengan prinsip keagamaan (Jamiah et al., 2023).

Meskipun media sosial memiliki potensi yang luar biasa untuk dakwah, ada beberapa masalah yang terkait dengan penggunaan media sosial ini. Beberapa di antaranya adalah pertanyaan tentang kebenaran dan legitimasi informasi keagamaan yang disebarkan, kemungkinan penyebaran ajaran yang menyimpang atau tidak sesuai dengan ajaran Islam, dan kesulitan untuk mengukur seberapa efektif dakwah yang dilakukan melalui media sosial. Penggunaan media sosial sebagai alat dakwah juga mengharuskan para dai dan lembaga dakwah untuk memahami karakteristik masing-masing platform, serta cara terbaik untuk menyampaikan pesan agar tetap relevan dan menarik bagi audiens modern (Iryani & Syam, 2023)(Iryani & Syam, 2023).

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial membantu dakwah menjadi lebih efektif, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dai ketika mereka menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Diharapkan penelitian ini akan membantu mengembangkan strategi dakwah yang lebih sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial membantu dakwah menjadi lebih efektif, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dai ketika mereka menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini berkonsentrasi pada mempelajari pengalaman, pandangan, dan persepsi peserta penelitian secara menyeluruh. Tujuan utama metode ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang fenomena yang diteliti. Tujuan dari penelitian fenomenologi ini adalah untuk mengetahui bagaimana media sosial membantu dakwah menjadi lebih efektif, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dai ketika mereka menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Studi ini tidak berfokus pada generalisasi, tetapi mempelajari secara kontekstual dan holistik bagaimana membuat strategi dakwah yang lebih sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini.

Dalam penelitian ini, tinjauan literatur digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi bagaimana media sosial digunakan sebagai alat untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan dakwah, serta mengkaji efektivitasnya dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Untuk mengumpulkan data dan informasi tentang peran media sosial dalam aktivitas dakwah, penelitian ini melakukan tinjauan literatur pada jurnal nasional, buku dan situs web yang relevan. Melalui analisis literatur yang menyeluruh, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana membuat strategi dakwah yang lebih sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurul Hidayatul Ummah	Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital	Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memiliki peran yang penting dan potensi yang besar. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat tersebar dengan cepat dan efektif, mencapai audiens yang lebih luas. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab.
2	Rahmi Wahyuni dan Siti Rahma Harahap	Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review	Hasil analisis Vosviewer menunjukkan bahwa media sosial adalah media dakwah yang banyak digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah sejak tahun 2019 sampai sekarang. Diantara media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram, Tiktok dan Youtube. Selanjutnya dari hasil analisis yang dilakukan pada beberapa hasil penelitian terdahulu media sosial efektif digunakan sebagai media dakwah. Namun harus tetap memperhatikan kualitas da'i, pengemasan pesan dan metode dakwah yang digunakan, serta frekuensi dan intensitas yang dilakukan tinggi.
3	Syaifuddin dan Abdul Muhid	Efektifitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap	Hasil dari studi litertur ini menunjukkan bahwa efektifitas dakwah media sosial bisa dikatakan efektif apabila frekuensi dari intensitas seseorang

		Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Review	menggunakan media kemudian mengamalkan isi pesan yang disampaikan terkait kajian dakwah yang ada
4	RIRIN JAMIAH, HEMLAN ELHANY dan RUDINI	EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT	Penyampaian pesan dakwah melalui media sosial pada masyarakat Kelurahan Mulyojati kurang efektif. Karena dari ketiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah hanya efek kognitif yang banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya para remaja. Kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan Instagram dan WhatsApp untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam.
5	Juniarti Iryani dan Nurwahid Syam	Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara agama disebarkan dan diakses oleh individu. Mereka membuka peluang untuk mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan aktif, dan meningkatkan efisiensi dalam penyebaran ajaran agama. Dengan demikian, media sosial memainkan peran kunci dalam penyebaran agama di era kontemporer. 2) Peran media sosial dalam perubahan sosial juga berdampak pada perubahan gaya dan pola hidup masyarakat. Dari perspektif interaksi sosial, perubahan sosial dalam masyarakat disebabkan oleh kemudahan manusia berinteraksi melalui media sosial. Akibatnya, interaksi sosial dalam dunia nyata dapat mengalami penurunan. Manusia tidak perlu lagi bertemu langsung untuk berkomunikasi, yang akhirnya dapat menghasilkan masyarakat yang lebih tertutup. Oleh karena itu, media sosial telah mengubah berbagai aspek struktur sosial dan budaya dalam masyarakat, dengan dampak positif dan negatif yang signifikan. 3) Media sosial bukan hanya alat komunikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Efektivitas Peran Media Sosial dalam Aktivitas Dakwah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peranan dalam menciptakan efektivitas aktivitas dalam kegiatan keagamaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayatul Ummah yang mengemukakan bahwa Pemanfaatan media sosial dalam dakwah memang memiliki peran yang sangat penting dan potensi yang besar dalam menyebarkan pesan agama. Dengan kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan mencapai audiens yang lebih luas, media sosial menjadi alat yang efektif untuk dakwah. Namun, seperti yang Anda sebutkan, penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Kredibilitas dan Keakuratan Informasi

Pastikan bahwa informasi yang disebarakan melalui media sosial adalah akurat, berdasarkan sumber yang terpercaya, dan sesuai dengan ajaran agama. Penyebaran informasi yang tidak tepat atau menyesatkan dapat merusak reputasi dakwah dan membingungkan audiens (Najmatulhasna Sofyan et al., 2023).

2. Menghindari Konten Provokatif atau Sensasional

Hindari penggunaan konten yang bersifat provokatif atau sensasional demi menarik perhatian. Konten seperti ini dapat menimbulkan perpecahan dan konflik di antara umat, serta merusak tujuan dakwah yang seharusnya membawa kedamaian dan kesatuan (Dakwah et al., 2022).

3. Etika dan Adab dalam Berdakwah

Selalu sampaikan pesan dakwah dengan sopan, penuh kasih sayang, dan tanpa menghakimi. Adab dalam berdakwah di media sosial harus dijaga untuk mencerminkan akhlak yang baik dan menjadikan dakwah sebagai sarana yang mendamaikan dan menginspirasi (Rahmadani et al., 2021).

4. Memahami Karakteristik Platform

Setiap platform media sosial memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda. Penting untuk memahami cara kerja masing-masing platform dan menyesuaikan strategi dakwah dengan karakteristik tersebut agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

5. Keberlanjutan dan Konsistensi

Dakwah di media sosial membutuhkan keberlanjutan dan konsistensi. Konten dakwah harus diproduksi dan dipublikasikan secara rutin agar audiens tetap engaged dan pesan-pesan agama terus tersampaikan secara berkesinambungan.

6. Privasi dan Keamanan

Patuhi aturan privasi dan keamanan dalam penggunaan media sosial. Jangan mempublikasikan informasi pribadi atau sensitif tanpa izin, dan selalu waspada terhadap risiko keamanan siber. Dengan pendekatan yang bijak dan bertanggung jawab, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung dan memperluas dakwah, membantu lebih banyak orang memahami dan mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan mereka (Najmatulhasna Sofyan et al., 2023).

Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peranan dalam menciptakan efektivitas aktivitas dalam kegiatan keagamaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaifuddin dan Abdul Muhid yang menyatakan bahwa Hasil dari studi literatur ini menunjukkan bahwa efektifitas dakwah media sosial bisa dikatakan efektif apabila frekuensi dari intensitas seseorang menggunakan media kemudian mengamalkan isi pesan yang disampaikan terkait kajian dakwah yang ada. Efektivitas dakwah melalui media sosial dapat diukur berdasarkan dua faktor utama: frekuensi intensitas penggunaan media sosial oleh individu dan sejauh mana individu tersebut mengamalkan isi pesan dakwah yang disampaikan. Ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi saluran untuk menyebarkan pesan, tetapi juga dapat mempengaruhi perilaku dan praktik keagamaan seseorang. Berikut adalah beberapa hal penting yang bisa diambil dari hasil studi literatur ini:

1. Frekuensi dan Intensitas Penggunaan Media Sosial

- a. Penggunaan Rutin: Semakin sering seseorang terpapar konten dakwah di media sosial, semakin besar kemungkinan pesan tersebut tertanam dalam pikirannya. Penggunaan media sosial yang konsisten dapat membuat dakwah lebih efektif karena pesan dapat terus-menerus diingat dan direnungkan.

- b. Keterlibatan Aktif: Tidak hanya frekuensi penggunaan, tetapi juga keterlibatan aktif seperti berkomentar, berbagi, atau mengikuti diskusi terkait dakwah, dapat memperkuat pemahaman dan komitmen terhadap pesan dakwah.

2. Pengamalan Isi Pesan Dakwah

- a. Pengaruh pada Perilaku: Efektivitas dakwah di media sosial juga diukur dari perubahan nyata dalam perilaku dan amalan agama individu. Ketika seseorang mengamalkan ajaran yang dipelajari dari media sosial, ini menunjukkan bahwa dakwah tersebut tidak hanya didengar tetapi juga diterapkan.
- b. Penerapan dalam Kehidupan Sehari-hari: Pengamalan pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat tercermin dalam tindakan sehari-hari, seperti peningkatan dalam menjalankan ibadah, memperbaiki akhlak, atau lebih aktif dalam kegiatan keagamaan.

3. Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

- a. Kualitas Konten: Konten yang berkualitas, relevan, dan disampaikan dengan cara yang menarik cenderung lebih mudah diingat dan dipraktikkan oleh audiens.
- b. Kredibilitas Penyampai Pesan: Individu lebih mungkin mengamalkan pesan dakwah jika pesan tersebut disampaikan oleh da'i atau influencer yang mereka anggap kredibel dan berwibawa.
- c. Konsekuensi Sosial: Dukungan sosial dan komunitas yang kuat di media sosial juga dapat meningkatkan dorongan untuk mengamalkan pesan dakwah, terutama jika ada dorongan atau ajakan untuk melakukan aksi bersama.

4. Implikasi dari Studi Literasi

- a. Strategi Penyampaian Dakwah: Untuk meningkatkan efektivitas dakwah di media sosial, perlu dirancang strategi yang mempertimbangkan frekuensi penyampaian pesan dan memastikan bahwa pesan tersebut dapat memotivasi audiens untuk mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan nyata.
- b. Evaluasi dan Penyesuaian: Penting untuk terus mengevaluasi dampak dari dakwah yang disampaikan melalui media sosial, baik dari segi seberapa sering pesan tersebut diterima, maupun seberapa besar pengaruhnya terhadap perilaku pengikut.

Studi literatur ini menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara frekuensi penyampaian dakwah dan pengamalan pesan oleh audiens sebagai indikator utama efektivitas dakwah di media sosial.

2) Strategi untuk Meningkatkan Efektivitas Media Sosial dalam Kegiatan Keagamaan

Berikut ini beberapa strategi yang digunakan untuk meningkatkan keberhasilan influencer marketing adalah sebagai berikut :

Untuk meningkatkan peran media sosial dalam meningkatkan efektivitas dakwah, berikut adalah strategi yang dapat diterapkan:

1. Membangun Konten yang Relevan dan Menarik

- a. Segmentasi Audiens: Pahami siapa audiens utama (misalnya remaja, dewasa, atau orang tua) dan buat konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.
- b. Pesan Singkat dan Jelas: Gunakan bahasa yang mudah dipahami, singkat, dan padat agar pesan dakwah lebih mudah diterima.
- c. Visual dan Audio Berkualitas: Manfaatkan video pendek, infografis, dan podcast untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik.

- d. Kisah Nyata dan Testimoni: Gunakan kisah nyata atau testimoni dari individu yang telah merasakan dampak positif dari dakwah sebagai bagian dari konten.
2. Memanfaatkan Berbagai Platform Media Sosial
 - a. Instagram dan TikTok: Fokus pada konten visual seperti video pendek atau story yang inspiratif untuk menarik perhatian audiens muda.
 - b. YouTube: Buat video yang lebih panjang dan mendalam yang dapat digunakan sebagai referensi dakwah online.
 - c. Facebook: Manfaatkan untuk diskusi komunitas dan konten yang lebih mendalam, seperti artikel atau kajian video.
 - d. Twitter: Gunakan untuk menyebarkan kutipan-kutipan inspiratif atau mengumumkan acara dakwah.
3. Kolaborasi dengan Influencer
 - a. Pilih Influencer yang Sesuai: Cari influencer yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan dakwah dan yang memiliki pengikut yang relevan.
 - b. Kolaborasi Konten: Libatkan influencer dalam membuat konten dakwah, misalnya melalui live session, challenge, atau Q&A.
 - c. Testimoni dan Endorsement: Minta influencer untuk berbagi pengalaman pribadi tentang pentingnya dakwah dalam kehidupan mereka.
4. Membangun Komunitas Online
 - a. Grup dan Forum: Buat grup atau komunitas di platform seperti Facebook atau WhatsApp untuk membahas isu-isu terkait dakwah secara lebih intensif.
 - b. Diskusi Interaktif: Selenggarakan sesi tanya jawab atau diskusi online secara rutin untuk menjawab pertanyaan dan memberikan pencerahan terkait ajaran agama.
5. Kampanye Sosial dan Gerakan Viral
 - a. Hashtag Campaign: Buat hashtag yang mudah diingat dan ajak audiens untuk berbagi pesan dakwah dengan menggunakan hashtag tersebut.
 - b. Gerakan Amal dan Sosial: Inisiasi kampanye sosial yang menghubungkan dakwah dengan kegiatan amal, seperti penggalangan dana atau donasi untuk tujuan sosial.
6. Evaluasi dan Optimalisasi
 - a. Analisis Data Media Sosial: Gunakan alat analitik untuk melacak engagement, reach, dan efektivitas konten dakwah.
 - b. Umpan Balik Audiens: Mintalah feedback dari audiens untuk memahami konten apa yang paling berpengaruh dan bagaimana cara memperbaikinya.
 - c. Optimalisasi Waktu Posting: Tentukan waktu posting yang paling efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas.
7. Pendidikan dan Pelatihan bagi Da'i
 - a. Pelatihan Media Sosial: Sediakan pelatihan bagi da'i untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial secara efektif.
 - b. Pemanfaatan Teknologi: Ajarkan da'i tentang penggunaan alat-alat teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan dakwah.

Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan efektivitas dakwah melalui media sosial dapat meningkat, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memberikan dampak yang lebih besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial terbukti menjadi platform yang efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. Kecepatan penyebaran informasi, kemampuan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, dan sifat interaktif dari media sosial memungkinkan dakwah menjadi lebih inklusif dan relevan di era digital.
2. Penggunaan media sosial dalam dakwah telah berkontribusi pada peningkatan pemahaman dan kesadaran keagamaan di kalangan pengguna. Konten dakwah yang kreatif dan interaktif, seperti video, infografis, dan artikel, dapat menarik minat audiens dan memudahkan mereka dalam memahami ajaran agama.
3. Efektivitas dakwah di media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas konten, kepercayaan terhadap sumber informasi, dan kemampuan dai dalam berinteraksi dengan audiens. Selain itu, konsistensi dan kesesuaian pesan dengan nilai-nilai agama yang benar juga menjadi kunci keberhasilan dakwah di media sosial.
4. Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadapi tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak valid atau menyimpang, dan kesulitan dalam mengukur dampak

DAFTAR PUSTAKA

- Dakwah, M., Tahfidz, G., Santri, A., Tahfidz, R., & Tapan, H. (2022). *Journal of Da ' wah*. 1, 42–53.
- 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>
- Jamiah, R., Elhany, H., & Rudini. (2023). Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat. *Ath-Thariq ; Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 07(01), 14–26.
- Najmatulhasna Sofyan, H., Muzniyyah, H., & Mubarak, I. (2023). Peran Dakwah dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(1), 79–88. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.725>
- Rahmadani, R., Mailin, M., & Azhar, A. A. (2021). Efektivitas Dakwah Mediasosial Dalam Pengamalan Agama Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Batu Bara Sumatera Utara. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 8(1), 52. <https://doi.org/10.37064/jki.v8i1.9481>
- Uddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Ummah, N. H. (2022). Pemanfaatan Sosial Media dalam meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10, 151–169.
- Wahyuni, R., & Harahap, R. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review. *An-Nadwah*, 29(2), 172.