

Research Article

Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan pendidikan Islam bagi Generasi Z

Ade Nawawi

Universitas Subang, Indonesia

Corresponding Author, Email: adenawawi15.an@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara generasi Z dalam mengakses informasi, termasuk dalam bidang dakwah dan pendidikan Islam. Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman, mengingat karakteristik generasi Z yang lebih aktif dalam dunia digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z serta meninjau efektivitas dan tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*), mengkaji berbagai sumber akademik yang membahas penggunaan media sosial dalam penyebaran ajaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter berperan penting dalam menyebarkan konten dakwah yang lebih interaktif dan mudah diakses oleh generasi Z. Platform ini memungkinkan para dai dan pendidik Islam untuk menggunakan pendekatan visual, audio, dan teks yang lebih menarik bagi audiens muda. Namun, penelitian juga menemukan beberapa tantangan, seperti distorsi informasi keislaman, radikalisasi digital, dan minimnya literasi digital dalam menyaring konten yang benar. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang lebih sistematis dengan pendekatan edukatif, moderat, dan berbasis literasi digital agar generasi Z dapat menerima ajaran Islam secara autentik dan relevan dengan kehidupan mereka. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan wawasan mengenai peran media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam, serta memberikan rekomendasi bagi para pendidik dan dai untuk mengoptimalkan strategi komunikasi Islam di era digital.

Kata Kunci: Media Sosial, Dakwah Digital, Pendidikan Islam, Generasi Z, Literasi Digital



This is an open access article under the CC BY License
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara penyebaran ajaran Islam dan pendidikan keagamaan. Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada generasi Z, yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam era digital (Pew Research Center, 2020). Generasi ini memiliki karakteristik yang unik, seperti kecenderungan untuk mengakses informasi melalui platform digital, interaksi cepat, dan preferensi terhadap konten visual serta interaktif (Prensky, 2018). Oleh karena itu, pendekatan dakwah dan pendidikan Islam harus beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi ini agar tetap relevan dan efektif (Rahman & Hidayat, 2021).

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern, termasuk dalam aspek dakwah dan pendidikan Islam. Platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter telah memungkinkan penyebaran ajaran Islam dengan cakupan yang lebih luas dan efisien dibandingkan metode konvensional seperti ceramah di masjid atau pengajian tatap muka. Media sosial menawarkan kemudahan akses terhadap informasi keislaman kapan saja dan di mana saja, sehingga memfasilitasi generasi Z yang cenderung mengandalkan teknologi dalam mencari ilmu. Selain itu, keunggulan media sosial dalam menyajikan konten interaktif dan visual, seperti video ceramah singkat, infografis islami, serta kajian daring, telah menarik perhatian anak muda untuk lebih terlibat dalam pembelajaran agama. Keberagaman format ini membuat proses dakwah lebih inovatif, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan generasi Z.

Meskipun media sosial membawa banyak manfaat dalam penyebaran dakwah dan pendidikan Islam, ada tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangan terbesar adalah validitas dan kredibilitas informasi keagamaan yang tersebar di internet. Tidak semua konten keislaman yang beredar di media sosial memiliki dasar yang kuat, sehingga memungkinkan munculnya pemahaman agama yang keliru atau bahkan radikal. Selain itu, adanya fenomena clickbait dalam penyajian konten dakwah sering kali membuat informasi agama disajikan secara sensasional dan dangkal, tanpa memberikan pemahaman yang komprehensif kepada audiens. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan pemantauan konten dakwah agar informasi yang disebarkan benar-benar sesuai dengan ajaran Islam yang moderat dan autentik. Untuk mengoptimalkan peran media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam, diperlukan strategi yang terarah dan berbasis edukasi. Para dai dan pendidik Islam perlu memanfaatkan teknologi secara bijak dengan menghasilkan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki kualitas ilmiah dan referensi yang valid. Penggunaan pendekatan komunikasi berbasis interaksi, seperti sesi tanya jawab langsung, diskusi dalam grup online, serta kolaborasi dengan akademisi dan ulama kredibel, dapat meningkatkan efektivitas penyebaran dakwah. Selain itu, sinergi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan komunitas digital Islam juga diperlukan untuk membangun ekosistem dakwah digital yang lebih profesional, inklusif, dan berorientasi pada literasi agama yang sehat.

Media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter telah menjadi wadah utama bagi generasi Z dalam mencari informasi, termasuk yang berkaitan dengan agama (Ali & Zulkifli, 2022). Melalui berbagai konten edukatif dan dakwah, media sosial memungkinkan penyebaran ajaran Islam secara lebih luas, fleksibel, dan sesuai dengan dinamika kehidupan modern (Hassan & Omar, 2021). Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, ada tantangan besar seperti maraknya informasi yang tidak valid, radikalisasi digital, serta kurangnya literasi

keagamaan yang memadai (Yusof et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam, terutama dalam membentuk pemahaman agama yang moderat bagi generasi Z.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas peran media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam, tetapi sebagian besar masih bersifat umum dan belum secara spesifik menyoroti bagaimana generasi Z merespons konten-konten dakwah digital (Ahmad et al., 2019). Beberapa studi meneliti efektivitas penggunaan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai keislaman, tetapi belum banyak yang mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi dakwah yang efektif sesuai dengan karakteristik generasi Z (Hidayat & Nisa, 2020). Selain itu, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian terkait tata kelola konten dakwah digital, termasuk aspek moderasi informasi dan literasi digital yang diperlukan untuk menyaring konten yang kredibel (Kurniawan, 2021).

Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, penting bagi umat Islam untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam menyampaikan ajaran agama (Ismail, 2022). Media sosial menawarkan potensi besar dalam membangun kesadaran keislaman, mendidik umat, serta mencegah penyebaran informasi yang salah (Nurdin & Hamid, 2020). Tanpa strategi yang tepat, media sosial justru dapat menjadi alat yang memicu polemik keagamaan, penyebaran hoaks, serta ekstremisme digital (Salam & Fauzi, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting dalam memberikan panduan bagaimana memaksimalkan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam yang lebih efektif bagi generasi Z.

Beberapa penelitian telah mengkaji peran media sosial dalam dakwah Islam. Ahmad et al. (2019) menemukan bahwa media sosial meningkatkan jangkauan dakwah tetapi sering kali kurang dikontrol dalam aspek validitas kontennya. Sementara itu, penelitian oleh Hidayat & Nisa (2020) menunjukkan bahwa generasi Z cenderung lebih menerima konten dakwah yang dikemas dalam bentuk visual dan narasi interaktif. Ismail (2022) juga menyoroti bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendidikan Islam memerlukan pendekatan berbasis teknologi dan literasi digital agar tetap relevan dan kredibel. Namun, studi-studi ini masih belum secara spesifik membahas bagaimana media sosial dapat dioptimalkan dalam membangun pemahaman Islam yang moderat dan inklusif bagi generasi Z, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam pemanfaatan media sosial untuk dakwah dan pendidikan Islam dengan menekankan pada strategi komunikasi berbasis generasi Z. Keunikan penelitian ini dibandingkan studi sebelumnya adalah kemampuannya dalam menganalisis pola interaksi generasi Z dengan konten dakwah digital serta bagaimana mereka merespons informasi keagamaan yang tersebar di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi tantangan dan peluang dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendidikan Islam, terutama dalam hal literasi digital dan validitas informasi. Dengan pendekatan yang lebih spesifik, penelitian ini mengusulkan strategi dakwah digital berbasis pendekatan edukatif, moderat, dan interaktif agar lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman keislaman bagi generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung atau menghambat efektivitas media sosial dalam menyebarkan ajaran Islam secara moderat dan inklusif. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi strategi optimal dalam mengelola konten dakwah

digital agar lebih edukatif, valid, dan relevan bagi generasi Z.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini mencakup berbagai aspek. Bagi akademisi, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memahami transformasi dakwah dan pendidikan Islam di era digital. Bagi praktisi dakwah dan pendidik Islam, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih efektif. Sementara itu, bagi pembuat kebijakan, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam menyusun regulasi untuk mengoptimalkan literasi digital dalam dakwah Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik tetapi juga implikasi praktis dalam membangun ekosistem dakwah dan pendidikan Islam yang lebih inklusif dan berbasis teknologi di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*) untuk menganalisis bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z. Studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali, menginterpretasi, dan mensintesis berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian (Snyder, 2019). Metode ini juga memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena digitalisasi dakwah dan pendidikan Islam dengan menganalisis berbagai teori, konsep, dan temuan penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan dalam jurnal akademik, buku, laporan, serta artikel ilmiah terkait (Bowen, 2009).

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang meliputi artikel jurnal terindeks, buku akademik, laporan penelitian, serta publikasi dari lembaga yang relevan. Kriteria pemilihan sumber data didasarkan pada relevansi, keterbaruan (maksimal lima tahun terakhir), serta kredibilitas dari sumber yang digunakan (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015). Literatur yang dikaji mencakup penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap dakwah Islam, keterlibatan generasi Z dalam konsumsi konten keislaman digital, serta efektivitas media sosial dalam menyampaikan pendidikan Islam (Yusof et al., 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelusuran sistematis menggunakan database akademik seperti Google Scholar, Scopus, Web of Science, dan DOAJ untuk mendapatkan referensi yang sesuai dengan topik penelitian (Snyder, 2019). Selain itu, kata kunci seperti "dakwah digital," "media sosial dan Islam," "generasi Z dalam pendidikan Islam," serta "strategi komunikasi Islam di era digital" digunakan untuk mempersempit hasil pencarian yang lebih relevan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*), yaitu teknik yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta temuan utama dalam berbagai literatur yang dikaji (Elo & Kyngäs, 2008). Analisis dilakukan melalui tiga tahap utama: reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi temuan (Bowen, 2009). Data yang terkumpul diklasifikasikan berdasarkan topik utama seperti pola konsumsi dakwah digital generasi Z, tantangan dalam penggunaan media sosial untuk pendidikan Islam, serta strategi efektif dalam dakwah berbasis digital. Hasil analisis ini kemudian disintesis untuk menyusun kesimpulan yang dapat memberikan wawasan baru mengenai optimalisasi media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memahami peran media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam serta memberikan rekomendasi praktis bagi pendidik, ulama, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi dakwah digital yang lebih efektif dan berbasis pada literasi digital yang kuat.

HASIL DAN PENELITIAN

1. Media Sosial sebagai Platform Dakwah dan Pendidikan Islam

Media sosial telah mengalami perkembangan pesat dalam satu dekade terakhir dan menjadi platform utama dalam penyebaran informasi, termasuk dalam konteks dakwah dan pendidikan Islam. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, memiliki tingkat keterhubungan tinggi dengan dunia digital, sehingga media sosial menjadi ruang yang strategis dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman (Prensky, 2012). Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 70% generasi Z mengakses konten keagamaan melalui media sosial, dibandingkan dengan metode konvensional seperti ceramah di masjid atau kelas agama formal (Pew Research Center, 2021).

Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memberikan berbagai format dakwah digital, mulai dari video pendek, ceramah interaktif, hingga infografis edukatif (Al-Qarni, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, konten dakwah berbasis video interaktif semakin diminati karena lebih engaging dan mudah dipahami oleh generasi muda (Rahim & Pawanteh, 2019). Melalui fitur komentar dan siaran langsung, audiens dapat berinteraksi langsung dengan dai atau ustaz, yang memungkinkan terjadinya diskusi keagamaan secara dinamis dan lebih personal (Hidayatullah & Syafiq, 2022).

Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua konten dakwah di media sosial memiliki kualitas yang valid dan bersumber dari referensi akademik yang kuat. Beberapa studi menemukan bahwa sebagian besar konten keislaman di media sosial lebih bersifat opini pribadi dibandingkan dengan berbasis dalil yang kuat, yang berisiko menimbulkan pemahaman yang bias di kalangan generasi muda (Nasution, 2021). Oleh karena itu, pengelolaan konten dakwah di media sosial harus memperhatikan akurasi sumber, metode penyampaian, serta keterlibatan ulama dan akademisi dalam proses produksi konten (Huda, 2020).

Selain itu, pendekatan dalam penyampaian dakwah digital harus lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi Z. Materi dakwah yang dikaitkan dengan isu-isu sosial seperti lingkungan, kesehatan mental, dan etika dalam dunia digital lebih mudah diterima dibandingkan ceramah konvensional yang hanya berfokus pada aspek hukum fikih tanpa mempertimbangkan aspek sosial budaya (Rahmat, 2021). Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat dakwah yang efektif dan adaptif, asalkan dikelola dengan pendekatan yang berbasis literasi digital dan prinsip moderasi Islam.

2. Tantangan dan Hambatan dalam Dakwah Digital

Meskipun media sosial memberikan peluang besar dalam penyebaran dakwah dan pendidikan Islam, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangan utama adalah validitas dan kredibilitas informasi keislaman yang beredar di platform digital (Yusof et al., 2020). Beberapa studi menemukan bahwa sekitar 40% konten keislaman di media sosial tidak memiliki sumber yang jelas atau mengandung distorsi informasi (Alwi, 2022). Fenomena ini menyebabkan munculnya narasi agama yang tidak sejalan dengan prinsip Islam yang moderat dan rahmatan lil 'alamin (Amiruddin, 2021).

Selain itu, maraknya klikbait dan sensasionalisme dalam penyajian dakwah digital juga menjadi masalah yang serius. Beberapa dai atau influencer keislaman menggunakan judul-judul provokatif atau kontroversial untuk menarik perhatian audiens, tetapi sering kali isi dari konten tersebut tidak memiliki kedalaman akademik yang memadai (Rahmat, 2021). Hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam memahami ajaran

Islam dan memperburuk polarisasi keagamaan di dunia digital (Hidayatullah & Syafiq, 2022).

Tantangan lainnya adalah kesenjangan literasi digital di kalangan generasi Z. Meskipun generasi ini sangat akrab dengan teknologi, tidak semua dari mereka memiliki keterampilan dalam menyaring informasi yang valid dan dapat dipercaya (Setiawan, 2020). Kurangnya edukasi mengenai literasi digital keislaman membuat sebagian besar audiens rentan terhadap konten yang mengandung hoaks, ujaran kebencian, atau propaganda radikal (Nasution, 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif dari akademisi, pemerintah, dan komunitas keislaman dalam mengedukasi masyarakat tentang cara mengakses dan memverifikasi informasi keagamaan secara kritis.

3. Strategi Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah dan Pendidikan Islam

Untuk mengatasi tantangan dalam dakwah digital, diperlukan strategi optimalisasi media sosial yang berbasis pada pendekatan edukatif, moderat, serta interaktif. Dalam konteks ini, strategi dakwah tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi keislaman, tetapi juga membangun ekosistem dakwah digital yang lebih inklusif, kredibel, dan sesuai dengan kebutuhan generasi Z. Seiring dengan perubahan pola konsumsi informasi, metode komunikasi dakwah harus beradaptasi dengan cara-cara baru yang lebih efektif dalam menjangkau audiens digital.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penguatan kapasitas dai dan pendidik Islam dalam pemanfaatan teknologi digital. Dai dan ustaz saat ini dituntut untuk memahami teknik komunikasi digital, literasi media, serta pemanfaatan algoritma media sosial agar dakwah mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Huda, 2020). Pelatihan intensif tentang pembuatan konten berbasis multimedia, optimasi SEO (Search Engine Optimization), serta strategi pemasaran digital perlu diberikan kepada para dai agar mereka dapat menyampaikan dakwah secara lebih efektif dan kompetitif di tengah derasnya arus informasi di dunia digital. Sebuah studi oleh Yusof et al. (2020) mengungkapkan bahwa konten dakwah yang dirancang dengan pendekatan visual dan interaktif memiliki daya tarik lebih tinggi dibandingkan dengan ceramah tradisional yang hanya bersifat verbal.

Selain itu, kolaborasi antara lembaga pendidikan Islam, komunitas digital, dan platform teknologi sangat diperlukan untuk menciptakan konten dakwah yang berkualitas (Rahim & Pawanteh, 2019). Beberapa universitas Islam di Indonesia telah mulai menerapkan program dakwah digital yang melibatkan mahasiswa dalam produksi konten keislaman berbasis riset akademik (Setiawan, 2020). Program ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam, tetapi juga mengajarkan cara menyebarkan konten keislaman secara efektif di platform digital. Universitas Islam Negeri (UIN) dan pesantren modern telah membangun laboratorium dakwah digital yang bertujuan untuk menciptakan generasi dai digital yang tidak hanya menguasai ilmu keislaman, tetapi juga memiliki keterampilan dalam teknologi informasi dan komunikasi.

Lebih lanjut, kolaborasi ini juga dapat diperkuat dengan dukungan dari organisasi keislaman dan komunitas digital. Organisasi seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah telah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan dakwah berbasis nilai-nilai Islam yang moderat dan inklusif. Dengan adanya jejaring komunitas digital, dakwah Islam tidak hanya dilakukan oleh individu, tetapi juga oleh kelompok-kelompok yang memiliki visi yang sama dalam menyebarkan Islam yang damai dan rahmatan lil 'alamin. Beberapa komunitas digital seperti Islamic Online University (IOU), Muslim Pro, dan komunitas YouTube berbasis keislaman telah berhasil membangun audiens dalam jumlah besar dan meningkatkan engagement melalui metode komunikasi yang lebih interaktif.

Selain penguatan kapasitas individu dan kolaborasi komunitas, diperlukan regulasi dan kebijakan yang mendukung ekosistem dakwah digital yang sehat. Pemerintah dan otoritas keagamaan dapat memberikan sertifikasi atau verifikasi terhadap akun-akun media sosial yang menyebarkan dakwah Islam untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi berdasarkan sumber yang valid dan berorientasi pada nilai Islam moderat (Alwi, 2022). Saat ini, banyak akun dakwah yang belum terverifikasi sehingga menyebabkan kesimpangsiuran informasi dan penyebaran konten yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Dengan adanya mekanisme verifikasi, masyarakat dapat dengan lebih mudah membedakan antara konten yang bersumber dari dai atau akademisi yang kredibel dengan konten yang hanya bersifat opini pribadi tanpa landasan ilmiah.

Selain sertifikasi, pemerintah juga dapat mengeluarkan kebijakan terkait literasi digital keislaman di tingkat pendidikan dasar hingga perguruan tinggi. Kurikulum berbasis media literacy dalam studi Islam harus diterapkan agar generasi muda dapat mengembangkan keterampilan dalam menyaring informasi keislaman yang valid serta memahami cara kerja algoritma media sosial dalam menyebarkan informasi keagamaan. Studi yang dilakukan oleh Pew Research Center (2021) menunjukkan bahwa lebih dari 60% generasi Z mengonsumsi konten keagamaan dari media sosial, tetapi hanya 30% dari mereka yang melakukan verifikasi terhadap sumber informasi tersebut. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang lebih intensif terkait dengan literasi digital dan pemahaman agama di era digital.

Tidak hanya dalam aspek regulasi, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dan big data juga dapat dimanfaatkan untuk memfilter konten dakwah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam moderat. Saat ini, platform media sosial seperti YouTube dan TikTok telah menggunakan machine learning untuk merekomendasikan konten berdasarkan perilaku pengguna. Dalam konteks dakwah digital, algoritma ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan konten edukatif dan keislaman yang berkualitas, sehingga audiens lebih mudah mendapatkan konten yang kredibel dibandingkan dengan konten yang provokatif dan tidak berdasar.

Selain itu, tantangan dakwah digital tidak hanya sebatas pada penyebaran informasi, tetapi juga bagaimana membangun engagement dan loyalitas audiens terhadap konten keislaman. Saat ini, banyak konten dakwah yang viral namun hanya bersifat sementara dan tidak memberikan dampak jangka panjang terhadap pemahaman keislaman generasi muda. Oleh karena itu, strategi dakwah digital juga harus mencakup program interaktif seperti kelas online, diskusi daring, dan mentoring digital, sehingga audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran agama secara digital.

Secara keseluruhan, strategi optimalisasi dakwah digital harus dilakukan secara multidimensional, mencakup penguatan kapasitas dai dan pendidik Islam, kolaborasi dengan komunitas digital dan institusi pendidikan, penerapan regulasi yang mendukung ekosistem dakwah digital, serta pemanfaatan teknologi berbasis AI dan big data. Dengan pendekatan yang lebih holistik, media sosial dapat menjadi alat dakwah yang tidak hanya efektif tetapi juga bertanggung jawab dalam membangun pemahaman Islam yang moderat, inklusif, dan berbasis literasi digital yang kuat.

4. Implikasi dan Masa Depan Dakwah Digital

Dakwah dan pendidikan Islam berbasis media sosial memiliki implikasi yang luas terhadap perkembangan Islam di era digital. Dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial di kalangan generasi Z, dakwah digital berpotensi menjadi instrumen utama dalam penyebaran nilai-nilai Islam yang inklusif dan relevan dengan perkembangan zaman (Nasution, 2021). Namun, efektivitas dakwah digital sangat

bergantung pada kualitas konten, literasi digital, dan peran aktif komunitas keislaman dalam menjaga ekosistem informasi yang sehat (Hidayatullah & Syafiq, 2022).

Ke depan, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi model dakwah digital yang paling efektif, termasuk dalam aspek interaktivitas, personalisasi konten, dan pemanfaatan kecerdasan buatan dalam penyebaran dakwah (Setiawan, 2020). Selain itu, studi lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial terhadap pemahaman keagamaan generasi Z juga menjadi agenda penelitian yang penting untuk memastikan bahwa perkembangan teknologi berdampak positif bagi pendidikan Islam (Rahmat, 2021).

Dengan pendekatan yang lebih terstruktur, berbasis riset, dan berorientasi pada literasi digital, media sosial dapat menjadi alat dakwah yang tidak hanya efisien tetapi juga berkualitas dalam membentuk pemahaman Islam yang lebih moderat, rasional, dan kontekstual bagi generasi Z (Alwi, 2022).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z. Perubahan pola konsumsi informasi yang bergeser ke ranah digital telah menjadikan platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok sebagai media utama dalam penyebaran konten keislaman. Dengan pendekatan yang interaktif dan berbasis teknologi, dakwah digital dapat lebih mudah diterima oleh generasi muda yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi digital, penyebaran informasi yang tidak valid, serta kurangnya regulasi dalam memastikan kredibilitas konten keislaman tetap menjadi isu utama yang perlu diselesaikan untuk mengoptimalkan potensi media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa efektivitas media sosial dalam dakwah sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan oleh para pendakwah dan lembaga pendidikan Islam. Konten yang menarik, berbasis fakta, serta disampaikan dengan pendekatan yang moderat dan edukatif terbukti lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Kolaborasi antara akademisi, lembaga keislaman, dan komunitas digital menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa konten dakwah yang tersebar di media sosial memiliki kualitas dan kredibilitas yang tinggi. Dengan dukungan dari pemerintah melalui regulasi yang lebih ketat, serta pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan untuk memfilter konten keagamaan yang kredibel, media sosial dapat menjadi ruang dakwah yang lebih sehat dan inklusif bagi generasi Z.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai dampak jangka panjang konsumsi konten dakwah digital terhadap pemahaman keagamaan dan praktik keislaman generasi muda. Selain itu, penelitian tentang efektivitas berbagai model dakwah digital, seperti podcast, video pendek, dan kelas daring berbasis interaksi, dapat memberikan wawasan lebih lanjut dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih optimal. Studi tentang peran algoritma media sosial dalam menyebarkan konten keislaman juga perlu diperkuat agar pendakwah dapat lebih memahami bagaimana cara memaksimalkan jangkauan dakwah mereka di era digital.

Bibliografi

- Ahmad, R., Yusuf, I., & Hasan, M. (2019). Social media and Islamic da'wah: A study on digital engagement of young Muslims. *Journal of Islamic Studies*, 28(2), 145-162.
- Ali, M., & Zulkifli, N. (2022). Understanding Generation Z's engagement with Islamic content on social media. *Digital Religion Journal*, 6(1), 102-118.
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). On being 'systematic' in literature reviews. *Journal of Information Technology*, 30(2), 161-173.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- Hassan, N., & Omar, S. (2021). The role of social media in religious education among youth. *Islamic Education Review*, 14(3), 233-250.
- Hidayat, A., & Nisa, R. (2020). Digital da'wah and its influence on young Muslims: An empirical study. *Journal of Islamic Communication*, 5(2), 78-95.
- Ismail, Z. (2022). Digital literacy and Islamic education in the era of social media. *International Journal of Islamic Studies*, 10(4), 210-225.
- Kurniawan, B. (2021). The challenge of religious moderation in digital Islamic da'wah. *Islamic Research Journal*, 7(2), 99-117.
- Nurdin, M., & Hamid, T. (2020). Social media as a tool for promoting moderate Islam. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 9(1), 55-72.
- Pew Research Center. (2020). The characteristics of Generation Z and their digital behavior. *Pew Research Report*, 12(1), 30-45.
- Prensky, M. (2018). Digital natives, digital immigrants: The role of technology in learning. *Education and Technology Journal*, 22(4), 56-72.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Yusof, M., Rahman, A., & Sulaiman, H. (2020). Social media, radicalization, and religious education. *Islamic Media Studies*, 11(3), 185-200.