



Etika Dakwah di Media Digital : Tantangan dan Solusi

Firman Maulidna^{1*}, Khairatul Ulfi², Annisa Mulia³, Ahmad Zuhri Ramadhan⁴,
Muhammad Saleh⁵

^{1,2,3,4,5}Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Lhokseumawe, Indonesia

Email : ¹firmanmaulidna1@gmail.com, ²upi25nov@gmail.com, ³annisamulia1010@gmail.com,
⁴ahmadjuri22222@gmail.com, ⁵muhammadsalehism@gmail.com

Korespondensi penulis : ¹firmanmaulidna1@gmail.com*

Abstract: *This paper discusses the challenges and ethical solutions in the practice of da'wah through digital media. In the rapidly developing digital era, platforms such as social media, blogs, and video sites provide unprecedented opportunities for Islamic da'wah to reach a global audience. However, the ease of dissemination of information also poses significant challenges, such as the spread of inaccurate information, negative or provocative content, and violations of regulations. This paper discusses these challenges and suggests solutions, including education and training for da'wah (preachers), the use of trusted platforms, collaboration with communication experts, and the development of digital da'wah ethics guidelines. This study uses a qualitative descriptive approach that aims to understand and describe the phenomenon of da'wah ethics in digital media in depth. Literature study is used as a data collection technique to explore the principles of da'wah ethics, the challenges faced by da'is in digital media, and the solutions proposed by communication and religious experts. This methodology allows researchers to gain a rich and holistic understanding of the challenges of digital da'wah ethics and their relevance in the context of modern communication. This study analyzes the impact of digital media on da'wah practices, with an emphasis on ethical considerations in content creation and interaction. It is concluded that da'wah in the digital era requires a careful and ethical approach to maintain the integrity and credibility of Islamic teachings while understanding the complexity of digital communication.*

Keywords: Digital Da'wah, Communication Ethics, Da'wah Education

Abstrak : Tulisan ini membahas tantangan dan solusi etika dalam praktik dakwah melalui media digital. Di era digital yang berkembang pesat, platform seperti media sosial, blog, dan situs video memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi dakwah Islam untuk menjangkau khalayak global. Namun kemudahan penyebaran informasi juga menimbulkan tantangan yang signifikan, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, konten negatif atau provokatif, dan pelanggaran regulasi. Tulisan ini membahas tantangan-tantangan ini dan menyarankan solusi, termasuk pendidikan dan pelatihan bagi para pendakwah (da'i), penggunaan platform yang dapat dipercaya, kolaborasi dengan para ahli komunikasi, dan pengembangan pedoman etika dakwah digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena etika dakwah di media digital secara mendalam. Studi literatur digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menggali prinsip-prinsip etika dakwah, tantangan yang dihadapi para da'i di media digital, serta solusi yang diusulkan oleh para ahli komunikasi dan agama. Metodologi ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang kaya dan holistik tentang tantangan etika dakwah digital dan relevansinya dalam konteks komunikasi modern. Penelitian ini menganalisis dampak media digital terhadap praktik dakwah, dengan penekanan pada pertimbangan etika dalam pembuatan dan interaksi konten. Disimpulkan bahwa dakwah di era digital memerlukan pendekatan yang cermat dan etis untuk menjaga integritas dan kredibilitas ajaran Islam sambil memahami kompleksitas komunikasi digital.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Etika Komunikasi, Pendidikan Dakwah

1. LATAR BELAKANG

Di zaman digital yang terus berkembang saat ini, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Platform digital seperti media sosial, blog, dan situs video kini menjadi sarana utama bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Dengan adanya jutaan pengguna aktif di berbagai platform, dakwah melalui media digital memberikan kesempatan yang belum pernah ada sebelumnya untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. (Hidayat, A., & Rahman, A. (2020). *Etika Dakwah: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Namun, kemudahan akses informasi ini juga membawa tantangan tersendiri. Salah satu tantangan terbesar adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Di tengah maraknya berita palsu dan konten yang tidak etis, sangat penting bagi para da'i untuk memiliki pemahaman yang mendalam mengenai etika dakwah. Etika dalam dakwah mencakup prinsip-prinsip moral dan norma yang harus dipegang oleh para da'i saat menyampaikan pesan agama. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan kebenaran informasi yang disampaikan tetapi juga dengan cara penyampaian yang harus sejalan dengan nilai-nilai Islam. (Mulyadi, M., & Sari, D. (2021). "Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan". *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2). 45-60).

Lebih jauh lagi, media digital sering kali menjadi arena perdebatan dan konflik ideologi. Konten-konten yang bersifat provokatif atau kontroversial dapat dengan cepat menjadi viral dan memicu reaksi negatif dari masyarakat. Dalam konteks ini, para da'i dituntut untuk lebih bijak dan hati-hati dalam memilih kata-kata serta menyusun argumen agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau bahkan perpecahan di kalangan umat. Konten dakwah yang tidak mempertimbangkan aspek etika dapat menyebabkan polarisasi di antara kelompok-kelompok masyarakat, sehingga mengganggu persatuan umat. (Rahmatullah, I. (2019). "Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah: Antara Peluang dan Tantangan". *Jurnal Dakwah*, 8(1), 23-34).

Selain itu, perkembangan teknologi juga memunculkan fenomena baru dalam dakwah, seperti penggunaan influencer dan selebriti untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Meskipun hal ini dapat meningkatkan jangkauan dakwah, ada risiko bahwa substansi dan kedalaman makna pesan bisa hilang jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk memahami cara menggunakan media digital secara efektif tanpa mengorbankan nilai-nilai etika dan moral dalam dakwah.

Dengan demikian, pemahaman tentang etika dakwah di media digital menjadi sangat penting. Para da'i perlu dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan untuk menyampaikan pesan yang tidak hanya akurat secara fakta tetapi juga sesuai dengan ajaran Islam serta dapat diterima oleh masyarakat luas. Makalah ini bertujuan untuk membahas etika dakwah di media digital, mengidentifikasi tantangan-tantangan yang ada, serta menawarkan solusi-solusi yang relevan untuk mengatasi masalah tersebut.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena etika dakwah di media digital secara mendalam. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang fokus pada deskripsi rinci dari suatu fenomena, berdasarkan data yang dikumpulkan tanpa manipulasi variabel yang diteliti. Penelitian ini dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang kaya dan holistik tentang masalah yang dibahas, yaitu tantangan dan solusi etika dakwah di media digital.

Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif. Penelitian ini tidak berusaha menguji hipotesis, melainkan untuk memahami bagaimana fenomena tertentu terjadi serta pemaknaannya. Fokus deskriptif dalam penelitian ini membantu mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang membentuk tantangan dan solusi dalam konteks dakwah digital.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur atau studi pustaka. Studi literatur adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis data yang bersumber dari berbagai literatur, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber digital lainnya yang relevan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan sumber-sumber yang ada guna mendalami konsep-konsep teoritis dan temuan-temuan penelitian sebelumnya terkait dengan etika dakwah, media digital, dan tantangan komunikasi di era modern.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan memilih literatur yang relevan berdasarkan kriteria tertentu, seperti kesesuaian dengan topik penelitian, validitas sumber, dan kontribusinya terhadap pembahasan yang ada. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kritis untuk menemukan pola, tema, dan hubungan antar variabel yang relevan.

Dalam penelitian ini, studi literatur berperan penting dalam menggali prinsip-prinsip etika dakwah, tantangan yang dihadapi para da'i di media digital, serta solusi yang diusulkan oleh para ahli komunikasi dan agama. Pendekatan ini memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana media digital dapat digunakan secara efektif dan etis untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Hasil analisis literatur ini menjadi dasar bagi penarikan kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Islam, dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan keagamaan kepada individu atau kelompok dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran Islam. Dakwah melibatkan proses komunikasi yang efektif, di mana pesan disampaikan dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Teori komunikasi menyatakan bahwa keberhasilan dakwah sangat bergantung pada komponen komunikasi seperti pengirim (da'i), pesan, media, penerima (mad'u), dan umpan balik. (Hasyim,A.,& Syamsuri,A.(2020). *Dakwah Modern:Teori dan Praktek*. Bandung:CV Andi Offset).

"Da'wa", yang berarti panggilan atau seruan, adalah asal kata dakwah. Dalam Islam, "dakwah" adalah istilah yang mengacu pada tindakan yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan mengajak orang untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai Islam. Dakwah tidak hanya mencakup ceramah atau khutbah, tetapi juga berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memperbaiki dan membangun masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Beberapa teori komunikasi yang relevan dengan dakwah termasuk model komunikasi Lasswell, atau formula "Who says What in Which Channel to Whom with What Effect," yang menunjukkan bahwa dakwah pada dasarnya adalah proses komunikasi.

Komponen utama proses komunikasi digambarkan dalam model ini, seperti: • Pengirim pesan (da'i) • Isi pesan dakwah • Media atau sarana komunikasi yang digunakan • Orang yang menerima pesan (mad'u) • Efek dari pesan tersebut Komunikasi persuasif digunakan dalam dakwah untuk mengajak orang untuk mempercayai dan mengamalkan ajaran Islam. Istilah ini mengacu pada upaya untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, atau tindakan orang lain melalui pesan yang disampaikan. Beberapa komponen penting dari komunikasi persuasif adalah sebagai berikut:

Agar dakwah dapat dipercaya, da'i harus memiliki kredibilitas di mata penonton. Pesan yang menggunakan elemen emosional dapat meningkatkan daya tarik dan efeknya. Selain itu, pesan harus disampaikan dengan alasan dan logika yang kuat sehingga dapat diterima akal.

Menurut teori manfaat dan manfaat (Blumler dan Katz), audiens secara aktif memilih media dan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam dakwah, da'i harus memahami keinginan dan kebutuhan audiens mereka agar mereka dapat menyajikan konten yang relevan dan menarik. Audiens yang mencari pemahaman agama dan keterlibatan komunitas cenderung lebih menyukai contoh dakwah di media sosial yang interaktif dan edukatif.

Dengan demikian, dakwah dalam Islam memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuannya. Strategi ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, penggunaan media yang tepat, serta presentasi pesan yang persuasif dan informatif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, dakwah dapat dilakukan dengan lebih sukses dalam meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam di kalangan masyarakat modern. (Blumler, G., & Katz, E. (1974). *The uses and gratification approach to mass communication research*. In J.G. Blumer & E. Katz (Eds), *The Use Gratification Approach to Mass Communication Research*, pp.20-67)

Tantangan yang Dihadapi dalam Penerapan Etika Dakwah di Media Digital

Di tengah perkembangan globalisasi dan digitalisasi yang semakin cepat, kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu dampak signifikan dari kemajuan ini adalah munculnya berbagai platform media digital yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Media sosial, blog, dan aplikasi berbagi video kini menjadi sarana penting bagi individu dan organisasi untuk berbagi ide, pengetahuan, dan informasi. Dalam konteks ini, dakwah—aktivitas penyampaian pesan agama—juga mengalami perubahan yang signifikan. Para da'i kini memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media digital, sehingga pesan-pesan agama dapat disebarkan dengan lebih efektif.

Namun, penggunaan media digital dalam dakwah tidak lepas dari berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah perlunya penerapan etika dalam setiap aspek dakwah yang dilakukan secara digital. Etika dakwah mencakup prinsip-prinsip moral dan norma yang harus dipegang oleh para da'i dalam menyampaikan pesan agama. Dalam konteks media digital, etika ini menjadi semakin penting karena

informasi dapat dengan cepat menyebar dan mempengaruhi opini publik. Penyampaian pesan yang tidak etis atau tidak akurat dapat merusak reputasi dakwah serta menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat.

Penerapan etika dakwah di media digital menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan beragam. Berikut adalah beberapa tantangan utama yang perlu diperhatikan:

a. Penyebaran Informasi yang Tidak Akurat

Salah satu tantangan terbesar dalam dakwah digital adalah penyebaran informasi yang tidak akurat. Dengan kemudahan akses informasi, banyak konten yang beredar di media sosial tidak melalui proses verifikasi yang memadai, sehingga informasi yang salah dapat dengan mudah menyebar. Hal ini dapat merusak reputasi dakwah dan menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat. Misalnya, berita palsu atau hoaks mengenai ajaran agama dapat menyebabkan kesalahpahaman yang serius tentang nilai-nilai Islam.

b. Konten Negatif dan Provokatif

Konten negatif dan provokatif sering kali lebih menarik perhatian dibandingkan dengan konten yang bersifat edukatif dan positif. Ini menciptakan tantangan bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang benar dan konstruktif di tengah arus informasi yang sering kali tidak etis. Konten-konten yang mengandung ujaran kebencian dan diskriminasi dapat dengan cepat viral, sehingga mengganggu upaya dakwah yang bertujuan untuk menyebarkan kasih sayang dan toleransi.

Salah satu isu utama yang dihadapi dalam dakwah digital adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Di tengah maraknya berita palsu di media sosial, para da'i harus berhati-hati dalam memilih dan menyampaikan informasi agar tidak menyesatkan umat. Selain itu, konten negatif atau provokatif sering kali lebih menarik perhatian dibandingkan dengan konten yang bersifat edukatif dan positif. Hal ini menciptakan tantangan bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang benar dan konstruktif di tengah arus informasi yang sering kali tidak etis.

c. Kurangnya Regulasi

Kurangnya regulasi dalam media digital juga menjadi masalah besar. Tidak adanya pedoman yang jelas membuat pengawasan terhadap konten dakwah menjadi sulit. Tanpa adanya batasan yang jelas, para da'i mungkin kesulitan menentukan cara penyampaian pesan mereka, sehingga dapat terjebak dalam kontroversi atau konflik ideologis. Hal ini dapat mengakibatkan perpecahan di antara kelompok-kelompok

dalam masyarakat, terutama jika pesan dakwah disampaikan dengan cara yang tidak sensitif terhadap konteks sosial dan budaya. Jika pesan dakwah disampaikan dengan cara yang tidak sensitif terhadap konteks sosial dan budaya. Selain itu, algoritma media sosial cenderung mempromosikan konten-konten sensasional atau kontroversial, sehingga pesan-pesan dakwah yang substansial bisa terabaikan.

d. Pengaruh Algoritma Media Sosial

Algoritma media sosial memainkan peran penting dalam menentukan konten apa yang muncul di timeline pengguna. Konten-konten tertentu, terutama yang bersifat sensasional atau kontroversial, lebih mungkin untuk mendapatkan perhatian dan dibagikan dibandingkan dengan konten dakwah yang lebih mendidik. Hal ini menciptakan tantangan bagi para da'i untuk menonjolkan pesan-pesan positif di tengah lautan informasi yang sering kali tidak seimbang.

e. Misinterpretasi Ajaran Agama

Penyebaran informasi di media digital juga dapat menyebabkan misinterpretasi ajaran agama. Ketika pesan-pesan dakwah disampaikan tanpa konteks atau penjelasan yang memadai, ada risiko bahwa masyarakat akan memahami ajaran Islam secara keliru. Ini sangat berbahaya karena dapat menimbulkan stigma negatif terhadap agama serta memperburuk citra Islam di mata publik.

Pengaruh Penyebaran Informasi di Media Digital terhadap Praktik Dakwah

Penyebaran informasi di media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik dakwah, baik positif maupun negatif.

a) Peluang untuk Menjangkau Audiens Lebih Luas

Di satu sisi, media digital memberikan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan cepat dan efisien kepada masyarakat, bahkan hingga ke daerah-daerah terpencil. Ini memungkinkan para da'i untuk berbagi pengetahuan dan nilai-nilai Islam kepada orang-orang yang mungkin tidak memiliki akses ke pengajaran agama secara langsung.

b) Memperkuat Komunitas

Media digital juga dapat digunakan untuk memperkuat komunitas umat Muslim di seluruh dunia. Platform-platform seperti grup Facebook atau forum online memungkinkan para da'i dan umat untuk berdiskusi, berbagi pengalaman, serta saling

mendukung dalam praktik keagamaan mereka. Ini menciptakan ruang bagi dialog terbuka dan pertukaran ide antara berbagai kalangan.

c) Risiko Misinterpretasi

Namun, penyebaran informasi yang tidak terkontrol dapat mengaburkan makna asli dari pesan dakwah itu sendiri. Konten-konten provokatif sering kali menarik perhatian lebih banyak daripada konten edukatif, sehingga masyarakat lebih terpengaruh oleh informasi sensasional daripada pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam.

d) Polarisasi Masyarakat

Adanya perdebatan di media sosial mengenai isu-isu keagamaan juga dapat menyebabkan polarisasi di kalangan umat. Ketika berbagai pendapat saling bertentangan tanpa dialog konstruktif, hal ini dapat mengganggu persatuan dan harmoni antar kelompok masyarakat. Kontroversi semacam ini sering kali menciptakan ketegangan antara berbagai aliran atau paham dalam Islam.

Solusi untuk Mengatasi Tantangan Etika Dakwah di Media Digital

Untuk menghadapi tantangan etika dakwah di media digital, beberapa solusi dapat diterapkan:

1) Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan bagi para da'i sangat penting untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang etika dalam penyampaian pesan. Program-program pelatihan dapat membantu para da'i memahami cara menggunakan media digital secara efektif dan bertanggung jawab. Dengan pengetahuan yang memadai tentang etika komunikasi, mereka akan lebih mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2) Penggunaan Platform Terpercaya

Penggunaan platform terpercaya untuk menyebarkan pesan dakwah juga merupakan langkah strategis. Para da'i perlu memilih media yang memiliki reputasi baik dan telah terbukti menjaga kualitas informasi agar pesan mereka sampai kepada audiens dengan cara yang benar dan etis.

3) Kolaborasi dengan Ahli Komunikasi

Kolaborasi dengan ahli komunikasi dan teknologi informasi dapat membantu merumuskan strategi penyampaian pesan yang lebih efektif dan sesuai dengan etika dakwah. Dengan melibatkan profesional dalam bidang komunikasi, para da'i bisa

mendapatkan wawasan baru tentang bagaimana cara menarik perhatian audiens tanpa mengorbankan substansi pesan.

4) Membuat Pedoman Etika Dakwah Digital

Membuat pedoman etika dakwah digital juga sangat penting agar para da'i memiliki acuan dalam menyampaikan pesan mereka melalui media digital. Pedoman ini harus mencakup prinsip-prinsip dasar etika komunikasi, cara menangani konten provokatif, serta strategi untuk mengatasi berita palsu.

5) Mendorong Dialog Konstruktif

Akhirnya, mendorong dialog konstruktif di antara berbagai kelompok dalam masyarakat akan membantu meredakan ketegangan dan memperkuat persatuan umat. Dengan menciptakan ruang bagi diskusi terbuka mengenai isu-isu keagamaan, para da'i dapat membantu masyarakat memahami sudut pandang satu sama lain serta membangun toleransi antar kelompok.

Dengan menerapkan solusi-solusi ini, diharapkan para da'i dapat menghadapi tantangan-tantangan dalam penerapan etika dakwah di media digital dengan lebih baik, serta menjaga integritas dan kredibilitas pesan agama yang disampaikan.

Para tokoh agama dan influencer Muslim memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Mereka melakukan ini dengan berbagai cara, seperti berinteraksi dengan pengikut mereka, menggunakan platform yang populer, dan membuat strategi konten. Mereka melakukan hal-hal berikut:

Penggunaan Platform Populer seperti YouTube: Mereka menawarkan ceramah, studi, dan video tanya jawab tentang berbagai topik keagamaan. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas, video-video ini sering memiliki subtitle atau diterjemahkan ke berbagai bahasa. Instagram: Mereka membagikan pesan singkat, kutipan dari Al-Quran dan Hadis, serta saran harian menggunakan fitur seperti IGTV, Stories, dan Reels. Pesan menjadi lebih mudah dipahami berkat tampilan yang menarik dan penggunaan grafis yang kuat. Facebook: Mereka mengadakan live streaming untuk ceramah dan diskusi keagamaan. Selain itu, grup dan halaman komunitas digunakan untuk berdiskusi dan berbagi informasi terkait isu-isu keagamaan.

Twitter: Mereka membagikan pesan singkat, kutipan, dan tautan ke sumber daya tambahan. Penggunaan hashtag membantu meningkatkan jangkauan dan memulai diskusi tentang topik tertentu.

TikTok: Mereka membuat video pendek dengan konten keagamaan, seperti tips ibadah, penjelasan singkat mengenai ayat Al-Quran, atau menjawab pertanyaan umum tentang Islam.

Dengan memanfaatkan berbagai platform dan strategi ini, para tokoh agama dan influencer Muslim dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyebarkan pesan Islam secara efektif, serta memberikan bimbingan dan pengetahuan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi umat Islam terhadap dakwah digital dibandingkan dengan dakwah konvensional dapat bervariasi, tergantung pada beberapa faktor seperti usia, latar belakang pendidikan, dan tingkat kenyamanan dengan teknologi. Berikut adalah beberapa pandangan umum yang sering muncul:

a. Keunggulan Dakwah Digital

- Kemudahan Akses: Dakwah digital dapat diakses kapan saja dan di mana saja, asalkan terdapat koneksi internet. Ini memungkinkan umat Islam di berbagai belahan dunia untuk mengakses konten keagamaan tanpa batasan geografis.
- Ketersediaan Materi: Banyak materi dakwah yang tersedia secara online, mulai dari video ceramah, artikel, hingga e-book, yang memudahkan umat untuk belajar agama sesuai dengan waktu luang mereka.

b. Keragaman Konten

- Berbagai Format: Dakwah digital hadir dalam berbagai format seperti video, podcast, artikel, infografis, dan lainnya, yang membuat pembelajaran lebih menarik dan bervariasi.
- Topik yang Luas: Platform digital memungkinkan dakwah mencakup berbagai topik yang relevan dengan kehidupan modern, seperti etika bisnis, hubungan keluarga, dan isu-isu sosial.

c. Interaktivitas

- Interaksi Langsung: Umat dapat berinteraksi langsung dengan pendakwah melalui komentar, pesan, atau sesi live streaming, yang memungkinkan adanya tanya jawab dan diskusi.
- Komunitas Online: Platform dakwah digital kerap kali membentuk komunitas online di mana umat dapat berdiskusi dan saling mendukung.

Pandangan Generasi Berbeda

Generasi Muda

Lebih Adaptif: Generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi cenderung lebih menerima dakwah digital. Mereka menghargai kemudahan akses dan variasi konten yang ditawarkan. **Keterlibatan Aktif:** Mereka lebih aktif berpartisipasi dalam diskusi online dan menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan keagamaan.

Generasi Tua

Preferensi Konvensional: Generasi tua yang kurang akrab dengan teknologi mungkin lebih cenderung menyukai dakwah konvensional. Mereka merasa lebih nyaman dengan interaksi langsung dan pengalaman fisik yang dihadirkan dalam majelis taklim dan ceramah di masjid.

Sejak penyebaran informasi dakwah Islam melalui media sosial berkembang, banyak aktivitas dakwah dilakukan dalam waktu, tempat, dan ruang yang hampir tidak terbatas, karena dapat dilaksanakan kapan saja dan di mana saja. Di era digital ini, masyarakat umum dapat memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi mengenai pengetahuan agama Islam. Mereka dapat menggunakan platform tersebut untuk mempelajari agama, mengingat berbagai sumber pengetahuan yang berkaitan dengan Islam mudah diakses (F. Muhammad & Khaerunnisa, 2020). Oleh karena itu, memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwah Islam merupakan langkah yang tepat, efektif, dan lebih relevan dibandingkan dengan media lainnya (Faisol, 2017). Hal ini sejalan dengan pernyataan Wibowo yang menunjukkan bahwa banyak pendakwah menggunakan media sosial untuk menyampaikan dakwah Islam melalui konten berupa gambar, audiovisual, video, atau ceramah yang dikemas sesuai dengan tren dan minat masyarakat, seperti komunitas dakwah.

Dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarluaskan komunikasi dakwah Islam, diperlukan etika dan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika komunikasi yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis. Selain itu, aktivitas dakwah Islam merupakan usaha untuk menyampaikan kepada individu atau khalayak tentang tujuan hidup manusia di dunia yang mencakup amar ma'ruf nahi munkar (Natsir, 2000).

Etika komunikasi dakwah Ustaz Abdul Somad (UAS) berdasarkan perspektif Al-Qur'an menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dakwah UAS masih berada dalam koridor nilai-nilai etika karena disampaikan dalam forum terbatas dengan mengedepankan nilai-

nilai kejujuran dan ketegasan. Penelitian oleh Akhwat Creative Project (ACP) (Nadhira et al., 2022) dan aktivitas dakwah Islam Farah Qoonita (Hajar & Anshori, 2021) juga menyoroti pentingnya isu etika dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh para komunikator dakwah Islam.

Isu-isu ini telah menarik perhatian banyak peneliti dalam bidang kajian komunikasi dakwah dan Islam secara umum. Beberapa studi sebelumnya mencakup penelitian tentang etika komunikasi dakwah bagi pendakwah muda; misalnya, Rosyada (2020) meneliti bagaimana pendakwah menekankan isi penyampaian tentang Islam agar mudah dipahami. Selain itu, Pebirawati (2023) melakukan penelitian tentang etika komunikasi Islam dalam Dakwah Koh Dennis Lim dan menemukan bahwa pendekatan tersebut berguna untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh objek dakwah.

Etika Dakwah di Ruang Media Sosial

Keberadaan media sosial dalam dunia dakwah tidak selalu memberikan dampak positif, tetapi juga menghadirkan berbagai masalah dan tantangan baru dalam aktivitas dakwah. Salah satu masalah yang sering muncul adalah ketidakmampuan audiens (mustami' atau mad'u) untuk mengonfirmasi secara langsung materi dakwah yang tidak mereka pahami. Hal ini berpotensi membuat mad'u menerima begitu saja informasi yang disampaikan melalui aktivitas dakwah di media sosial. Selain itu, para ustad sebagai juru dakwah juga menghadapi tantangan, karena mereka tidak dapat menilai seberapa efektif materi dakwah mereka dalam mempengaruhi perubahan pada kehidupan audiens yang menerima pesan tersebut.

Tidak hanya dua masalah tersebut, Erwin Jusuf Thalib dalam penelitiannya mengenai praktik dakwah di media sosial mengidentifikasi dua faktor yang sering menjadi penyebab masalah dalam aktivitas dakwah. Pertama, materi dakwah yang tidak konsisten dan rentan terhadap pengaruh berbagai unsur di luar konteks dakwah. Kedua, figur da'i (juru dakwah) sering kali tidak memiliki kompetensi keilmuan yang memadai dan terkadang menunjukkan sikap keberagamaan yang eksklusif, sehingga materi dakwah yang disampaikan dapat memicu berbagai bentuk konflik sosial di masyarakat.

Sebagai sarana berdakwah, media sosial juga sering digunakan oleh para da'i untuk tidak hanya menyebarkan doktrin keislaman, tetapi juga untuk merespons berbagai isu kebangsaan dan politik. Dalam konteks ini, para da'i memiliki corak ideologis yang beragam, sehingga tidak jarang terjadi perselisihan paham di antara mereka dalam praktik dakwah di media sosial.

Berbagai masalah empiris ini menunjukkan pentingnya kesadaran umat Islam, terutama bagi para da'i, untuk memiliki nilai-nilai etika dalam melaksanakan aktivitas dakwah.

Keberadaan media sosial (medsos) dalam dunia dakwah tidak selalu memberikan dampak positif; sebaliknya, ia juga menimbulkan berbagai masalah dan tantangan baru dalam aktivitas dakwah. Salah satu masalah yang sering muncul adalah ketidakmampuan audiens (mustami' atau mad'u) untuk mengonfirmasi secara langsung materi dakwah yang tidak mereka pahami. Hal ini berpotensi membuat mad'u menerima begitu saja informasi yang disampaikan melalui aktivitas dakwah di media sosial. Selain itu, para ustad sebagai juru dakwah juga menghadapi tantangan, karena mereka tidak dapat menilai seberapa efektif materi dakwah mereka dalam mempengaruhi perubahan pada kehidupan audiens yang menerima pesan tersebut.

Tidak hanya terbatas pada dua masalah tersebut, Erwin Jusuf Thalib dalam penelitiannya mengenai praktik aktivitas dakwah di media sosial mengidentifikasi dua faktor yang sering menjadi penyebab masalah dalam kegiatan dakwah. Pertama, materi dakwah yang tidak konsisten dan rentan terhadap pengaruh berbagai unsur di luar konteks dakwah. Kedua, figur da'i (juru dakwah) sering kali tidak memiliki kompetensi keilmuan yang memadai dan terkadang menunjukkan sikap keberagamaan yang eksklusif, sehingga materi dakwah yang disampaikan dapat memicu berbagai bentuk konflik sosial di masyarakat.

Sebagai sarana untuk berdakwah, media sosial juga sering dimanfaatkan oleh para da'i tidak hanya untuk menyebarkan doktrin keislaman, tetapi juga untuk merespons berbagai isu kebangsaan dan politik. Dalam konteks ini, para da'i memiliki corak ideologis yang beragam, sehingga tidak jarang terjadi perselisihan paham di antara mereka dalam praktik dakwah di media sosial.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah menyajikan berbagai inovasi baru bagi kemudahan hidup modern. Contoh yang signifikan adalah hadirnya media sosial (medsos), produk komunikasi dan informasi berbasis digital. Keberadaan medsos telah memberikan dampak besar pada segala aspek kehidupan masyarakat modern, termasuk pendidikan, ekonomi, politik, sosial budaya, dan keagamaan. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa studi tentang peran medsos dalam berbagai lini kehidupan dilakukan oleh para ilmuwan lintas disiplin ilmu.

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi dan informasi modern berbasis internet (online) yang menyediakan fasilitas beragam konten seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan lain-lain. Dengan demikian, penggunaan medsos tidak lagi dibatasi oleh jarak, waktu, ataupun tempat. Hal ini menjadikan medsos sebagai media interaksi sosial yang meleburkan batasan status kelas sosial di tengah-tengah kehidupan sosial masyarakat.

Menurut Rulli Nasrullah, terdapat dua karakteristik utama medsos yang membuatnya unggul atas media komunikasi dan informasi konvensional. Pertama, medsos menggunakan saluran jejaring internet yang memungkinkannya menjadi media interaksi sosial dengan jangkauan luas—tidak dibatasi oleh jarak, waktu, maupun tempat. Kedua, medsos dapat menjadi media interaktif yang menyediakan pelbagai bentuk layanan penggunaannya untuk berkomunikasi secara intens dan interaktif, bahkan dapat melakukan pertemuan tatap muka.

Dalam kesimpulan, kehadiran medsos telah merevolusi cara manusia berkomunikasi dan berinformasi, serta memperluas potensinya dalam berbagai aspek kehidupan.

Nilai-Nilai Etika dalam Aktifitas Dakwah di Media Sosial

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini telah banyak mengubah cara hidup masyarakat yang sudah mapan. Salah satu contohnya adalah media sosial (medsos) yang kini menjadi alat komunikasi dan informasi penting bagi orang-orang di seluruh dunia. Tidak bisa dipungkiri bahwa medsos berperan besar dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari sosial budaya, politik, ekonomi, hingga keagamaan. Oleh karena itu, wajar jika medsos dianggap sebagai fenomena global yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini.

Namun, kita juga perlu menyadari bahwa penggunaan medsos yang intens tidak selalu diimbangi dengan sikap dan pengetahuan literasi yang baik. Seringkali, orang menggunakan medsos sebagai sarana instan tanpa mempertimbangkan dampak negatifnya. Akibatnya, medsos bisa memicu berbagai masalah dalam kehidupan sosial. Ini terjadi karena medsos sering digunakan sebagai tempat untuk bebas berekspresi di ruang publik di era digital. Dalam situasi seperti ini, penting untuk memiliki norma dan etika dalam menggunakan medsos, termasuk saat digunakan untuk kegiatan keagamaan seperti dakwah.

Kita harus ingat bahwa pesan dakwah yang disampaikan melalui medsos dapat dengan cepat diterima oleh audiens (mad'u) dan menyebar luas. Bahkan, pesan-pesan tersebut bisa terdokumentasi secara digital (jejak digital). Oleh karena itu, para pendakwah (da'i) harus berhati-hati dalam memilih kata-kata mereka. Kesalahan dalam berbicara bisa berakibat pada tindakan yang melanggar hukum dan etika komunikasi dalam berdakwah. Dengan demikian, penting untuk menerapkan nilai-nilai etika dakwah di ruang medsos.

Pada bagian ini, kita akan membahas berbagai nilai etika dakwah, baik di dunia online seperti media sosial maupun di dunia offline. Berikut adalah beberapa poin pentingnya:

- Keikhlasan dan Kebenaran

Seorang da'i harus menjalankan dakwahnya dengan ikhlas, tanpa mengharapkan imbalan kecuali ridho dari Allah. Keikhlasan dan kebenaran itu saling terkait; tidak bisa dikatakan ikhlas jika tindakan tersebut melanggar aturan agama. Misalnya, seseorang tidak bisa mengatakan dia ikhlas dalam profesinya sebagai perampok bank.

Dakwah di ruang terbuka seperti media sosial memang sangat efektif karena pesan-pesannya mudah disebarkan. Namun, ada juga risiko yang mengintai, seperti hilangnya keikhlasan. Ketika banyak orang memberikan respons positif terhadap konten dakwah, pemilik akun bisa merasa bangga dan terjebak dalam perasaan ujub—yaitu merasa bangga atas diri sendiri karena mendapat banyak perhatian. Perasaan ini bisa menjadi jebakan dari setan yang membuat seseorang lupa akan dosa-dosanya dan mengurangi rasa takutnya kepada Allah.

Ujub juga berarti mengagungkan amal sendiri dan meremehkan amal orang lain. Dalam konteks ini, Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa jika kita bertemu dengan orang yang pelit, mengikuti hawa nafsu, mengutamakan dunia, dan selalu membanggakan pendapatnya sendiri, maka kita harus menjaga diri kita dari mereka (HR At Tarmidzi).

Selain itu, keikhlasan juga bisa ternoda ketika seseorang mencela dirinya sendiri di depan orang lain. Imam Hasan Bashri mengatakan bahwa jika seseorang mencela dirinya di hadapan banyak orang, sebenarnya dia sedang memuji dirinya sendiri, dan ini termasuk salah satu tanda ria (pamer). Sikap ini sering terjadi pada orang-orang yang perfeksionis; mereka ingin hasil terbaik dalam segala hal. Jika gagal, mereka akan mencela diri sendiri. Sikap semacam ini adalah masalah emosional dan sosial yang sering kali diabaikan oleh banyak orang.

Lebih lanjut tentang keikhlasan dan masalah-masalahnya bisa ditemukan dalam buku-buku akhlak seperti *Fiqh Akhlak* karya Syekh Mustofa al Adawy atau *Akhlak Muslim* karya Wahbah Az Zuhaili.

Selain keikhlasan, dakwah di media sosial juga harus dilakukan dengan cara yang benar, lurus, dan jujur. Dalam istilah akhlak, ini disebut *sidiq*, yang berarti jujur dan tidak curang. Implementasi sifat *sidiq* dalam dakwah berarti menyampaikan ajaran Islam dengan jujur sesuai dengan Al-Qur'an dan sunnah serta pemahaman dari ulama yang terpercaya. Oleh karena itu, da'i yang aktif di media sosial perlu memperluas pengetahuannya sebelum membagikan ide-ide dakwahnya di platform tersebut.

Sidiq dalam dakwah berarti tidak menyebarkan informasi yang palsu atau hoaks saat menyajikan data atau fakta. Terkadang, seorang da'i perlu mengomentari kejadian sosial, ekonomi, atau politik yang sedang viral dan menjadi perbincangan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi da'i untuk memastikan dan melakukan penelitian sederhana agar informasi yang akan dianalisis benar dan termasuk dalam hal-hal yang boleh dibicarakan di publik, tanpa melibatkan ghibah (menggunjing) atau fitnah. Keduanya adalah dosa besar dalam Islam yang harus dihindari.

- Sabar

Sabar dalam dakwah sangat penting bagi para pengemban dakwah. Karena informasi di media sosial datang dengan cepat, orang-orang memiliki waktu yang singkat untuk memproses dan memahami informasi. Oleh karena itu, diperlukan kesabaran untuk tidak tergesa-gesa berbagi dan berkomentar sebelum memastikan kebenaran informasi.

Menurut Mattusen dalam seminar internasional di Universitas Ibnu Khaldun Bogor, dakwah akan selalu menghadapi situasi sulit dan keras. Itulah mengapa sifat ikhlas dan sabar menjadi senjata utama untuk menghadapi berbagai ujian dan cobaan dalam dakwah. Dakwah memang butuh waktu lama untuk berkembang, sehingga diperlukan kesungguhan untuk melewati jalan yang panjang dan menghadapi banyak halangan serta tantangan. Tanpa kesabaran, dakwah Islam mungkin akan berlangsung lambat. Generasi yang tidak sabar dalam dakwah akan digantikan oleh generasi lain yang lebih sabar dan ikhlas.

Kesabaran dalam dakwah di media sosial sangat penting karena beberapa alasan:

- a. Informasi Mudah Disebarluaskan: Informasi dapat tersebar dengan cepat di media sosial.
- b. Tidak Ada Privasi: Siapa pun dapat melihat dan menyebarkan postingan orang lain, bahkan dengan pengaturan privasi.
- c. Informasi Yang Belum Dipastikan Kebenarannya: Ada banyak informasi yang belum pasti kebenarannya.
- d. Potensi Kekerasan: Ada potensi kekerasan seperti bullying, ejekan, ancaman, dan mempermalukan di media sosial.

Fakta-fakta ini meminta kesabaran ekstra agar tidak terpancing pada komentar atau sikap yang tidak produktif terhadap dakwah.

Dalam konteks ini, berdebat atau jidal di media sosial juga harus mengikuti aturan yang ada. Jika tidak, niat baik dakwah bisa tertutupi oleh perilaku buruk dalam berinteraksi di media sosial. Sejak awal, Islam tidak menolak debat selama itu bermanfaat untuk dakwah dan kemanusiaan, serta dilakukan untuk mencari kebenaran, bukan sekadar untuk menang atau kalah dalam berargumen.

Ada beberapa cara agar debat di media sosial tetap sejalan dengan tujuan dakwah, yaitu menyadarkan orang untuk mengikuti jalan yang benar:

- a. Niat Ikhlas: Berdebat harus dilakukan dengan niat ikhlas karena Allah. Tujuan utama adalah agar kebenaran terlihat jelas dan kesalahan bisa ditinggalkan. Niat ini harus selalu diingat sebelum, selama, dan setelah debat. Dengan kesadaran ini, debat tidak akan meluas dan mengurangi kemungkinan provokasi dari pihak lain. Jika debat dilakukan karena Allah, maka tidak akan ada paksaan untuk memaksakan pendapat yang diyakini, sesuai dengan prinsip dasar dakwah yang menyatakan bahwa “tidak ada paksaan dalam beragama.”
- b. Menetapkan Tujuan Debat: Setelah memastikan niat ikhlas, langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan dari debat, yaitu membahas masalah yang telah disepakati dengan argumen yang kuat. Debat harus fokus pada isu pokok yang ingin dibicarakan. Jika sudah ditemukan kesepakatan, maka debat sebaiknya diakhiri. Masing-masing pihak boleh menerima atau menolak hasilnya sesuai dengan kekuatan argumen mereka.

Di sini, kedewasaan seseorang dalam berdebat diuji. Apakah dia mau mengakui kebenaran setelah jelas apa yang diperdebatkan, atau malah menolak meskipun argumennya tidak kuat.

- c. Semangat Persaudaraan: Debat sebaiknya dilakukan dengan semangat ukhuwah Islamiah jika dilakukan antar sesama Muslim. Jika berhadapan dengan non-Muslim, mereka diberikan kebebasan untuk menerima atau menolak tanpa paksaan. Dengan cara ini, debat tidak akan menimbulkan permusuhan atau perasaan terhina karena sudah ada komitmen untuk saling menghormati sejak awal.

Ketiga nilai ajaran Islam yang telah dijelaskan di atas seharusnya menjadi pedoman atau etika bagi para da'i saat menyampaikan materi dakwah mereka di media sosial.

Dakwah di era digital bukan hanya soal menggunakan teknologi, tetapi juga membutuhkan pemahaman agama yang kuat, kreativitas, dan kemampuan komunikasi yang baik. Kemampuan untuk membaca dan memahami perubahan ini penting untuk mengerti konteks sosial dan budaya keagamaan serta bagaimana hal itu berkaitan dengan kemajuan pesat di dunia digital. Kondisi ini mengharuskan dakwah direncanakan dengan sistematis agar bisa hadir dalam berbagai bentuk dan tetap relevan.

Kemajuan teknologi yang sangat cepat saat ini memberikan peluang baru dalam metode dan media dakwah agar bisa diterima lebih luas. Untuk memperkuat jaringan dalam menyebarkan syiar Islam, kita bisa memanfaatkan media digital di mana informasi sekarang sangat mudah diakses. Dakwah tidak cukup hanya dilakukan dengan cara dan media tradisional jika kita ingin menjangkau orang-orang di seluruh dunia.

Penyebaran dakwah melalui internet menunjukkan adanya proses budaya yang lebih luas, di mana partisipasi dalam dakwah menjadi lebih terbuka. Sekarang, audiens atau mad'u tidak hanya berfungsi sebagai penerima pesan dakwah, tetapi juga sebagai pihak yang ikut memproduksi pesan-pesan keagamaan. Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman mad'u sebagai objek sekaligus subjek dakwah sangat berpengaruh terhadap penyampaian pesan melalui internet.

Internet sebagai media dakwah telah secara bertahap mengubah pemahaman tentang makna agama. Dakwah digital berkembang dari dakwah konvensional berkat kemajuan teknologi dan media ini. Aktivitas dakwah kini bisa ditemukan di ruang-ruang virtual dalam masyarakat global. Seseorang kini lebih mudah mendapatkan informasi tentang agama atau dakwah, terutama jika mereka memiliki akses internet.

Kecanggihan teknologi digital membuat dakwah lebih efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam. Dengan demikian, dakwah dan teknologi menjadi dua hal yang saling terkait untuk meningkatkan efektivitas kegiatan dakwah dari segi proses, biaya, dan waktu.

Fenomena dakwah di internet menunjukkan bahwa platform digital telah menciptakan cara baru untuk menyebarkan pesan dakwah. Konsep dakwah digital dianggap sebagai referensi dan media baru untuk menyebarkan pesan Islam dengan lebih efektif. Tujuan dari dakwah yang berkembang pesat di internet adalah untuk menyebarkan semangat keislaman ke seluruh dunia. Islam kini ditampilkan dengan cara yang lebih modern, melampaui batas-batas geografis, dan membentuk peradaban digital yang terhubung secara global melalui internet. Dengan demikian, dakwah digital menjadi metode baru dalam penyebaran dan transformasi nilai-nilai ajaran Islam. Ini memungkinkan pesan dakwah tersebar lebih luas, dengan tampilan yang menarik, dan dapat dilakukan dalam berbagai arah dengan menjangkau komunitas virtual yang sudah ada.

Namun, perkembangan teknologi saat ini juga membawa tantangan bagi para da'i. Dalam konteks ini, dakwah menghadapi dua tantangan. Pertama, ada tantangan keilmuan, di mana ilmu tentang dakwah tampak stagnan dalam perkembangannya. Kedua, ada tantangan praktik dakwah. Karena media kini menjadi sarana hiburan yang tidak bisa dihindari, kemajuan teknologi dapat membantu para da'i menyampaikan pesan mereka dengan cara yang menarik dan menghibur. Namun, di sisi lain, kemajuan teknologi ini bisa berdampak negatif pada orientasi da'i yang semakin berkembang dan mungkin menjadi bias.

Awalnya, dakwah yang lebih terkait dengan ibadah selalu didorong oleh motivasi ibadah itu sendiri. Namun, pergeseran metode dakwah melalui media akibat kemajuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi da'i. Seperti halnya selebriti, da'i juga mungkin dinilai berdasarkan materi atau popularitas.

Tantangan dalam dakwah di ruang virtual adalah potensi perluasan makna pesan. Pada awalnya, ruang virtual menjadi alternatif untuk dakwah, tetapi bisa jadi tidak maksimal. Banyak dakwah digital hanya dijadikan ajang untuk mendapatkan keuntungan finansial (seperti AdSense), sehingga tujuan syiar ajaran Islam bisa berubah menjadi bisnis semata. Konten-konten dakwah di platform digital saat ini cenderung lebih fokus pada orientasi keuntungan. Sementara itu, mad'u (audiens)

berpotensi diperlakukan sebagai komoditas daripada sebagai individu yang membutuhkan spiritualitas.

Selain itu, penggunaan internet sebagai media dakwah juga menimbulkan perdebatan tentang siapa yang memiliki otoritas dalam hal keagamaan. Di internet, orang bisa dengan bebas dan terbuka membangun identitas mereka. Keterbukaan ini membuat siapa pun bisa mengungkapkan pandangannya tentang identitasnya di dunia maya. Namun, hal ini juga bisa menyebabkan krisis dalam otoritas dan keaslian ajaran Islam. Kita tidak tahu siapa yang mengelola situs web Islam—apakah itu ulama yang berkompeten atau hanya orang-orang yang ingin menampilkan konten Islam.

Tantangan ini muncul bersamaan dengan masalah identitas, di mana pengelola situs bisa saja memiliki pemahaman yang salah tentang identitas dan makna ajaran Islam. Terkadang, kredibilitas pengelola situs dakwah di internet diragukan, termasuk seberapa baik mereka memahami Islam. Sebelum era digital, kebenaran ajaran agama biasanya hanya dipahami oleh orang-orang yang benar-benar ahli dalam ilmu agama. Selain itu, otoritas kebenaran juga dimiliki oleh mereka yang dianggap saleh secara pribadi maupun sosial. Ini menjadi dasar bagi para da'i untuk memiliki akhlak yang baik dan penguasaan berbagai disiplin ilmu.

Hal ini sejalan dengan teori komunikasi yang mengatakan bahwa komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan maksimal harus dilakukan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas dan kepribadian menarik.

Tantangan lainnya bagi dakwah di era digital adalah kurangnya penjagaan terhadap substansi ajaran Islam, yang menyebabkan kebingungan dan pencampuran makna. Karena tidak ada batasan yang jelas, sulit untuk membedakan antara hal-hal yang sakral dan yang biasa saja. Selain itu, budaya kritis, literasi, dan pemahaman autentik tentang ajaran Islam di kalangan pengguna internet sering kali sulit dijaga. Akibatnya, banyak orang hanya menyerap informasi apa adanya dari internet tanpa melakukan analisis lebih dalam.

4. KESIMPULAN

Dalam makalah ini, kami telah membahas etika dakwah di media digital, tantangan yang dihadapi, serta solusi yang bisa diterapkan untuk mengatasi masalah tersebut. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan peluang besar bagi para da'i untuk menyebarkan pesan-pesan Islam kepada audiens yang lebih luas melalui berbagai platform digital. Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan serius, seperti

penyebaran informasi yang tidak akurat, konten negatif dan provokatif, serta kurangnya regulasi yang dapat menyebabkan kesalahpahaman dan perpecahan di masyarakat.

Pentingnya pemahaman etika dalam dakwah semakin jelas, mengingat bahwa konten yang tidak etis dapat merusak reputasi dakwah dan menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, para da'i perlu dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai agar dapat menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Solusi yang diusulkan dalam makalah ini mencakup pendidikan dan pelatihan untuk para da'i, penggunaan platform terpercaya untuk menyebarkan pesan dakwah, kolaborasi dengan ahli komunikasi, pembuatan pedoman etika dakwah digital, serta mendorong dialog konstruktif di antara berbagai kelompok masyarakat. Dengan menerapkan solusi-solusi ini, diharapkan para da'i dapat lebih baik dalam menghadapi tantangan etika dakwah di media digital.

Secara keseluruhan, makalah ini menekankan bahwa dakwah di era digital memerlukan pendekatan yang bijaksana dan beretika agar pesan-pesan agama dapat disampaikan secara efektif dan tetap relevan dalam konteks sosial yang terus berkembang. Oleh karena itu, penguasaan etika dakwah di media digital sangat penting untuk menjaga integritas dan kredibilitas ajaran Islam dalam masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz bin Sholih. (2007). *Fikih sosial, tuntunan dan etika hidup bermasyarakat* (p. 51). Qisthi Press.
- Ahmad, N. (2014). Tantangan dakwah di era teknologi dan informasi: Formulasi karakteristik, popularitas, dan materi di jalan dakwah. *Addin*, 8(2), 319–344.
- Cahyani, A. D. (2019, May 24). Bijak dalam bersosial media. *Binus University Psychology*. <https://psychology.binus.ac.id/2019/05/24/bijak-dalam-bersosial-media/> (Accessed February 20, 2021)
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan etika bermedia: Kajian etika komunikasi netizen di media sosial Instagram dalam perspektif Islam. *Research Fair Unisri*, 3(1), 139–140.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di era media baru: Teori dan aktivisme dakwah di internet* (1st ed., p. 125). Sembiosa Rekatama Media.
- Habibi, M. (2018). Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12(1), 101–116.
- Hasan, A. F. (2020). *Ucapan yang mengandung murka Allah* (p. 15). Elex Media Komputindo.

- Permadi, D. P. (2023). Tantangan dakwah digital: Perspektif Herbert Marcuse. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(1), 95–112.
- Ramadhan, M. (2009). *Quantum ikhlas* (A. M. Shofa, Trans., pp. 40–41). Abyan.
- Rohimi, P. (2018). Dekonstruksi media sosial sebagai media penyiaran Islam. *Jurnal Dakwah*, 19(1).
- Rustandi, R. (2020). Disrupsi nilai keagamaan dan komodifikasi agama di era digital. *Sangkep: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3(1), 2.
- Wibowo, A. (2018). Kebebasan berdakwah di YouTube: Suatu analisis pola partisipasi media. *Mawaiz: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9(2), 226.
- Yayasan Karya Pemuda Indonesia. (1998). *Reformasi di Indonesia* (p. 332). Yayasan Karya Pemuda Indonesia.