

## **Praktik Dakwah Islam Di Media Digital dan Pengaruhnya**

Intiha'ul Khiyaroh

[intihaulkhiyaroh@iai-tabah.ac.id](mailto:intihaulkhiyaroh@iai-tabah.ac.id)

Avif Alfiyah

[avifalfiyah@iai-tabah.ac.id](mailto:avifalfiyah@iai-tabah.ac.id)

IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

### **Abstrak:**

Dakwah di media digital menjadi fenomena baru dalam kegiatan berdakwah di era society 5.0 dimana komponen utamanya manusia yang mampu menciptakan nilai baru melalui perkembangan teknologi. Melalui media sosial yang berada di genggaman manusia, dalam waktu kapan pun dan dimana pun bisa melakukan dakwah dengan berbagai konten yang bisa dihasilkan oleh mad'u dalam berdakwah. Perkembangan teknologi melahirkan fenomena menarik dalam kehidupan bermasyarakat saat ini, yakni maraknya budaya global dan kecenderungan masyarakat bergantung pada media. Dakwah di era milenial ini harus dapat memanfaatkan dengan baik terutama dalam penggunaan media-media baru. Jika tidak akan mempengaruhi akhlak dan moral para generasi milenial yang sejatinya mereka sedang mencari jati diri mereka. Keterkaitannya dengan dakwah, peran media sangat penting dan strategis dalam upaya penyampaian dakwah. Media mampu mengakses informasi dengan cepat dan tidak mengenal batas ruang dan waktu.

**Keywords:** Praktik dakwah Islam, Media digital, Media sosial

### **Abstract:**

Da'wah in digital media is a new phenomenon in da'wah activities in the era of society 5.0 where the main component is humans who are able to create new value through technological developments. Through social media that is in the hands of humans, anytime and anywhere can do da'wah with various content that can be produced by mad'u in preaching. The development of technology gave birth to an interesting phenomenon in today's social life, namely the rise of global culture and the tendency of society to depend on the media. Da'wah in this millennial era must be able to make good use of it, especially in the use of new media. If not, it will affect the morals and morals of the millennial generation, which in fact they are looking for their identity. In relation to da'wah, the role of the media is very important and strategic in the delivery of da'wah. The media is able to access information quickly and knows no boundaries of space and time.

**Keywords:** Islamic da'wah practice, digital media, social media

## **A. PENDAHULUAN**

Berbicara tentang media maka tidak bisa lepas dari perkembangan sejarahnya. Secara historis keberadaan media di Indonesia terbagi dalam beberapa klaster, diantaranya media tradisional, media massa berupa media cetak, radio dan televisi, kemudian muncul media baru yakni media digital atau online dan media sosial. Perkembangan media ini membuat

para pendakwah menyesuaikan metode dakwahnya sesuai karakteristik mad'u pada setiap pengguna medianya. Konsep media tradisional lebih menggunakan pola komunikasi tatap muka atau komunikasi interpersonal dalam berdakwah sudah dilakukan oleh para nabi hingga ulama-ulama sebelum munculnya media massa, bahkan metode dakwah tradisional ini masih bertahan sampai sekarang yang disampaikan pada Khutbah Jum'at di setiap minggunya.

Media massa mulai berdakwah secara tertulis di media cetak dilakukan oleh da'I dalam menyiarkan syariat Islam. Media ini sangat efektif pada masanya dimana sekitar tahun 1967-1990 an media mainstream yang ketika itu sebagai jargon media massa masih dikendalikan oleh pemerintah. Diawal tahun 1991, muncul beberapa televisi swasta yang bersiaran secara nasional sebagai kompetitor TVRI. Munculnya beberapa televisi swasta nasional ketika itu berpengaruh terhadap eksistensi radio dan media cetak lainnya. Dalam beberapa cetakan di media cetaka maupun siaran di radio dan televisi beberapa konten sudah mengandung dakwah Islam.

Keberadaan media digital saat ini memang tidak bisa dipisahkan dengan pola kehidupan masyarakat sehari-hari. Apalagi sekarang hadirnya teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet yang menjadi pendorong suburnya media digital menjadi kebutuhan pokok masyaakat dalam konteks transformasi dakwah secara tatap muka beralih dakwah tulisan dan video yang dapat dilihat di media digital dan media sosial. Gawai/gadget dibawa kemanapun manusia pergi, dalam aktivitas apapun gawai menjadi prioritas utama dalam penggunaannya.

## **B. PEMBAHASAN**

Keberadaan teknologi media digital tidak lantas menggerus atau menghilangkan media tradisional dan media massa yang pernah ada sebelumnya, sebagian masyarakat sekarang memang masih membutuhkan media tradisional maupun media massa terutama dalam praktik dakwah. besarDakwah tetap bisa dilakukan secara tatap muka antara satu dengan yang lain, kelompok, melalui tulisan bahkan sampai pada tayangan berupa video. Fenomena ini muncul karena kebutuhan manusia terhadap media digital menyebabkan pengguna media digital lebih besar dibandingkan dengan media tradisional yang sudah ada sebelumnya. Kehadiran media digital bukanlah sekedar bertumpu pada kecanggihan teknologinya saja, melainkan memiliki nilai sosial dan budaya bagi penggunanya.

Media digital telah menjadi substitusi media lain yang selama ini menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Modelnya yang pragmatis semakin banyak penggunanya karena semua informasi, hiburan, ilmu pengetahuan dan dakwah secara up to date berconvergensi dalam aplikasi media digital yang terdapat pada alat komunikasi berupa gadget atau smartphone.

Ciri khas media digital diantaranya:

a. Semua data dan konten di media digital bersifat digitalized bukan fisik layaknya di media massa. Konten digital adalah data computer, atau data elektronik yang berupa angka-angka yang dapat diterjemahkan computer atau perangkat keras yang dapat mengubah data tersebut sehingga dapat dipahami oleh pengguna computer.

b. interaktivitas: di media digital memungkinkan semua orang, termasuk pembaca dapat terlibat langsung dalam proses diskusi dalam suatu berita tersebut. Mereka tidak peduli apakah anda orang ahli, profesi, sudah dewasa atau belum, karena ruang untuk terlibat dalam diskusi sangat luas berupa fitur yang menyediakan akses untuk berinteraksi dengan media ataupun dengan orang lain.

c. Hipertekstual: di media digital terdapat hiperteks-hiperteks yang memungkinkan pengguna mengakses konten lain dengan cepat. Adanya hiperteks membuat orang dapat dengan mudah berpindah konten, melakukan pencarian konten dan lainnya. di media digital, hiperteks terdapat pada hampir setiap halaman.

d. Virtual: semua objek atau benda yang di-klik akan terlihat, hal ini karena media digital tidak memiliki objek fisik seperti media massa, majalah, koran dan lainnya. Identitas kita pun bisa dengan mudah dibuat dengan asal-asalan ketika kita ingin berkomentar pada media digital tersebut.

e. Simulasi: merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa yang dapat menambah pemahaman terhadap hal tersebut tanpa harus mengalami kejadian secara langsung. Adanya virtualisasi media digital dapat menghadirkan simulasi terhadap suatu peristiwa tertentu.

f. Ciri khas berikutnya adalah terhubung, baik konten ataupun pengguna media digital dapat saling terhubung dengan media lain yang ada di internet.

g. Individualitas: hampir semua orang bertindak atas kemauannya sendiri. Di media digital tidak ada yang memaksa untuk berlangganan dan tidak ada pula yang memaksa untuk tidak berkomentar. Selain itu, individualitas juga menunjukkan adanya kecenderungan pengguna media digital untuk menunjukkan pada dunia luas mengenai jati dirinya, seolah-olah mereka adalah seorang selebriti.

h. Kebebasan berekspresi dimiliki oleh semua orang yang terlibat dalam media digital meski tetap ada batasnya.

i. Kecepatan: akses dan update berita yang dapat terjadi hampir setiap detik lebih cepat apabila dibandingkan media massa yang paling cepat setiap satu hari sekali.

j. Akses luas, media digital memiliki akses melalui internet, hal ini memungkinkan media ini diakses banyak orang dari penjuru dunia dan hampir semua kelompok umur sehingga penetrasi informasi media digital sangat luas.

k. Gratis, media digital umumnya tidak berbayar kecuali untuk berlangganan.

l. Media digital menawarkan fitur alih bahasa yang sangat cepat berkat kemudahan dan kemajuan bahasa pemrograman yang ada di teknologi website.<sup>1</sup>

Seorang da'I di media digital maupun media sosial hendaknya memahami ciri khas media digital terlebih dahulu sebelum fokus berdakwah di dunia maya. Kesesuaian konten, narasi, penggunaan bahasa, penggunaan istilah dan contoh disesuaikan dengan segmentasi pengguna media digital.

## **1. Prinsip-prinsip Dakwah di Media Digital**

Dakwah merupakan usaha meyakinkan kebenaran kepada orang lain. Bagi masyarakat yang didakwahi, pesan dakwah yang tidak dapat dipahami tak lebih maknanya dari bunyi-bunyian. Jika dakwahnya berupa informasi maka materi dakwah tersebut dapat memperoleh pengertian, tetapi jika seruan dakwahnya merupakan panggilan jiwa, maka ia harus keluar dari jiwa. Seorang Da'I harus terlebih dahulu menjalankan petunjuk agama sebelum memberi petunjuk kepada orang lain. Kita ibaratkan seperti penjual minyak wangi, sebelum berjualan minyak wangi maka terlebih dahulu dirinya tercium aroma harus yang membuat pembeli senang dengan aromanya. Begitu juga dalam berdakwah, sebelum

---

<sup>1</sup> S. Arifianto. *Praktik Budaya Media Digital dan Pengaruhnya*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2018. hlm.55-56.

menyampaikan materi dakwah maka hendaknya seorang Da'I sudah melakukan apa yang telah disampaikan.

Oleh karena itu, untuk menjadikan dakwah itu efektif, masyarakat dakwah khususnya para Da'I harus memahami prinsip-prinsip dakwah sebagai berikut:

1. Berdakwah itu harus dimulai kepada diri sendiri (*ibda' binafsik*) dan kemudian menjadikan keluarganya sebagai contoh bagi masyarakat, *qu anfusakum wa ahlikum nara*. (QS. 66:6).
2. Secara mental, Da'I harus siap menjadi pewaris para nabi, yakni mewarisi para nabi, yakni mewarisi kejuangan yang berisiko, *al 'ulama waratsat al anbiya'*. Semua nabi juga harus mengalami kesulitan ketika berdakwah kepada kaumnya meski sudah dilengkapi mu'jizat.
3. Da'I harus menyadari bahwa masyarakat membutuhkan waktu untuk dapat memahami pesan dakwah, oleh karena itu dakwah pun harus memperhatikan tahapan-tahapan sebagaimana dahulu Nabi Muhammad harus melalui tahapan periode Mekkah dan Periode Madinah.
4. Da'I juga harus menyelami alam pikiran masyarakat sehingga kebenaran Islam bisa disampaikan dengan menggunakan logika masyarakat sebagaimana pesan rasul: *Khatib an nas 'ala qadri 'uqulihim*.
5. Dalam menghadapi kesulitan, Da'I harus bersabar, jangan bersedih atas kekafiran masyarakat dan jangan sesak napas terhadap tipu daya mereka (Q.S 16: 127) karna sudah menjadi *sunnatullah* bahwa setiap pembawa kebenaran pasti akan dilawan oleh orang kafir, bahkan setiap nabi pun harus mengalami diusir dari kaumnya. Seorang Da'I hanya bisa mengajak, sedangkan yang memberi petunjuk adalah Allah SWT.
6. Citra positif dakwah akan sangat melancarkan komunikasi dakwah, sebaliknya citra buruk akan membuat semua aktifitas dakwah menjadi kontraproduktif. Citra positif bisa dibangun dengan kesungguhan dan konsistensi dalam waktu lama, tetapi citra buruk dapat terbangun seketika hanya oleh satu kesalahan fatal. Dalam hal ini keberhasilan membangun komunitas Islam, meski kecil akan sangat efektif untuk dakwah.
7. Da'I harus memperhatikan tertib urutan pusat perhatian dakwah, yaitu prioritas pertama berdakwah sehubungan dengan hal-hal yang bersifat universal, yakni *al khair* (kebajikan), *yad'una ila al-khair* baru kepada amr ma'ruf dan kemudian nahi mungkar (QS. 3: 104). *Al-khair* adalah kebaikan universal yang datangnya secara

normatif dari Tuhan, seperti keadilan dan kejujuran, sedangkan *al-ma'ruf* adalah sesuatu yang secara “sosial” dipandang sebagai kepantasan. Sangat tidak produktif berdakwah dengan ramai-ramai membakar tempat maksiat (nahi mungkar) tetapi mereka sendiri tidak jujur dan tidak adil.<sup>2</sup>

## 2. Peranan Bahasa dalam Praktik Dakwah di Media Digital

Komunikasi begitu penting dalam interaksi sosial, karena interaksi sosial harus didahului oleh kontak dan komunikasi. Faktor bahasa sebagai salah satu alat interaksi sosial dapat juga dipandang menjadi salah satu aspek dari interaksi sosial tersebut. Bahkan para ahli seperti Wundt menganggap bahasa sebagai elemen (unsur) yang paling penting dalam masyarakat karena didalamnya terdapat unsur-unsur individu disenyawakan dengan jiwa masyarakatnya (bangsanya).

Dalam ajaran agama Islam, bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk ciptaan Allah. Komunikasi tidak harus dilakukan terhadap sesama manusia atau lingkungan hidupnya saja melainkan juga melakukan komunikasi kepada Tuhan-Nya. Dalam interaksi Da’i dan Mad’u, seorang Da’i dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui alat atau sarana bahkan media komunikasi yang ada. Tanpa kita pungkiri zaman sekarang ini media komunikasi yang sering dipakai dalam kehidupan sehari-hari adalah handphone/gadget. Hal ini tidak bisa dipisahkan dengan perkembangan media digital yang ada.

Bahasa komunikasi dalam proses berdakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tapi tujuan terpenting dalam komunikasi adalah mendorong mad’u untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama dengan terlebih dahulu memberikan pengertian, memengaruhi sikap, dan membina hubungan baik.

Sebagaimana dalam Firman Allah SWT dijelaskan:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu,

---

<sup>2</sup> Faizah, Lalu Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah. (Jakarta: Rahmat Semesta, 2006).

Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl. 125)

Dalam hubungannya dengan hidup sosial manusia, bahasa mempunyai beberapa fungsi sosial manusia, bahasa mempunyai beberapa fungsi sosial, yaitu komunikasi sosial, kontrol sosial, dan kerja sama sosial. Dalam situasi sosial

### **3. Pengaruh Dakwah Islam di Media Digital**

Islam sebagai agama yang universal sangat memperhatikan manusia sebagai individu, karena individu merupakan dasar bagi terciptanya masyarakat yang sejahtera, makmur, berkeadilan dan damai. Suatu masyarakat tidak akan sejahtera, damai, aman, dan berkeadilan jika tidak ditanamkan sedini mungkin makna dari nilai-nilai kedamaian, keadilan dan kesejahteraan kepada setiap individu dari masyarakat, karena masyarakat pada hakikatnya adalah komunitas yang terdiri dari individu-individu yang hidup di suatu daerah yang mempunyai keinginan dan tujuan yang sama untuk saling dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya dan manusia tidak akan mampu bertahan hidup hanya dengan sendirian (individual) tanpa bantuan orang lain, karena itu manusia oleh para sosiolog dianggap sebagai makhluk sosial.<sup>3</sup>

Media digital merupakan alat yang dikodekan menjadi format yang bisa dibaca dalam sebuah mesin (machine-readable) yang menggunakan gelombang distrik. Media digital dapat dilihat, didistribusikan, dimodifikasi serta yang bisa bertahan dalam perangkat elektronik digital. Media digital juga dapat diartikan sebagai sarana untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan melalui jaringan elektronik atau yang dalam era saat ini disebut sebagai new media.

Media digital sebagaimana julukannya sebagai new media tentunya berbeda dengan media yang terdahulu. Media digital dapat digunakan untuk menyampaikan informasi/pesan/dakwah dengan tanpa batasan waktu dan jarak. Pengguna media digital dapat mendapatkan informasi yang diinginkan tanpa perlu menunggu berhari-hari. Media digital yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian dakwah yakni media massa (televisi dan radio) serta media sosial. Indonesia sendiri dalam media massa masih dalam proses menuju pendigitalisasian maka dalam lingkup dakwah di Indonesia, media massa belum dapat

---

<sup>3</sup> Gerungan, W.A., Psikologi Sosial (Bandung: PT Eresco, 1988) hlm.24.

dibahas dalam artikel ini. Media digital dalam hal ini media sosial terdiri atas Blog, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lainnya.

Dakwah juga harus disampaikan secara persuasif dengan menggunakan cara berpikir dan cara merasakan kondisi masyarakat yang didakwahi sehingga mad'u menerima dan mematuhi seruan da'I serasa sedang mengikuti kehendak sendiri.

Setiap teknologi yang dipraktikkan pada kehidupan manusia, baik secara individu maupun kelompok selalu mengalami pegeseran dan perkembangan secara dinamis. Perkembangan teknologi tidak terlepas dari pola kehidupan dan kebudayaan manusia, khususnya masyarakat yang mengadopsinya. Senang atau tidaknya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet menjadi embrio lahirnya media digital. Media digital merupakan media dakwah di dunia global. Dimana dakwah media digital tidak bisa dibatasi dengan jarak geografis, ruang dan waktu, atau bahkan siapapun dia tidak akan sanggup untuk menghentikannya.

Perkembangan teknologi media digital telah kita rasakan bersama, bagi masyarakat yang sudah terbiasa dengan pengoprasionalan media digital maka akan menggunakan media digital tersebut secara produktif untuk mendukung kegiatannya, baik dalam berbisnis, berkomunikasi dan berdakwah. Perubahan masyarakat dalam menyampaikan materi dakwah dan tipe masyarakat yang ingin mencari informasi di media digital dapat dilihat bagaimana sikap, perilaku dan karakteristik masyarakat yang lahir pada tahun 1990-an ketika media digital mulai dikenal masyarakat Indonesia.

Dakwah adalah ajakan, panggilan atau seruan yang dilakukan dengan suara, kata-kata dan perbuatan. Maksud dari ajakan tersebut ialah usaha pendakwah (da'i) dalam mengajak seluruh umat manusia untuk lebih mengetahui tentang pencipta dan agamanya serta dituntun menuju jalan yang benar (Allah SWT). Dakwah berisikan pesan-pesan islami yang menghimbau umat manusia menjauhi perlakuan tercelah.

Abu Bakar Zakary menyatakan pendapatnya bahwa dakwah merupakan sebuah bentuk usaha para ulama serta mereka yang memiliki ilmu mengenai agama Islam untuk membagikan ilmu kepada masyarakat guna menyadarkan mereka terhadap segala hal tentang agama dan dunia sesuai dengan kemampuannya<sup>1</sup>. Untuk mencapai keefektivan dakwah dibutuhkan sebuah unsur yang disebut unsur-unsur dakwah, unsur-unsur tersebut kemudian terdiri atas;

1. Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah melalui lisan ataupun tindakan. Perlu dicatat bahwa setiap orang merupakan pendakwah ketika memberikan contoh yang benar.

2. Mad'u adalah orang yang menerima, mendengarkan, dan menindaklanjuti dakwah yang disampaikan oleh da'i.

3. Maddah, merupakan materi dakwah yang akan disampaikan da'i kepada mad'u. materi dakwah sebelumnya telah terkonsep yang berisi tentang akidah, syariah dan akhlak.

4. Wasilah, merupakan media/alat yang digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah.

5. Thariq, yaitu metode-metode dakwah yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya agar dapat dipahami dan tersampaikan dengan baik kepada mad'u.<sup>4</sup>

#### **4. Tantangan Dakwah Di Media Digital**

Media sosial sebagai cara penyebaran dakwah paling efektif. Media sosial juga sangat memungkinkan untuk dijadikan sarana dakwah yang lebih baik dan kreatif yakni melalui konten yang menarik seperti membuat dakwah melalui meme, video, audio, infografis dan sebagainya. Prinsip dasar membangun konten yang menarik di media sosial menurut Chaffey and Smith adalah kreatif, jujur dan sopan, individual, memahami audiens, dan melakukan pembaharuan secara berkala (Nursatyo, 2014). Kemunculan media digital sebagian orang mengasumsikan berpengaruh terhadap proses berdakwah.

Konsekuensi utama bagi transisi ke masyarakat informasi atau masyarakat terdidik adalah semakin melebarnya perbedaan antar generasi yang disertai dengan kontraksi waktu yang menimbulkan kesenjangan. Perusahaan-perusahaan komputer mempekerjakan para remaja genius yang memiliki bakat alam untuk menguasai komputer dan membentuk jaringan mereka sendiri menjauh dari level generasi tua yang ada saat ini.

Budaya komputer atau cyberculture semakin tampak jelas beraada diambang kecepatan perkembangan teknologi yang luar biasa. Bagi mereka yang berkecimpung di dunia cyberculture bergema dengan fantasi transendentalis berupa pembebasan diri dari batas apapun secara metafisik maupun fisik (Holmes, 2012: 395). Straubhaar dan LaRose (2002: 14) sebagaimana dikutip oleh Nasrullah bahwa ada perubahan terminologi menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal (mass production), distribusi massal (mass distribution), sampai pada efek yang

---

<sup>4</sup> Abdullah, Muhammad Qadaruddin. "Pengantar Ilmu Dakwah". 2019. CV Penerbit Qiara Media.

berbeda dengan apa yang ada di media massa. Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time.

Karakteristik media baru dengan term network, interactivity, information, interface, archive, dan stimulation. Ini berarti bahwa pada media baru khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai obyek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu (Nasrullah, 2014: 13-14).

Salah satu hal yang penting dalam perkembangan media adalah cara pandang dan cara menyikapi khalayak terhadap berbagai konten media yang datang menerpa. Pesan media merupakan pesan yang dikonstruksi dan realitas media kadang berbeda dengan realitas yang sebenarnya. Bahkan beberapa pesan media memiliki dampak buruk. Cara pandang kita terhadap konten media menentukan cara kita bersikap terhadap konten media tersebut. Setiap orang yang terlibat memiliki kewajiban untuk tanggung jawab partisipasi. Bagi orang-orang yang bekerja di industri media artinya secara profesional dan etik menciptakan dan mengirimkan konten.

### **C. KESIMPULAN**

Perkembangan teknologi yang begitu pesat menjadi peluang dakwah, mana kala para dai berani untuk mengambil posisi yang tepat dalam berbagai ranah sosial politik, selanjutnya mengupgrade kemampuannya dalam menguasai teknologi media komunikasi yang berkembang seperti sekarang ini. Dengan membekali kemampuan diri dalam praktik dunia siber dengan segala bentuk jelamaannya sebagaimana yang telah penulis paparkan di atas. Sedangkan perkembangan teknologi informasi di media sosial akan menjadi tantangan yang berat, karena pengguna teknologi memiliki berbagai latar belakang dan motivasi yang beragam. Kecenderungan media sosial pada saat ini masih didominasi oleh pengguna para netizen yang tidak mengindahkan kode etik dalam menggunakan media sosial. Hal inilah yang sangat mengkhawatirkan karena dapat mempengaruhi perilaku negatif dan mindset masyarakat yang keliru.

Setelah mengetahui karakter media digital dan media sosial yang berada digenggaman manusia maka seorang da'I harus bisa menyesuaikan materi yang disampaikan kepada mad'u baik dalam bentuk tulisan maupun tontonan. Pesan media merupakan pesan yang dikonstruksi dan realitas media kadang berbeda dengan realitas yang sebenarnya. Bahkan

beberapa pesan media memiliki dampak buruk. Cara pandang kita terhadap konten media menentukan cara kita bersikap terhadap konten media tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. "Pengantar Ilmu Dakwah". 2019. CV Penerbit Qiara Media.
- Ball, Rokeach dan DeFluer (Terj), 1988. *Teori Komunikasi Massa*, Kuala Lumpur Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Faizah, Lalu Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah. Jakarta: Rahmat Semesta, 2006.
- Gerungan, W.A., Psikologi Sosial. Bandung: PT Eresco, 1988.
- Holmes, David, 2012. *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Nursatyo. (2014). Daya Tarik Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Sosial The Attractiveness Of Marketing Communication Messages in Social Media. Universitas Nasional Jakarta.