

STRATEGI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM DI ERA DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Rivaldo¹, Sayidah Afyatul Masruroh²

Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
rivaldopaldo8@gmail.com¹, sayidah.afya@gmail.com²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi penyiaran Islam di era digital, khususnya melalui media sosial. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial menjadi salah satu platform utama dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan. Dalam konteks ini, strategi yang digunakan oleh lembaga penyiaran Islam menjadi sangat penting untuk memastikan pesan yang disampaikan efektif dan dapat diterima oleh audiens yang beragam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus terhadap beberapa akun media sosial yang aktif dalam penyiaran pesan-pesan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif mencakup pemilihan platform yang tepat, penggunaan konten visual dan interaktif, serta pendekatan yang adaptif terhadap dinamika digital. Kesimpulannya, keberhasilan penyiaran Islam di media sosial sangat bergantung pada kemampuan menyampaikan pesan yang relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Penyiaran Islam, Era Digital, Media Sosial.

Abstract: This study aims to analyze the communication strategy of Islamic broadcasting in the digital era, particularly through social media. With the rapid development of information technology, social media has become one of the main platforms for spreading religious messages. In this context, the strategies used by Islamic broadcasting institutions are crucial to ensure that the messages conveyed are effective and can be accepted by a diverse audience. The research method used is qualitative analysis with a case study approach on several social media accounts that are active in broadcasting Islamic messages. The results of the study show that effective communication strategies include selecting the right platforms, using visual and interactive content, and adopting an adaptive approach to the dynamics of the digital world. In conclusion, the success of Islamic broadcasting on social media greatly depends on the ability to deliver messages that are relevant, engaging, and easily understood by various segments of society.

Keywords: Communication Strategy, Islamic Broadcasting, Digital Era, Social Media.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang penyiaran agama. Teknologi ini telah mengubah cara penyebaran informasi dan komunikasi, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan agama, terutama Islam. Salah satu media yang berperan besar dalam mengubah cara penyiaran Islam adalah media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube telah merubah cara orang berinteraksi dan memperoleh informasi, termasuk dalam konteks keagamaan. Di Indonesia, sebagai negara dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia, fenomena penyiaran Islam melalui media sosial semakin berkembang pesat dengan cara yang lebih fleksibel dan interaktif.

Penyiaran Islam pada dasarnya merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, atau menyampaikan ajaran agama yang diridhai oleh Allah kepada umat, serta mengarahkan mereka untuk menghindari perilaku negatif yang sangat dibenci oleh Allah dan menjauhkan mereka dari keridhaan-Nya. Implementasi ajaran Islam yang diwajibkan bagi setiap Muslim mencerminkan gerakan dakwah amar ma'ruf nahi munkar, yang mengajak umat untuk melaksanakan perintah Allah. Sebab pada dasarnya, manusia adalah hamba Allah yang sering berbuat dosa dan mudah lupa. Oleh karena itu, kaum Muslim senantiasa dipanggil oleh Allah untuk selalu berada dalam perlindungan-Nya melalui syafaat-Nya dengan cara melaksanakan dakwah di jalan-Nya. Allah berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُم بَآئِتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Selain itu, perkembangan zaman yang semakin pesat, didukung oleh teknologi yang terus berkembang seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan, dapat dijadikan sebagai sarana dakwah bagi seorang komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, di mana komunikator berperan sebagai da'i dan komunikan sebagai mad'u. Seiring dengan berkembangnya media sosial juga muncul berbagai tantangan dan kesempatan baru dalam penyiaran Islam. Di satu sisi, media sosial memungkinkan penyebaran pesan agama dengan cepat dan luas. Namun, di sisi lain, media sosial juga memerlukan penyesuaian strategi komunikasi untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens yang memiliki beragam latar belakang, usia, dan pemahaman agama yang berbeda.

Penyiaran Islam di era digital menghadirkan tantangan dan peluang baru dalam proses dakwah dan komunikasi agama. Sebelumnya, penyiaran Islam dilakukan melalui media konvensional seperti radio, televisi, dan majalah. Namun, dengan hadirnya media sosial, proses penyiaran ini tidak lagi terbatas pada platform tradisional dan dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Masyarakat kini memiliki akses langsung terhadap berbagai informasi agama, termasuk tafsir, ceramah, diskusi, dan ajakan untuk menjalankan ajaran Islam. Meskipun demikian, penggunaan media sosial dalam penyiaran Islam juga menghadapi tantangan, seperti risiko penyebaran informasi yang tidak akurat, perbedaan pemahaman agama, serta potensi penyalahgunaan platform digital untuk kepentingan tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memahami strategi komunikasi yang tepat dalam penyiaran Islam di era digital ini. Strategi komunikasi yang efektif dapat membantu menyampaikan pesan-pesan agama secara jelas, menarik, dan relevan dengan audiens masa kini. Dalam konteks ini, penyiaran Islam tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk membangun pemahaman yang mendalam, mengedukasi masyarakat, serta membentuk perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh para penyiar Islam di media sosial dan bagaimana mereka mengoptimalkan platform digital untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Penelitian ini juga akan menggali faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial serta tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan dalam penyiaran Islam melalui media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang proses komunikasi yang berlangsung antara komunikator (da'i) dan komunikan (mad'u) dalam konteks dakwah di media sosial. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang mencakup konten-konten dakwah Islam yang tersebar di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube. Sumber data utama berasal dari akun-akun media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam penyebaran pesan Islam, yang mencakup video ceramah, teks, gambar, dan infografis yang digunakan dalam dakwah. Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah studi dokumentasi, yang melibatkan observasi dan pencatatan terhadap konten dakwah Islam yang dipublikasikan di media sosial. Peneliti akan mengidentifikasi akun-akun media sosial yang aktif dalam penyiaran Islam, kemudian mengumpulkan konten yang relevan dengan topik penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah suatu rencana atau pendekatan yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Berbagai ahli memberikan pengertian yang berbeda mengenai strategi komunikasi, di antaranya, James E. Grunig, seorang ahli dalam bidang komunikasi, mendefinisikan strategi komunikasi sebagai cara sistematis dan terencana untuk menyampaikan pesan yang dapat mempengaruhi opini atau perilaku audiens. Dalam konteks komunikasi publik dan hubungan masyarakat, Grunig menyarankan penggunaan strategi komunikasi yang terstruktur untuk mencapai tujuan organisasi atau penyampaian pesan dengan efektif.

Cutlip dan Center dalam bukunya *Effective Public Relations* menyatakan bahwa strategi komunikasi mencakup perencanaan komunikasi yang terorganisir untuk memastikan pesan yang tepat disampaikan kepada audiens yang tepat dengan cara yang paling efektif. Mereka menekankan pentingnya mendefinisikan tujuan, memilih saluran yang tepat, dan menyesuaikan pesan sesuai dengan audiens. Dan David Berlo mengemukakan bahwa strategi komunikasi berfokus pada pengiriman pesan yang jelas dan efektif dengan mempertimbangkan aspek pengirim, pesan, saluran komunikasi, dan penerima. Berlo menekankan bahwa komunikasi yang efektif bergantung pada pemahaman mendalam tentang elemen-elemen ini untuk meminimalkan gangguan yang bisa menghambat penyampaian pesan.

Strategi komunikasi sangat berkaitan dengan prinsip-prinsip dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif. Beberapa prinsip utama dalam strategi komunikasi Islam, sebagaimana tercantum dalam Al-Quran, menganjurkan penggunaan kebijaksanaan dalam berdakwah. "Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah (kebijaksanaan) dan nasihat yang baik, serta ajaklah mereka berdialog dengan cara yang baik" (QS. An-Nahl: 125). Komunikasi yang sukses dapat disebut sebagai komunikasi yang efektif. Komunikasi tersebut tercapai ketika komunikator berhasil menyampaikan maksud dan tujuannya dengan jelas, sehingga pesan yang dikirimkan oleh pengirim sesuai dan dapat dipahami dengan baik oleh penerima.

2. Aspek Penting dalam Strategi Komunikasi

a. Tujuan dan Sasaran

Grunig & Hunt (1984) menjelaskan bahwa untuk membangun strategi komunikasi yang efektif, penting untuk memiliki tujuan yang jelas. Tujuan ini dapat berupa peningkatan kesadaran, perubahan sikap, atau perubahan perilaku audiens. Setiap pesan komunikasi perlu disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai.

b. Audiens yang Tepat

Kotler & Keller (2012) menyarankan pentingnya segmentasi audiens untuk menyampaikan pesan yang relevan. Strategi komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik audiens yang berbeda dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan mereka, seperti kelompok usia, minat, atau kebutuhan tertentu.

c. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi yang dipilih dalam strategi komunikasi akan menentukan seberapa efektif pesan dapat diterima oleh audiens. Berlo (1960) menekankan pentingnya memilih saluran yang sesuai dengan audiens dan konteksnya untuk memastikan pesan dapat diterima dengan jelas.

d. Feedback dan Evaluasi

Dalam strategi komunikasi, feedback atau umpan balik sangat penting untuk mengevaluasi apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar oleh audiens. Shannon & Weaver (1949) menekankan bahwa umpan balik adalah komponen kunci dalam mengurangi gangguan dan memastikan komunikasi berlangsung secara efektif.

3. Konten Dakwah di Media Sosial

Berdasarkan analisis terhadap konten dakwah yang tersebar di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube, ditemukan beberapa pola yang menonjol dalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh da'i (komunikator) dalam penyiaran Islam. Konten dakwah yang dianalisis menunjukkan keberagaman format, termasuk video ceramah, kutipan ayat atau hadis, gambar, dan infografis. Semua format ini memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif kepada audiens yang lebih luas. Konten dakwah yang berbentuk video ceramah, yang ditemukan paling sering di platform YouTube, menunjukkan pola komunikasi yang lebih mendalam, mengajak audiens untuk merenung dan memahami ajaran Islam lebih baik. Sedangkan konten berupa gambar dan infografis di Instagram lebih mengarah pada penyebaran pesan secara cepat dan menarik, mengingat audiens media sosial cenderung mencari informasi secara visual dan cepat.

Contohnya instagram sebagai alat dakwah, dengan berbagai fitur yang mendukung konten visual seperti foto, video pendek, dan Instagram Stories, dapat memudahkan pendakwah dalam menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik dan mudah dijangkau. Penggunaan elemen visual yang kuat terbukti efektif untuk menarik perhatian audiens, terutama generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten berbasis visual. Fitur-fitur Instagram seperti story, siaran langsung, feed, dan reels memungkinkan sesi tanya jawab langsung, ceramah, atau diskusi keagamaan, serta mendukung interaksi secara real-time dengan pengikut.



Gambar 1. Konten Dakwah Melalui Instagram

Gambar di atas menunjukkan Abi Quraish menggunakan Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer untuk menyebarkan dakwahnya. Ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang efektif di era digital, mengingat Instagram memiliki jangkauan luas yang memungkinkan konten cepat dan mudah diakses oleh banyak orang. Postingan Abi Quraish sering kali berupa video dakwah, yang sangat efektif karena visualisasi memudahkan pemahaman pesan. Video juga lebih menarik perhatian dan mudah dibagikan oleh pengguna, yang pada gilirannya memperluas jangkauan dakwah. Kehadiran langsung melalui video memberikan kesan personal dan mendekatkan dai dengan audiens.

Setiap video yang diunggah oleh Abi Quraish mengangkat tema-tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini merupakan strategi yang penting, karena membuat dakwah menjadi lebih relevan dengan situasi dan kebutuhan audiens saat ini. Menyampaikan ajaran Islam dalam konteks yang mudah dipahami dan terhubung dengan kehidupan nyata sangat membantu audiens. Selain itu, Instagram memungkinkan interaksi dua arah melalui komentar, likes, dan direct messages, yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari audiens, membuka ruang untuk diskusi dan klarifikasi, serta meningkatkan keterlibatan audiens dalam dakwah yang disampaikan.

Dengan konsisten mengunggah konten berkualitas, Abi Quraish berhasil membangun branding sebagai seorang ulama yang aktif di media sosial. Konsistensi dalam memberikan dakwah yang bermanfaat dan berkualitas membantu membangun kepercayaan audiens.

Menciptakan identitas digital yang kuat sebagai sumber terpercaya untuk pembelajaran Islam juga sangat penting. Dengan demikian, Abi Quraish mampu menyampaikan pesan Islam secara luas dan mendalam, seiring dengan tuntutan era digital.



Gambar 2. Konten Dakwah Melalui Youtube

Gambar diatas yaitu dakwah melalui YouTube, Ustad Abdul Somad menggunakan platform YouTube untuk menyebarkan dakwah Islam secara efektif di era digital. Melalui akun YouTube-nya, Ustad Abdul Somad sering mengunggah video dakwah yang mengangkat tema-tema tertentu, yang kemudian dibahas sesuai dengan pandangan Islam dan didukung Al-qur'an dan hadits. Ustad Somad tidak hanya memberikan ceramah tentang masalah agama, tetapi juga membahas isu sosial, kehidupan sehari-hari, serta persoalan-persoalan yang tengah hangat dibicarakan di masyarakat. Ini membuat dakwahnya relevan dan menarik bagi berbagai kalangan. Sehingga hal ini menjadi strategi sangat efektif dalam meningkatkan kualitas dakwah Islam, karena YouTube adalah salah satu platform media sosial yang memiliki jangkauan luas dan memiliki konten untuk diakses oleh audiens global dengan mudah.

Ustad Somad memanfaatkan potensi besar YouTube untuk dakwah dengan mengunggah video yang tidak hanya mendalami tema-tema islami, tetapi juga sering kali menyampaikan dakwahnya dengan penuh semangat dan emosi, terutama ketika membahas hal-hal yang dianggap penting bagi umat Islam, seperti masalah akidah, moralitas, dan kehidupan akhirat. Gaya ini mampu menyentuh perasaan audiens dan membuat pesan yang disampaikan lebih mendalam. Ustaz Somad juga dikenal dengan konsistensinya dalam mengupload video dakwah di YouTube, yang membuat para pengikutnya terus mengikuti perkembangan konten-kontennya dan menantikan ceramah terbaru yang dipublikasikan.

Ustaz Somad dikenal sering menyelipkan humor dalam ceramahnya. Meskipun humor yang digunakan tetap dalam koridor yang sopan, hal ini membuat suasana dakwah terasa lebih santai dan tidak kaku. Ia juga sering menunjukkan sikap ramah dan akrab dengan audiens, baik di video maupun dalam ceramah langsung. Ustaz Somad memiliki gaya penyampaian yang sederhana dan mudah dipahami, bahkan untuk audiens yang tidak memiliki latar belakang agama yang mendalam. Ia sering menggunakan bahasa yang sehari-hari dan contoh-contoh praktis yang relevan dengan kehidupan masyarakat, membuat dakwahnya terasa dekat dan mudah diterima. Dalam banyak video dakwahnya, Ustaz Somad juga sering menyertakan sesi tanya jawab, di mana ia memberikan penjelasan terhadap berbagai pertanyaan yang diajukan oleh umat. Hal ini menjadikan ceramahnya lebih interaktif dan memberikan ruang bagi audiens untuk lebih memahami isu-isu agama yang kompleks.

4. Strategi Komunikasi yang Digunakan

Berdasarkan analisis konten, ada beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh komunikator dalam penyiaran Islam melalui media sosial:

- a. Pendekatan Multimedial: Penggunaan berbagai media seperti teks, gambar, dan video merupakan salah satu strategi utama yang ditemukan. Setiap platform digunakan secara optimal, dengan YouTube lebih banyak digunakan untuk ceramah panjang dan diskusi, Instagram untuk gambar yang menarik, serta Twitter untuk menyampaikan pesan singkat dan tajam. Pendekatan multimedial ini meningkatkan daya tarik pesan dakwah, memungkinkan audiens untuk memilih format yang paling sesuai dengan preferensi

mereka.

- b. Interaktivitas dengan Audiens: Salah satu karakteristik penting dari dakwah melalui media sosial adalah adanya interaksi dua arah antara komunikator dan komunikan. Penggunaan fitur komentar, polling, dan tanya jawab di platform seperti Instagram dan Twitter memungkinkan audiens untuk langsung berpartisipasi dan memberi tanggapan terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kedekatan antara da'i dan mad'u tetapi juga memperkuat pemahaman dan keterlibatan audiens.
- c. Personal Branding dan Pengaruh Da'i: Banyak da'i yang membangun personal branding yang kuat di media sosial, dengan menampilkan diri mereka sebagai figur yang kredibel dan inspiratif. Gaya komunikasi mereka yang santai namun tetap mengedukasi menarik audiens dari berbagai kalangan. Keberadaan da'i yang sudah memiliki pengikut loyal memungkinkan mereka untuk menyebarkan pesan Islam secara lebih efektif, mengingat pengikut akan lebih cenderung mempercayai pesan dari figur yang sudah mereka kenal dan hormati.
- d. Penyampaian Pesan yang Relevan dan Kontemporer: Penyiaran Islam melalui media sosial juga menunjukkan kecenderungan untuk menyesuaikan pesan dakwah dengan isu-isu kontemporer. Banyak da'i yang mengaitkan ajaran Islam dengan masalah sosial dan politik terkini, sehingga pesan dakwah menjadi lebih relevan dan mudah dipahami oleh audiens yang lebih muda, yang aktif mengikuti perkembangan berita terkini melalui media sosial.

5. Tantangan dalam Penyiaran Islam Melalui Media Sosial

Meskipun strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh da'i dalam penyiaran Islam di media sosial:

- a. Perbedaan Interpretasi Ajaran Islam: Salah satu tantangan utama dalam penyiaran Islam melalui media sosial adalah adanya berbagai interpretasi atas ajaran Islam. Perbedaan pemahaman ini kadang menimbulkan kontroversi dan kritik, terutama terkait dengan cara penyampaian atau pemahaman teks-teks agama. Da'i harus berhati-hati dalam menyampaikan pesan untuk menghindari kesalahpahaman atau potensi perpecahan dalam komunitas umat Islam.
- b. Isu Hoaks dan Informasi Tidak Akurat: Di era digital, penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks juga menjadi masalah besar. Terkadang, pesan dakwah yang tidak berdasarkan pada sumber yang kuat dapat dengan cepat tersebar, membingungkan audiens dan merusak kredibilitas penyiaran Islam melalui media sosial. Oleh karena itu, penting bagi da'i untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sudah terverifikasi dan akurat.
- c. Keterbatasan Interaksi secara Langsung: Salah satu tantangan lainnya adalah keterbatasan dalam interaksi langsung dengan audiens. Meskipun media sosial menyediakan ruang untuk komunikasi dua arah, interaksi yang terjadi tetap terbatas pada bentuk tulisan atau komentar, sehingga terkadang pesan yang disampaikan tidak sepenuhnya dapat dipahami dengan baik, terutama bagi mereka yang membutuhkan penjelasan lebih mendalam.

6. Keuntungan dan Dampak Positif Penyiaran Islam melalui Media Sosial

Penyiaran Islam melalui media sosial memiliki banyak keuntungan, di antaranya:

- a. Jangkauan yang Luas: Media sosial memungkinkan pesan dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Setiap orang yang memiliki akses ke internet dapat mengakses pesan dakwah, menjadikan dakwah lebih inklusif dan terbuka untuk semua kalangan.
- b. Fleksibilitas dalam Penyampaian Pesan: Da'i dapat menyampaikan pesan dakwah kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan kesediaan audiens. Dengan adanya berbagai platform media sosial, pesan dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi audiens yang berbeda-beda.
- c. Pemberdayaan Audiens: Audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga dapat

berpartisipasi aktif dalam menyebarkan pesan dakwah. Hal ini memungkinkan pesan untuk disebar lebih cepat dan lebih luas, meningkatkan pengaruh dakwah di kalangan masyarakat.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama dalam penyiaran dakwah Islam sangat penting, mengingat pesatnya perkembangan teknologi digital. Media sosial memberikan peluang besar bagi para penyiar dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk kalangan muda yang aktif di platform tersebut. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat sangat diperlukan agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Salah satu pendekatan yang perlu diutamakan adalah pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan kehidupan audiens, serta mencerminkan nilai-nilai Islam yang moderat, toleran, dan edukatif. Media sosial yang bersifat interaktif memungkinkan terjalinnya komunikasi dua arah antara penyiar dakwah dan audiens, yang dapat mempercepat proses diskusi dan klarifikasi. Namun, di sisi lain, era digital juga menghadirkan tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau disinformasi, yang dapat menyesatkan pemahaman terhadap ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi penyiar untuk memastikan informasi yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam yang benar dan tidak menimbulkan polarisasi. Meskipun media sosial memungkinkan terjadinya perbedaan pandangan, jika digunakan dengan bijak, penyiaran Islam melalui media sosial dapat menjadi alat dakwah yang efektif, mendekatkan pesan dakwah kepada masyarakat, serta lebih relevan dengan kebutuhan zaman digital.

Daftar Pustaka

- Abrori dan M. Sofyan A. 2023. Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat. *Mu'ashir : Jurnal Dakwah & Komunikasi Islam*. 1(1), 29-40.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2017). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Kemenag RI.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-Plam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31764>.
- Nurhadi, Z. F. dan A. Wildan K. 2017. Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*. 3(1).
- Pimay, A. dan Fania M. S. 2021. Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 41(1), 43-55
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In ke-26. PT Alfabet.
- Wahyu Ilaihi. (2010). *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.
- Zuwirna. (2001). Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*. 1(1), 1-8