Model Dakwah Islam Berbasis Media Sosial dalam Menghadapi Disinformasi Keagamaan

Ralisma Andika Wati
UIN Sunan Kalijaga
Email: *andikaralisma@gmail.com*

Abstract

The evolution of social media has transformed the patterns of Islamic dakwah (preaching/missionary work) by creating a space for the dissemination of religious messages that is faster, more expansive, and more interactive. Conversely, the ease of information production and distribution has given rise to issues such as religious disinformation, which can influence public understanding of Islamic teachings. This study aims to analyze social media-based Islamic dakwah models in the context of countering religious disinformation and to identify communication principles that can foster credible and responsible digital dakwah. A qualitative approach utilizing a literature review method was employed. Data were gathered from books, journal articles, the Qur'an, Hadith, and various sources relevant to digital dakwah, Islamic communication, digital literacy, and religious disinformation. A descriptive-analytical analysis was conducted to identify Islamic concepts, strategies, and values relevant to dakwah communication on social media. The findings indicate that social media-based Islamic dakwah models for addressing disinformation can be developed by integrating principles such as tabayyun (verification), education, clarification, dialogue, persuasive approaches, and digital literacy. Tabayyun serves as the fundamental basis for verifying information before acceptance or dissemination, while education and digital literacy enhance the public's ability to assess the credibility of religious sources. Clarification is carried out through reasoned and courteous argumentation, whereas dialogic and persuasive approaches are used to foster open communication and avoid conflict in the digital space. This model positions the da'i (preacher) not merely as a conveyor of religious messages, but also as an educator, communicator, and driver of digital literacy. Thus, social media-based dakwah can serve as a strategic instrument in cultivating a critical, moderate, and responsible society capable of navigating the flow of religious information in the digital era.
Keywords: *Model, Dakwah, Islam, Media, Social.*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi dakwah Islam dengan menghadirkan ruang penyebaran pesan keagamaan yang lebih cepat, luas, dan interaktif. Di sisi lain, kemudahan produksi dan distribusi informasi juga memunculkan persoalan berupa disinformasi keagamaan yang dapat memengaruhi pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model dakwah Islam berbasis media sosial dalam menghadapi penyebaran disinformasi keagamaan serta mengidentifikasi prinsip-prinsip komunikasi yang dapat digunakan untuk membangun dakwah digital yang kredibel dan bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data diperoleh dari buku, artikel jurnal, Al-Qur'an, hadis, dan berbagai literatur yang relevan dengan dakwah digital, komunikasi Islam, literasi digital, dan disinformasi keagamaan. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan mengidentifikasi konsep, strategi, dan nilai-nilai Islam yang relevan dengan komunikasi dakwah di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model dakwah Islam berbasis media sosial dalam menghadapi disinformasi dapat dikembangkan melalui integrasi prinsip tabayyun, edukasi, klarifikasi, dialog, pendekatan persuasif, dan literasi digital. Tabayyun menjadi landasan utama dalam memverifikasi informasi sebelum diterima atau disebarluaskan, sedangkan edukasi dan literasi digital

berfungsi meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menilai kredibilitas sumber keagamaan. Klarifikasi dilakukan secara argumentatif dan santun, sementara pendekatan dialogis dan persuasif digunakan untuk membangun komunikasi yang terbuka serta menghindari konflik di ruang digital. Model tersebut menempatkan da'i tidak hanya sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai pendidik, komunikator, dan penggerak literasi digital. Dengan demikian, dakwah berbasis media sosial dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun masyarakat yang kritis, moderat, dan bertanggung jawab dalam menghadapi arus informasi keagamaan di era digital.
Kata kunci: Model, Dakwah, Islam, Media, Sosial.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan.[1] Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan berbagai platform digital lainnya telah menjadi ruang baru bagi aktivitas dakwah Islam. Melalui media tersebut, pesan dakwah dapat disampaikan secara cepat, luas, interaktif, dan tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Dai, ustaz, lembaga keagamaan, maupun masyarakat umum dapat memproduksi dan menyebarkan konten keislaman dalam berbagai bentuk, seperti ceramah, video pendek, podcast, infografis, artikel, maupun diskusi daring. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi dakwah Islam untuk menjangkau generasi muda yang semakin dekat dengan teknologi digital. Namun, perkembangan media sosial juga menghadirkan persoalan serius berupa meningkatnya penyebaran disinformasi keagamaan. Informasi yang berkaitan dengan ayat Al-Qur'an, hadis, hukum Islam, fatwa, tokoh agama, maupun isu-isu keagamaan sering kali disebarkan tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Informasi yang tidak lengkap, dipotong dari konteksnya, salah ditafsirkan, atau sengaja dimanipulasi dapat dengan mudah memperoleh perhatian publik karena karakter media sosial yang mengutamakan kecepatan, popularitas, dan keterlibatan pengguna. Akibatnya, masyarakat dapat menerima informasi keagamaan yang belum tentu memiliki dasar yang benar dan kemudian menyebarkannya kembali kepada pengguna lain.[2]

Disinformasi keagamaan memiliki dampak yang lebih kompleks dibandingkan disinformasi pada bidang umum karena menyangkut keyakinan, praktik ibadah, identitas, dan hubungan sosial masyarakat. Informasi keagamaan yang keliru dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam, memperkuat prasangka terhadap kelompok tertentu, memunculkan konflik, bahkan mendorong sikap intoleran dan ekstrem. Dalam konteks tersebut, dakwah Islam tidak cukup hanya berfungsi sebagai aktivitas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga perlu berperan sebagai instrumen literasi keagamaan dan komunikasi publik yang mampu membantu masyarakat membedakan informasi yang benar, keliru, dan menyesatkan. Persoalan tersebut semakin penting karena media sosial telah mengubah posisi masyarakat dari sekadar penerima pesan menjadi sekaligus produsen dan distributor informasi.[3] Setiap pengguna memiliki kemampuan untuk membuat, mengomentari, mengedit, dan menyebarkan konten keagamaan. Kondisi ini memberikan peluang bagi

[1] Ilham Ansori Hasibuan and Candra Krisna Jaya, "Komunikasi Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 1 (2025): 01–16, https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860.

[2] Samsul Rani, "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 207–16, https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513.

[3] Muhammad Anshori, Januri, and Aulia Gusnita, "Perkembangan Teknologi Dan Pembangunan Agama," *Jurnal Syiar-Syiar* 6, no. 1 (2026): 64–80, https://journal.utnd.ac.id/index.php/syiar/article/view/2824/1170.

demokratisasi dakwah, tetapi pada saat yang sama menciptakan tantangan terhadap otoritas keagamaan. Tidak semua orang yang menyampaikan informasi keislaman di media sosial memiliki kompetensi keilmuan yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan model dakwah yang tidak hanya menarik secara digital, tetapi juga memiliki landasan keilmuan, etika komunikasi, dan mekanisme verifikasi informasi yang kuat.[4]

Dalam perspektif Islam, penyampaian informasi harus dilakukan secara bertanggung jawab. Prinsip tabayyun menjadi salah satu landasan penting dalam menghadapi informasi yang belum jelas kebenarannya. QS. Al-Hujurat ayat 6 memberikan prinsip untuk melakukan pemeriksaan terhadap suatu berita sebelum mempercayai atau menyebarkannya.[5] Prinsip tersebut memiliki relevansi yang sangat kuat dengan kehidupan digital karena pengguna media sosial sering kali berhadapan dengan informasi yang datang secara cepat dan berulang. Tabayyun dapat dikembangkan sebagai prinsip etis dalam dakwah digital melalui kegiatan pemeriksaan sumber, verifikasi dalil, pemeriksaan konteks, dan klarifikasi kepada pihak yang memiliki kompetensi keagamaan. Selain tabayyun, dakwah Islam juga perlu mengedepankan prinsip qaulan sadidan**,** yaitu menyampaikan perkataan yang benar dan bertanggung jawab. Pesan dakwah di media sosial seharusnya tidak hanya mengejar jumlah penonton, tanda suka, komentar, atau popularitas, tetapi harus memperhatikan kebenaran substansi dan dampaknya terhadap masyarakat. Dakwah yang sensasional, provokatif, dan mengedepankan kontroversi berpotensi memperbesar penyebaran informasi yang tidak akurat. Sebaliknya, dakwah yang mengedepankan kejujuran, kesantunan, argumentasi yang kuat, serta penghormatan terhadap perbedaan dapat membangun ruang komunikasi keagamaan yang lebih sehat. Dalam konteks tersebut, diperlukan model dakwah Islam berbasis media sosial yang mampu mengintegrasikan fungsi dakwah, literasi digital, verifikasi informasi, dan etika komunikasi keagamaan.[6]

Model tersebut dapat diarahkan pada beberapa tahapan, yaitu identifikasi informasi keagamaan, verifikasi sumber dan dalil, penyusunan pesan yang kontekstual, penyampaian melalui format media sosial yang sesuai dengan karakter audiens, serta klarifikasi dan evaluasi terhadap respons masyarakat. Dengan model tersebut, dakwah tidak hanya bersifat reaktif ketika disinformasi telah menyebar, tetapi juga bersifat preventif dengan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan menyaring informasi keagamaan. Pengembangan model tersebut juga perlu memperhatikan karakteristik generasi digital. Generasi muda cenderung menyukai konten yang singkat, visual, interaktif, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, penyampaian dakwah yang terlalu panjang dan kurang adaptif terhadap karakter media sosial dapat kehilangan perhatian audiens. Tantangannya adalah bagaimana menyederhanakan pesan keagamaan tanpa menghilangkan kedalaman substansi dan ketepatan dalil. Dai dituntut memiliki kemampuan komunikasi digital

[4] Neng Ayu Saadah, "Komunikasi Islam Dan Tantangan Penyebaran Informasi Di Media Digital," *Al-Qolamuna: Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2026): 208–21, https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/763.

[5] Asriadi, "Komunikasi Antar Budaya Dalam Perspektif Al-Qur'an Surat Al-Hujurât Ayat 13," *Komunikasi Antar Budaya* 1 (2019): 38–50, file:///C:/Users/hamza/Downloads/333-Article Text-1112-1-10-20200512.pdf.

[6] Muhajir Al-Fairusy and M Rizal Fazri, "Hybrid Da'wah and the Shift of Religious Communication Patterns in Contemporary Muslim Society," *Journal of Social and Policy Issues* 6, no. 1 (2026), https://journal.pencerah.org/index.php/jspi/article/view/662/331.

sekaligus kompetensi keislaman agar pesan yang disampaikan tetap menarik, ilmiah, dan bertanggung jawab.[7]

Dengan demikian, model dakwah Islam berbasis media sosial dalam menghadapi disinformasi keagamaan merupakan kebutuhan penting dalam perkembangan masyarakat digital. Model tersebut tidak hanya bertujuan memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga membangun ekosistem informasi keagamaan yang sehat melalui verifikasi, literasi digital, etika komunikasi, dan penguatan prinsip tabayyun. Dakwah Islam perlu bertransformasi dari sekadar menyampaikan pesan menjadi proses edukasi publik yang membantu masyarakat memahami, memverifikasi, dan menggunakan informasi keagamaan secara bijaksana. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai Model Dakwah Islam Berbasis Media Sosial dalam Menghadapi Disinformasi Keagamaan menjadi penting dilakukan untuk merumuskan pola dakwah yang relevan dengan perkembangan teknologi sekaligus tetap berlandaskan nilai-nilai Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model komunikasi dakwah yang responsif terhadap perkembangan media sosial, mampu mencegah penyebaran disinformasi keagamaan, meningkatkan literasi keagamaan masyarakat, serta memperkuat praktik dakwah yang santun, kredibel, dan bertanggung jawab di ruang digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis.[8] Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam praktik dakwah Islam di media sosial serta menganalisis strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi disinformasi keagamaan. Penelitian tidak berorientasi pada pengukuran kuantitatif, tetapi pada penggalian makna, pola komunikasi, bentuk pesan dakwah, dan strategi verifikasi informasi keagamaan dalam ruang digital. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan dan analisis konten media sosial. Sumber data kepustakaan meliputi Al-Qur'an, hadis, buku-buku tentang dakwah dan komunikasi Islam, artikel jurnal ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan dakwah digital, literasi digital, disinformasi, tabayyun, dan etika komunikasi Islam. Sementara itu, data digital diperoleh dari konten dakwah yang dipublikasikan melalui platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Pemilihan konten dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansinya terhadap tema dakwah Islam dan disinformasi keagamaan.

Objek penelitian difokuskan pada model komunikasi dakwah yang digunakan dalam menghadapi informasi keagamaan yang tidak akurat, menyesatkan, atau tidak memiliki sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Analisis diarahkan pada beberapa aspek, yaitu bentuk disinformasi keagamaan, strategi dai dalam melakukan klarifikasi, penggunaan dalil keagamaan, cara penyampaian pesan, pemanfaatan fitur media sosial, serta respons terhadap audiens. Dengan demikian, penelitian tidak hanya melihat isi pesan dakwah, tetapi juga proses komunikasi dan strategi yang digunakan dalam membangun pemahaman masyarakat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan

[7] Intiha'ul Khiyaroh, "Media Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an: Relevansi Tradisi Lisan Dan Teknologi Digital Dalam Dakwah Islam," *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir* 7, no. 2 (2024): 317–32, https://doi.org/10.58518/alfurqon.v7i2.3039.

[8] Sekolah Dasar et al., "Keefektifan Pembelajaran Agama Islam Melalui Pendekatan Pembelajaran Aktif, Kreatif, Efektif, Dan Menyenangkan (Pakem) Di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu* 5, no. 5 (2021): 3232–41, https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1314.

observasi digital. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan teks, video, gambar, caption, komentar, dan materi dakwah yang relevan. Observasi digital dilakukan dengan mengamati pola penyampaian pesan, interaksi antara dai dan audiens, serta cara konten disebarkan dan diklarifikasi. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema penelitian agar dapat dianalisis secara sistematis.[9]

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap kondensasi, data yang relevan dengan dakwah digital dan disinformasi keagamaan dipilih, disederhanakan, dan dikelompokkan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian tematik untuk menemukan pola komunikasi dakwah. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan mengenai strategi dan karakteristik model dakwah Islam yang efektif dalam menghadapi disinformasi keagamaan. Selain itu, penelitian menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi nilai-nilai Islam yang terdapat dalam pesan dakwah.[10] Analisis difokuskan pada prinsip tabayyun, qaulan sadidan, hikmah, mau'izhah hasanah, dan tanggung jawab dalam penyampaian informasi. Prinsip-prinsip tersebut digunakan sebagai kerangka normatif untuk menilai sejauh mana praktik dakwah digital telah mencerminkan etika komunikasi Islam sekaligus mampu menjadi instrumen pencegahan disinformasi. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai konten media sosial, literatur akademik, dan sumber keislaman yang kredibel.[11] Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan menghubungkan perspektif komunikasi dakwah, literasi digital, dan prinsip etika komunikasi Islam. Proses tersebut dilakukan untuk mengurangi subjektivitas peneliti dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

Hasil dan Pembahasan

A. Model Dakwah

Model dakwah merupakan pola atau kerangka yang digunakan dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat agar pesan keagamaan dapat diterima, dipahami, dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah tidak hanya berkaitan dengan aktivitas menyampaikan ceramah secara lisan, tetapi mencakup berbagai bentuk komunikasi yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan, memperkuat keimanan, serta membangun perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, model dakwah perlu disusun dengan mempertimbangkan karakteristik mad'u, situasi sosial, perkembangan teknologi, dan persoalan yang sedang dihadapi masyarakat. Dalam praktiknya, model dakwah dapat dilakukan melalui pendekatan bil-lisan, bil-hal, dan bil-qalam**.** Dakwah bil-lisan menekankan penyampaian pesan melalui ceramah, pengajian, dialog, diskusi, maupun komunikasi langsung. Dakwah bil-hal diwujudkan melalui tindakan nyata, seperti pemberdayaan masyarakat, kegiatan sosial, pendidikan, dan pelayanan kemanusiaan.[12]

---

[9] Adi Fadli, "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia," *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14, https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773.

[10] Fadli.

[11] Abdul Kholiq, "Kadersisasi Da'I Moderat Era Milenial Di Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kendal," *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2019), https://doi.org/10.34001/an.v11i2.1028.

[12] Abdul Hamid Bashori, "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah," *Jurnal Dakwah Dan Penyuluh Islam* 01, no. April (2022): 1–30, https://ejurnal.stidkis-almardliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih/article/view/4/10.

Sementara itu, dakwah bil-qalam dilakukan melalui tulisan, buku, artikel, media massa, maupun platform digital. Ketiga bentuk tersebut dapat dikembangkan secara terpadu sehingga dakwah tidak hanya menghasilkan pemahaman keagamaan, tetapi juga mendorong perubahan sosial yang positif.[13] Perkembangan media digital turut mengubah pola dakwah masyarakat. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan berbagai platform digital memungkinkan pesan Islam disebarluaskan secara cepat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi para da'i untuk menghadirkan dakwah yang lebih kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter generasi digital. Namun, penggunaan media digital juga menghadirkan tantangan berupa munculnya informasi keagamaan yang tidak akurat, potongan ceramah tanpa konteks, ujaran kebencian, serta penyebaran hoaks yang dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam. Karena itu, model dakwah pada era digital perlu mengedepankan prinsip hikmah, mau'izhah hasanah, dialog yang baik, tabayyun, dan moderasi.[14]

Da'i tidak cukup hanya memiliki kemampuan menyampaikan materi agama, tetapi juga perlu memiliki literasi digital agar mampu memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Pesan dakwah juga harus disampaikan dengan bahasa yang santun, argumentatif, dan tidak provokatif. Pendekatan tersebut penting agar dakwah mampu menjadi sarana pendidikan masyarakat sekaligus membangun ruang digital yang sehat dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan demikian, model dakwah dapat dipahami sebagai suatu strategi komunikasi keagamaan yang mengintegrasikan pesan Islam, metode penyampaian, karakteristik mad'u, serta media yang digunakan. Model dakwah yang efektif bukan hanya berorientasi pada banyaknya pesan yang disampaikan, tetapi pada sejauh mana pesan tersebut mampu memberikan pemahaman, membentuk akhlak, dan mendorong perubahan positif. Dalam konteks masyarakat digital, model dakwah yang adaptif, humanis, kritis, dan berbasis nilai-nilai Islam menjadi semakin penting untuk menghadapi kompleksitas persoalan keagamaan dan sosial kontemporer.[15]

B. Islam Berbasis Media Sosial

Islam berbasis media sosial merupakan pendekatan penyampaian nilai-nilai Islam yang memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan interaksi keagamaan. Kehadiran media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyampaikan informasi keislaman. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui masjid, majelis taklim, lembaga pendidikan, atau media cetak, kini pesan-pesan Islam dapat disampaikan melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan media digital lainnya. Perubahan tersebut menjadikan dakwah lebih terbuka, cepat, interaktif, serta mampu menjangkau masyarakat dalam ruang dan waktu yang lebih luas. Islam berbasis media sosial tidak sekadar memindahkan materi dakwah konvensional ke dalam bentuk digital, tetapi membutuhkan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna media sosial. Pesan keislaman perlu dikemas secara ringkas, komunikatif, menarik, dan mudah dipahami tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Penggunaan

[13] Kholiq, "Kadersisasi Da'I Moderat Era Milenial Di Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kendal."
[14] Mita Purnamasari and Arief Mulyawan Thoriq, "Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, no. 2 (2021): 87–99, https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01.
[15] Erwan Efendi, Maulana Adzi Fatin, and Nur Fadilla Sari, "Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial," *VISA: Journal of Vision and Ideas* 3, no. 3 (2023): 1041–48, https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468.

video pendek, infografis, podcast, siaran langsung, maupun tulisan populer dapat menjadi alternatif dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat dengan latar belakang dan tingkat pemahaman agama yang beragam.[16]

Di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan bagi penyebaran informasi keislaman. Kecepatan distribusi informasi dapat menyebabkan pesan agama yang tidak memiliki sumber yang jelas ikut tersebar secara luas. Potongan ayat, hadis, fatwa, atau ceramah yang dilepaskan dari konteksnya berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Oleh sebab itu, Islam berbasis media sosial perlu menempatkan tabayyun sebagai prinsip penting dalam proses komunikasi. Setiap informasi keagamaan harus diperiksa sumber, konteks, dan validitasnya sebelum diterima maupun disebarluaskan. Selain aspek validitas informasi, etika komunikasi juga menjadi bagian penting dalam pengembangan Islam berbasis media sosial. Dakwah seharusnya tidak dilakukan dengan bahasa yang merendahkan, provokatif, atau menimbulkan permusuhan. Sebaliknya, komunikasi digital perlu mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kesantunan, kejujuran, keadilan, toleransi, dan penghormatan terhadap perbedaan. Dengan demikian, media sosial dapat digunakan bukan hanya sebagai tempat menyampaikan ajaran agama, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun dialog dan memperkuat hubungan sosial.[17]

Dalam konteks tersebut, Islam berbasis media sosial dapat diarahkan menjadi model dakwah yang informatif, edukatif, persuasif, dan transformatif**.** Informasi keislaman diberikan berdasarkan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan, edukasi diarahkan untuk meningkatkan literasi keagamaan dan digital, pendekatan persuasif digunakan untuk mengajak masyarakat kepada kebaikan tanpa paksaan, sedangkan aspek transformatif bertujuan mendorong perubahan perilaku dan kehidupan sosial yang lebih baik. Model ini memungkinkan dakwah Islam beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasar ajaran Islam. Dengan demikian, Islam berbasis media sosial merupakan bentuk adaptasi dakwah terhadap perkembangan komunikasi digital. Keberhasilannya tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga oleh kualitas pesan, kredibilitas penyampai, ketepatan metode, dan penerapan etika Islam dalam berkomunikasi. Pemanfaatan media sosial secara bijak dapat menjadikan ruang digital sebagai sarana penyebaran pengetahuan Islam yang moderat, mencerahkan, dan mampu memberikan solusi terhadap berbagai persoalan masyarakat kontemporer.[18]

C. Disinformasi Keagamaan

Disinformasi keagamaan merupakan penyebaran informasi yang tidak benar, tidak lengkap, atau menyesatkan yang berkaitan dengan ajaran, hukum, tokoh, maupun praktik keagamaan. Fenomena ini menjadi semakin kompleks seiring dengan berkembangnya media sosial yang memungkinkan informasi diproduksi dan disebarluaskan secara cepat tanpa melalui proses verifikasi

[16] Jauharotina Alfadhilah, Abdul Rahmat Albustomi, and Sa'di Zaman, "Peran Dakwah Islamiyah Dalam Membentuk Masyarakat Beradab Di Tengah Globalisasi: Studi Kasus Desa Sugiharjo," *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management* 2, no. 2 (2024): 62–71, https://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/aswalalita/article/view/1083/576.

[17] Ridwan Rustandi, "Dakwah Komunitas Di Pedesaan Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi," *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 305–26, https://doi.org/10.15575/irsyad.v8i3.2009.

[18] Hakim Syah, "Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)," *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga* 14, no. 2 (2013): 263–82, http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283/263.

yang memadai. Dalam konteks Islam, disinformasi dapat berupa penyebaran hadis yang tidak memiliki sumber yang jelas, pemaknaan ayat Al-Qur'an secara tidak tepat, kutipan pendapat ulama yang dipotong dari konteksnya, hingga informasi mengenai persoalan keagamaan yang sengaja dikemas untuk membentuk persepsi tertentu. Kemunculan disinformasi keagamaan tidak terlepas dari karakter media sosial yang mengutamakan kecepatan, daya tarik konten, dan interaksi pengguna. Informasi yang memiliki judul provokatif, menimbulkan emosi, atau berkaitan dengan isu sensitif sering kali lebih mudah mendapatkan perhatian dan dibagikan oleh pengguna. Akibatnya, masyarakat dapat menerima informasi keagamaan sebelum mengetahui kebenaran sumbernya. Kondisi tersebut semakin berisiko ketika pengguna memiliki tingkat literasi agama dan literasi digital yang berbeda-beda.[19]

Disinformasi keagamaan dapat menimbulkan berbagai dampak sosial. Informasi yang keliru dapat menyebabkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam, memunculkan prasangka terhadap kelompok tertentu, memperkuat sikap intoleran, serta memicu perdebatan dan konflik di ruang digital maupun kehidupan sosial. Bahkan, penyebaran informasi keagamaan yang tidak bertanggung jawab dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama dan lembaga keagamaan. Oleh karena itu, persoalan disinformasi tidak hanya berkaitan dengan kesalahan informasi, tetapi juga menyangkut tanggung jawab moral dalam menyampaikan pesan keagamaan. Dalam perspektif Islam, pencegahan disinformasi memiliki hubungan erat dengan prinsip tabayyun**,** yaitu melakukan pemeriksaan dan klarifikasi terhadap informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Prinsip tersebut menegaskan bahwa informasi tidak seharusnya diterima secara langsung tanpa mempertimbangkan sumber, konteks, dan kebenarannya. Dalam praktik komunikasi digital, tabayyun dapat diterapkan melalui pemeriksaan sumber informasi, pengecekan dalil, perbandingan dengan referensi keagamaan yang kredibel, serta konsultasi dengan ahli atau ulama ketika menghadapi persoalan yang membutuhkan penjelasan lebih mendalam.[20]

Selain tabayyun, pencegahan disinformasi keagamaan membutuhkan penguatan literasi digital dan literasi keagamaan. Masyarakat perlu memiliki kemampuan untuk membedakan antara informasi yang bersumber dari otoritas keagamaan dengan opini pribadi, propaganda, atau konten yang sengaja dibuat untuk menarik perhatian. Para da'i dan pendidik agama juga memiliki peran penting dalam memberikan klarifikasi terhadap informasi yang keliru dengan menggunakan bahasa yang santun, argumentatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat.[21] Dengan demikian, disinformasi keagamaan merupakan tantangan penting dalam perkembangan dakwah di era digital. Penanganannya membutuhkan keterpaduan antara prinsip tabayyun, literasi digital, pemahaman keagamaan, etika komunikasi, dan tanggung jawab sosial. Media sosial seharusnya tidak hanya menjadi ruang penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang edukasi yang mendorong masyarakat untuk bersikap kritis, bijaksana, dan bertanggung jawab dalam menerima serta menyampaikan pesan-pesan Islam.

---

[19] Saadah, "Komunikasi Islam Dan Tantangan Penyebaran Informasi Di Media Digital."

[20] Sifwatir Rif'ah and Nur Sa'idaturrohmah, "Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam," *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 16–24, https://ejournal.iai-tabah.ac.id/alamtaraok/article/view/3678/1556.

[21] Ahmed Al Khalidi, "Penerapan Metode Dakwah Mauidzah Al-Hasanah Terhadap Pembinaan Remaja Gampong Uteun Geulinggang Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara," *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 8, no. 2 (2021): 124, https://doi.org/10.54621/jn.v8i2.128.

D. Model Dakwah Islam Berbasis Media Sosial dalam Menghadapi Disinformasi Keagamaan

Model dakwah Islam berbasis media sosial merupakan suatu pendekatan dakwah yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital sebagai sarana untuk menyampaikan, menjelaskan, dan mengembangkan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat. Perkembangan media sosial telah menghasilkan perubahan yang cukup besar dalam pola komunikasi keagamaan. Masyarakat tidak lagi memperoleh pengetahuan agama hanya melalui pengajian, lembaga pendidikan, buku, atau pertemuan tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, dan berbagai bentuk media sosial lainnya. Perubahan tersebut membuat dakwah memiliki ruang yang lebih luas untuk menjangkau masyarakat, tetapi pada saat yang sama menghadirkan persoalan baru berupa semakin mudahnya penyebaran informasi keagamaan yang belum tentu benar. Dalam konteks tersebut, dakwah Islam tidak cukup hanya berorientasi pada penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga harus mampu menjadi instrumen edukasi masyarakat dalam menghadapi arus informasi digital.[22]

Da'i dituntut untuk memahami karakteristik media sosial, pola konsumsi informasi masyarakat, serta cara kerja komunikasi digital. Pesan dakwah perlu dikemas dengan bahasa yang sederhana, menarik, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial tanpa mengurangi substansi ajaran Islam. Dengan demikian, media sosial dapat digunakan sebagai ruang dakwah sekaligus ruang literasi keagamaan yang membantu masyarakat membedakan antara informasi yang benar, informasi yang keliru, dan informasi yang sengaja dimanipulasi. Disinformasi keagamaan menjadi salah satu persoalan penting yang perlu mendapatkan perhatian dalam perkembangan dakwah digital. Disinformasi dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti hadis yang tidak memiliki sumber yang jelas, kutipan ayat Al-Qur'an yang dipahami secara tidak tepat, fatwa yang dipotong dari konteksnya, informasi palsu mengenai tokoh agama, maupun narasi keagamaan yang sengaja dibuat untuk membangun kebencian terhadap kelompok tertentu. Kecepatan media sosial menyebabkan informasi semacam itu dapat tersebar luas dalam waktu singkat.[23]

Persoalannya menjadi semakin kompleks ketika masyarakat membagikan suatu informasi hanya berdasarkan judul, potongan video, gambar, atau pernyataan seseorang tanpa melakukan pemeriksaan terhadap sumber dan konteksnya. Model dakwah Islam berbasis media sosial perlu menjadikan tabayyun sebagai prinsip utama dalam menghadapi persoalan tersebut. Tabayyun mengandung makna melakukan pemeriksaan, klarifikasi, dan pencermatan terhadap informasi sebelum seseorang mempercayai atau menyebarkannya. Dalam konteks digital, prinsip tabayyun dapat diterapkan melalui pemeriksaan identitas sumber, penelusuran asal informasi, pengecekan dalil, pembandingan dengan sumber keislaman yang kredibel, serta konsultasi dengan pihak yang memiliki kompetensi dalam bidang keagamaan. Dengan cara tersebut, dakwah tidak hanya berfungsi

[22] Yuliatul Firdaus, Muhammad Nauval Azizurrochman, and Hasan Ali Siswanto, "Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam," *Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 746–55, https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/426.

[23] Abdul Syukur, Muhammad Aridan, and Amin Nugrah Santoso, "Dakwah Berbasis Teknologi: Integrasi Media Sosial Dan AI Dalam Perspektif Sosiologi Dakwah," *SAKALIMA: Pilar Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan* 2, no. 1 (2025): 1–8, https://doi.org/10.70211/sakalima.v2i1.225.

menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kebiasaan masyarakat untuk bersikap kritis dan bertanggung jawab dalam menerima informasi.

Model dakwah tersebut dapat dikembangkan melalui beberapa pendekatan. Pertama, model dakwah edukatif, yaitu dakwah yang memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai ajaran Islam sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam membaca dan menilai informasi keagamaan. Konten dakwah dapat berupa penjelasan mengenai cara memeriksa hadis, memahami konteks ayat Al-Qur'an, mengenali ciri-ciri informasi palsu, dan membedakan antara pendapat keagamaan dengan sumber hukum Islam. Pendekatan edukatif penting karena masyarakat tidak cukup hanya diberi tahu bahwa suatu informasi salah, tetapi juga perlu diberikan kemampuan untuk menemukan alasan mengapa informasi tersebut salah. Kedua, model dakwah klarifikatif, yaitu dakwah yang memberikan penjelasan terhadap informasi keagamaan yang telah beredar di masyarakat. Klarifikasi dilakukan dengan menghadirkan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan dan menjelaskan persoalan secara proporsional. Da'i perlu menghindari gaya komunikasi yang menyerang atau mempermalukan pihak yang telah menyebarkan informasi keliru. Tujuannya bukan sekadar memenangkan perdebatan, melainkan meluruskan pemahaman masyarakat. Pendekatan ini penting karena koreksi yang disampaikan dengan bahasa agresif justru dapat menimbulkan konflik baru di ruang digital.[24]

Ketiga, model dakwah dialogis, yaitu dakwah yang membuka ruang interaksi antara da'i dan masyarakat. Media sosial memiliki karakter interaktif sehingga masyarakat dapat memberikan pertanyaan, komentar, kritik, maupun tanggapan terhadap pesan keagamaan. Interaksi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai ruang pendidikan agama yang lebih terbuka. Da'i dapat merespons pertanyaan masyarakat berdasarkan argumentasi keagamaan yang kuat sekaligus memahami persoalan yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Model dialogis juga memungkinkan dakwah menjadi lebih kontekstual karena materi yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan mad'u. Keempat, model dakwah persuasif dan humanis, yaitu penyampaian pesan Islam dengan mengedepankan kebijaksanaan, kesantunan, dan penghargaan terhadap kondisi masyarakat. Dalam menghadapi disinformasi keagamaan, pendekatan persuasif menjadi penting karena masyarakat yang menerima informasi keliru tidak selalu memiliki niat untuk menyebarkan kebohongan. Sebagian orang mungkin hanya kurang memahami cara memverifikasi informasi. Oleh sebab itu, dakwah seharusnya memberikan pembinaan dan pemahaman, bukan sekadar memberikan label negatif kepada pengguna media sosial. Sikap yang santun dapat membuat proses klarifikasi lebih mudah diterima.[25]

Kelima, model dakwah berbasis literasi digital**,** yaitu dakwah yang menggabungkan pengetahuan keislaman dengan kemampuan menggunakan media secara bertanggung jawab. Literasi digital dalam konteks dakwah mencakup kemampuan mencari sumber, memeriksa kredibilitas informasi, memahami konteks suatu pesan, mengenali manipulasi konten, serta mempertimbangkan dampak sebelum membagikan informasi. Da'i yang memiliki kemampuan literasi digital dapat berperan sebagai penghubung antara pengetahuan agama dan kebutuhan masyarakat dalam

[24] Alena Siti Maharani H, Anugrah Alifia Khairunnisa M, and Cucu Surahman, "Efektivitas Aplikasi TikTok Sebagai Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah Islam Di Era Digital," *Sukacita : Jurnal Pendidikan Iman Kristen* 2, no. 3 (2025): 1–7, https://doi.org/10.61132/sukacita.v2i3.945.

[25] Urung Hasiholan, "Media Sosial Sebagai Daya Tarik Media Dakwah Bagi Generasi Melenial," *Qawwam : The Leader's Writing* 5, no. 1 (2024): 46–50, https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.336.

menghadapi kompleksitas informasi di ruang digital. Model tersebut juga membutuhkan perhatian terhadap kualitas komunikator atau da'i. Da'i di era media sosial tidak hanya dituntut memiliki penguasaan terhadap ilmu agama, tetapi juga harus memiliki kemampuan komunikasi digital. Kredibilitas da'i menjadi sangat penting karena masyarakat sering kali menjadikan popularitas, jumlah pengikut, jumlah tayangan, atau viralitas sebagai ukuran kebenaran suatu informasi. Padahal, popularitas tidak selalu menunjukkan kompetensi keagamaan. Oleh karena itu, dakwah digital perlu mengedepankan otoritas keilmuan, transparansi sumber, argumentasi yang jelas, serta konsistensi antara pesan yang disampaikan dengan perilaku komunikator.[26]

Selain komunikator, aspek konten dakwah juga menjadi bagian penting dalam model ini. Konten yang disusun harus memperhatikan akurasi, relevansi, konteks, dan etika. Materi keagamaan sebaiknya tidak hanya mengejar jumlah penonton atau viralitas, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan moral yang ditimbulkan. Konten yang bersifat provokatif mungkin memperoleh perhatian lebih besar, tetapi dapat memperkuat polarisasi dan konflik. Sebaliknya, konten yang memberikan penjelasan secara mendalam, menggunakan sumber yang jelas, dan mengedepankan nilai Islam dapat berkontribusi terhadap terbentuknya budaya komunikasi digital yang sehat. Dari sisi media**,** pemilihan platform juga perlu disesuaikan dengan karakteristik mad'u. Video pendek dapat digunakan untuk menyampaikan pesan sederhana dan respons cepat terhadap isu aktual. Video panjang dapat digunakan untuk kajian yang membutuhkan penjelasan lebih mendalam. Infografis dapat digunakan untuk menyederhanakan informasi yang kompleks, sedangkan podcast dapat menjadi sarana dialog dan pembahasan isu keagamaan secara lebih komprehensif. Dengan demikian, model dakwah tidak bersifat seragam, tetapi dapat dikembangkan sesuai karakteristik media dan kebutuhan masyarakat.[27]

Model dakwah Islam berbasis media sosial juga perlu memperhatikan prinsip moderasi beragama**.** Disinformasi keagamaan sering kali berkembang melalui narasi yang bersifat ekstrem, eksklusif, dan memandang kelompok lain secara negatif. Dakwah yang moderat dapat menjadi alternatif dengan menampilkan Islam sebagai agama yang menjunjung keseimbangan, keadilan, kedamaian, dan penghormatan terhadap perbedaan. Moderasi bukan berarti mengurangi prinsip-prinsip agama, melainkan menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang proporsional dan tidak menjadikan perbedaan sebagai alasan untuk melakukan permusuhan. Pada tingkat masyarakat, model ini diharapkan dapat membentuk mad'u yang kritis dan bertanggung jawab**.** Masyarakat tidak ditempatkan hanya sebagai penerima pesan dakwah, tetapi juga sebagai subjek yang memiliki kemampuan untuk memproduksi dan menyebarkan informasi. Setiap pengguna media sosial memiliki tanggung jawab terhadap informasi yang dibagikannya. Karena itu, budaya *"saring sebelum sharing"* dapat dikembangkan sebagai bagian dari etika komunikasi Islam. Sebelum membagikan informasi, pengguna

[26] Lukmanul Hakim, "Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform TikTok Dan Instagram Reels," *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3, no. 2 (2025): 3026–4405, https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/aljamahiria/article/view/10102/2781.

[27] Amanatun NN Nisfah, Abdul Karim Munthe, and Heni Noviarita, "Dakwah Ekonomi Islam Digital: Analisis Strategi Literasi Ekonomi Syariah Melalui Media Sosial Di Era Society 5.0," *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 4, no. 2024 (2025): 53–66, http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

perlu mempertanyakan sumber, kebenaran, konteks, manfaat, serta kemungkinan dampaknya terhadap orang lain.[28]

Secara konseptual, model dakwah Islam berbasis media sosial dalam menghadapi disinformasi keagamaan dapat dibangun melalui rangkaian verifikasi, edukasi, klarifikasi, dialog, dan penguatan literasi digital. Verifikasi dilakukan sebelum informasi disampaikan; edukasi bertujuan meningkatkan pemahaman keagamaan dan digital; klarifikasi digunakan untuk meluruskan informasi yang keliru; dialog membuka ruang interaksi dengan masyarakat; sedangkan literasi digital membentuk kemampuan masyarakat agar mampu menghadapi informasi secara mandiri. Kelima unsur tersebut dapat diperkuat dengan nilai tabayyun, hikmah, mau'izhah hasanah, kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab. Dengan demikian, Model Dakwah Islam Berbasis Media Sosial dalam Menghadapi Disinformasi Keagamaan dapat dipahami sebagai suatu model komunikasi dakwah yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan teknologi digital untuk mencegah, meluruskan, dan mengurangi penyebaran informasi keagamaan yang menyesatkan. Model ini tidak hanya menempatkan da'i sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pendidik, klarifikator, dan penggerak literasi digital. Pada saat yang sama, masyarakat diarahkan untuk menjadi pengguna media sosial yang kritis, etis, dan bertanggung jawab. Melalui model tersebut, media sosial diharapkan tidak hanya menjadi ruang penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga menjadi ruang pembentukan pengetahuan Islam yang sehat, moderat, kredibel, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Model Dakwah Islam Berbasis Media Sosial dalam Menghadapi Disinformasi Keagamaan**,** dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial telah membawa perubahan mendasar terhadap pola penyampaian pesan Islam. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang keagamaan secara konvensional, tetapi telah berkembang ke ruang digital yang memungkinkan pesan Islam disampaikan secara cepat, luas, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat modern. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi pengembangan dakwah, sekaligus menghadirkan tantangan berupa semakin mudahnya penyebaran informasi keagamaan yang tidak akurat, tidak lengkap, atau menyesatkan. Disinformasi keagamaan merupakan persoalan yang perlu mendapatkan perhatian serius karena dapat memengaruhi pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, prasangka, intoleransi, bahkan konflik sosial. Oleh karena itu, dakwah Islam di media sosial tidak cukup hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian materi keagamaan, tetapi juga harus berperan sebagai instrumen edukasi dan literasi digital. Da'i perlu membantu masyarakat memahami cara mengenali, memeriksa, dan menyikapi informasi keagamaan sebelum informasi tersebut dipercaya atau disebarluaskan. Model dakwah yang relevan dalam menghadapi persoalan tersebut adalah model yang mengintegrasikan tabayyun, edukasi, klarifikasi, dialog, pendekatan persuasif, dan literasi digital**.** Prinsip tabayyun menjadi landasan penting agar setiap informasi keagamaan diperiksa sumber dan kebenarannya. Pendekatan edukatif diarahkan untuk meningkatkan pemahaman agama dan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi. Sementara itu, klarifikasi diperlukan untuk meluruskan informasi yang keliru secara argumentatif dan santun. Pendekatan dialogis memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertanya dan berdiskusi,

[28] Reza Mardiana, "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial," *Komunida: MediaMedia Komunikasi Dan Dakwah* 10 (2020): 148–58, https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http.

sedangkan pendekatan persuasif dan humanis memastikan bahwa koreksi terhadap disinformasi tidak dilakukan dengan cara yang provokatif atau merendahkan. Dengan demikian, keberhasilan dakwah Islam berbasis media sosial tidak hanya ditentukan oleh kemampuan da'i dalam menggunakan teknologi, tetapi juga oleh kredibilitas keilmuan, kualitas pesan, ketepatan metode, dan penerapan etika komunikasi Islam. Da'i perlu menjadi komunikator yang mampu menggabungkan kompetensi keagamaan dengan literasi digital. Pada sisi lain, masyarakat perlu diposisikan sebagai subjek dakwah yang aktif, kritis, dan bertanggung jawab dalam menerima serta menyebarkan informasi.

Daftar Pustaka

Ahmed Al Khalidi. "Penerapan Metode Dakwah Mauidzah Al-Hasanah Terhadap Pembinaan Remaja Gampong Uteun Geulinggang Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 8, no. 2 (2021): 124. https://doi.org/10.54621/jn.v8i2.128.

Al-Fairusy, Muhajir, and M Rizal Fazri. "Hybrid Da'wah and the Shift of Religious Communication Patterns in Contemporary Muslim Society." *Journal of Social and Policy Issues* 6, no. 1 (2026). https://journal.pencerah.org/index.php/jspi/article/view/662/331.

Alfadhilah, Jauharotina, Abdul Rahmat Albustomi, and Sa'di Zaman. "Peran Dakwah Islamiyah Dalam Membentuk Masyarakat Beradab Di Tengah Globalisasi: Studi Kasus Desa Sugiharjo." *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management* 2, no. 2 (2024): 62–71. https://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/aswalalita/article/view/1083/576.

Anshori, Muhammad, Januri, and Aulia Gusnita. "Perkembangan Teknologi Dan Pembangunan Agama." *Jurnal Syiar-Syiar* 6, no. 1 (2026): 64–80. https://journal.utnd.ac.id/index.php/syiar/article/view/2824/1170.

Asriadi. "Komunikasi Antar Budaya Dalam Perspektif Al-Qur'an Surat Al-Hujurât Ayat 13." *Komunikasi Antar Budaya* 1 (2019): 38–50. file:///C:/Users/hamza/Downloads/333-Article Text-1112-1-10-20200512.pdf.

Bashori, Abdul Hamid. "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah." *Jurnal Dakwah Dan Penyuluh Islam* 01, no. April (2022): 1–30. https://ejurnal.stidkis-almardliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih/article/view/4/10.

Dasar, Sekolah, Fitriani Rafikasari, Muslimin Ibrahim, Siti Maghfirotun Amin, and Sukron Djazilan. "Keefektifan Pembelajaran Agama Islam Melalui Pendekatan Pembelajaran Aktif, Kreatif, Efektif, Dan Menyenangkan (Pakem) Di Sekolah Dasar." *Jurnal Basicedu* 5, no. 5 (2021): 3232–41. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1314.

Efendi, Erwan, Maulana Adzi Fatin, and Nur Fadilla Sari. "Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *VISA: Journal of Vision and Ideas* 3, no. 3 (2023): 1041–48. https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468.

Fadli, Adi. "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia." *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14. https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773.

Firdaus, Yuliatul, Muhammad Nauval Azizurrochman, and Hasan Ali Siswanto. "Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam." *Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 746–55. https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/426.

H, Alena Siti Maharani, Anugrah Alifia Khairunnisa M, and Cucu Surahman. "Efektivitas Aplikasi TikTok Sebagai Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah Islam Di Era Digital." *Sukacita : Jurnal Pendidikan Iman Kristen* 2, no. 3 (2025): 1–7. https://doi.org/10.61132/sukacita.v2i3.945.

Hakim, Lukmanul. "Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform TikTok Dan Instagram Reels." *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3, no. 2 (2025): 3026–4405.

https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/aljamahiria/article/view/10102/2781.

Hakim Syah. "Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)." *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga* 14, no. 2 (2013): 263–82. http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283/263.

Hasibuan, Ilham Ansori, and Candra Krisna Jaya. "Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 1 (2025): 01–16. https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860.

Hasiholan, Urung. "Media Sosial Sebagai Daya Tarik Media Dakwah Bagi Generasi Melenial." *Qawwam : The Leader's Writing* 5, no. 1 (2024): 46–50. https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.336.

Khiyaroh, Intiha'ul. "Media Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an: Relevansi Tradisi Lisan Dan Teknologi Digital Dalam Dakwah Islam." *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir* 7, no. 2 (2024): 317–32. https://doi.org/10.58518/alfurqon.v7i2.3039.

Kholiq, Abdul. "Kadersisasi Da'I Moderat Era Milenial Di Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kendal." *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2019). https://doi.org/10.34001/an.v11i2.1028.

Mardiana, Reza. "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *Komunida: MediaMedia Komunikasi Dan Dakwah* 10 (2020): 148–58. https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http.

Nisfah, Amanatun NN, Abdul Karim Munthe, and Heni Noviarita. "Dakwah Ekonomi Islam Digital: Analisis Strategi Literasi Ekonomi Syariah Melalui Media Sosial Di Era Society 5.0." *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 4, no. 2024 (2025): 53–66. http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Purnamasari, Mita, and Arief Mulyawan Thoriq. "Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, no. 2 (2021): 87–99. https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01.

Rani, Samsul. "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer." *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 207–16. https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513.

Rif'ah, Sifwatir, and Nur Sa'idaturrohmah. "Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam." *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 16–24. https://ejournal.iai-tabah.ac.id/alamtaraok/article/view/3678/1556.

Rustandi, Ridwan. "Dakwah Komunitas Di Pedesaan Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi." *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 305–26. https://doi.org/10.15575/irsyad.v8i3.2009.

Saadah, Neng Ayu. "Komunikasi Islam Dan Tantangan Penyebaran Informasi Di Media Digital." *Al-Qolamuna: Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2026): 208–21. https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/763.

Syukur, Abdul, Muhammad Aridan, and Amin Nugrah Santoso. "Dakwah Berbasis Teknologi: Integrasi Media Sosial Dan AI Dalam Perspektif Sosiologi Dakwah." *SAKALIMA: Pilar Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan* 2, no. 1 (2025): 1–8. https://doi.org/10.70211/sakalima.v2i1.225.