

TEKNOLOGI SEBAGAI ALAT DAKWAH : TRANSFORMASI INSTITUSI AGAMA DI ERA MEDIA SOSIAL

Ahmad Turmuzi¹, Sahdin Hasibuan²

¹Mahasiswa Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²Dosen Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ahmادتurmuzi399@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi, khususnya media sosial, telah membawa dampak signifikan terhadap cara institusi agama melakukan dakwah dan berinteraksi dengan umat. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi transformasi yang terjadi pada institusi agama dalam mengadopsi teknologi sebagai sarana dakwah di era digital. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai strategi yang diterapkan oleh lembaga keagamaan dalam memanfaatkan platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, untuk menyebarkan ajaran agama, memperkuat hubungan dengan komunitas, serta meningkatkan partisipasi umat dalam kegiatan keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun teknologi memberi peluang untuk jangkauan dakwah yang lebih luas dan efektif, tantangan besar juga muncul, seperti kesalahpahaman ajaran, penyebaran informasi yang tidak akurat, dan pergeseran dari praktik ibadah tradisional. Artikel ini menyarankan perlunya pemanfaatan teknologi dengan pendekatan yang bijak dan terarah, agar dakwah tetap dapat menjaga substansi spiritualitas tanpa kehilangan makna dalam perubahan zaman.

Kata Kunci: Institusi Agama, Transformasi, Era Media Sosial.

Abstract

Technological developments, especially social media, have had a significant impact on the way religious institutions conduct da'wah and interact with the people. This article aims to explore the transformation that has occurred in religious institutions in adopting technology as a means of da'wah in the digital era. Using a qualitative approach, this study analyzes various strategies implemented by religious institutions in utilizing social media platforms, such as YouTube, Instagram, and Twitter, to spread religious teachings, strengthen relationships with communities, and increase people's participation in religious activities. The results of the study show that although technology provides opportunities for a wider and more effective reach of da'wah, major challenges have also arisen, such as misunderstandings of teachings, the spread of inaccurate information, and a shift away from traditional worship practices. This article suggests the need to utilize technology with a wise approach

Keywords: Religious Institutions, Transformation, Social Media Era

A. Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam hampir setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang keagamaan. Media sosial sebagai salah satu inovasi teknologi utama telah mengubah cara umat beragama berinteraksi, belajar, dan bahkan beribadah. Media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter tidak hanya menjadi alat komunikasi yang menghubungkan individu dengan dunia luar, tetapi juga menjadi platform untuk menyebarkan ajaran agama, berbagi pengalaman spiritual, dan memperluas jaringan dakwah. Fenomena ini menandai titik balik dalam sejarah dakwah agama, yang dulunya bergantung pada metode konvensional, seperti ceramah langsung atau penyebaran materi melalui media cetak, kini beralih ke dunia digital yang menawarkan jangkauan lebih luas dan lebih cepat (Rahmawati, Ahmad Zaini, 2021).

Pada saat yang sama, perubahan ini memunculkan tantangan baru bagi institusi agama. Meskipun teknologi memberikan peluang untuk menyebarkan pesan agama kepada khalayak yang lebih besar, terutama generasi muda yang akrab dengan dunia digital, ada pula kekhawatiran bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah bisa mengarah pada penyimpangan ajaran atau pemahaman agama yang salah. Selain itu, informasi yang tidak terverifikasi atau kurang akurat dapat dengan mudah tersebar, mengaburkan nilai-nilai sejati yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, penting bagi institusi agama untuk memanfaatkan teknologi dengan bijaksana, guna menjaga keaslian dan integritas ajaran agama.

Dalam konteks ini, banyak institusi agama yang mulai merangkul teknologi dan media sosial sebagai bagian dari strategi dakwah mereka. Berbagai platform media sosial digunakan untuk menyiarkan khotbah, diskusi keagamaan, bahkan kegiatan keagamaan langsung seperti shalat berjamaah atau perayaan hari besar agama. Dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti live streaming, webinar, dan forum diskusi, dakwah agama dapat disampaikan secara lebih dinamis dan menarik. Hal ini memungkinkan umat untuk lebih terlibat, tidak hanya sebagai pendengar pasif, tetapi juga sebagai peserta aktif dalam percakapan keagamaan. Seiring dengan kemajuan teknologi, bahkan beberapa aplikasi dan situs web kini menawarkan kursus agama daring, yang memungkinkan umat untuk mempelajari ajaran agama mereka secara lebih mendalam (Mutiawati, 2018).

Namun, penggunaan teknologi sebagai alat dakwah juga membutuhkan perhatian khusus terhadap dampaknya. Transformasi ini menuntut institusi agama untuk beradaptasi dengan cepat dan menemukan cara untuk menjaga hubungan yang autentik dengan umat, sambil tetap memperhatikan etika dakwah yang sesuai dengan ajaran agama. Oleh karena itu, artikel ini berfokus pada peran teknologi, khususnya media sosial, dalam transformasi institusi agama di era digital, serta bagaimana dakwah dapat dilakukan secara efektif dan bertanggung jawab di dunia maya. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana institusi agama dapat memanfaatkan

teknologi sebagai alat dakwah yang tidak hanya efektif, tetapi juga menjaga nilai-nilai spiritualitas yang menjadi inti dari ajaran agama.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami bagaimana institusi agama memanfaatkan teknologi, khususnya media sosial, sebagai alat dakwah di era modern. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokusnya pada eksplorasi makna, pengalaman, dan proses yang terjadi dalam penggunaan teknologi untuk dakwah agama, serta dampaknya terhadap umat dan institusi agama itu sendiri (Sugiono, 2015).

Data utama dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai tokoh agama, pengelola media sosial institusi agama, serta para pengikut atau anggota komunitas agama yang aktif terlibat dalam dakwah digital. Wawancara ini bertujuan untuk menggali perspektif mereka terkait penerapan media sosial dalam dakwah, tantangan yang dihadapi, serta pengaruhnya terhadap pemahaman agama dan praktik keagamaan. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan analisis konten dari materi dakwah yang dipublikasikan di berbagai platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, untuk mengidentifikasi strategi dakwah yang digunakan, pesan yang disampaikan, dan reaksi dari audiens (Margono, 2022).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika penggunaan teknologi dalam dakwah, serta implikasinya terhadap institusi agama dalam menjaga kesatuan ajaran dan menyikapi perubahan yang ditimbulkan oleh modernitas. Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif dan interpretatif, dengan mencari pola-pola yang muncul dalam penerapan teknologi sebagai alat dakwah, serta bagaimana hal ini mempengaruhi interaksi antara institusi agama dan umat di dunia maya (Akbar, 2022).

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa institusi agama di era modern, terutama yang berbasis di negara-negara dengan populasi besar umat beragama, mulai memanfaatkan media sosial sebagai alat dakwah untuk memperluas jangkauan pesan mereka. Media sosial, seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan Facebook, telah memungkinkan institusi agama untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu yang sebelumnya dihadapi dalam penyampaian dakwah. Dalam wawancara dengan tokoh agama dan pengelola media sosial, ditemukan bahwa platform-platform ini memungkinkan pesan keagamaan dapat disebarluaskan secara langsung kepada audiens yang lebih luas, bahkan lintas negara dan budaya. Mereka melaporkan bahwa dakwah kini dapat menjangkau audiens yang lebih besar dengan berbagai variasi format, mulai dari video ceramah, kutipan ayat-ayat suci, hingga diskusi interaktif (Mokhtarishah Bin Mohamed Mokhtar, Hasmadi Bin Hj. Hassan, 2021).

Salah satu temuan utama adalah meningkatnya keterlibatan generasi muda dalam dakwah digital. Sebagian besar tokoh agama yang diwawancarai

menekankan pentingnya menyesuaikan pendekatan dakwah dengan preferensi dan kebiasaan hidup digital yang semakin berkembang di kalangan anak muda. Platform seperti Instagram dan TikTok, dengan formatnya yang lebih visual dan interaktif, telah dimanfaatkan untuk membuat dakwah lebih menarik dan mudah dicerna. Video pendek yang mengandung pesan keagamaan, misalnya, telah menjadi metode populer dalam menjangkau audiens muda. Beberapa lembaga keagamaan bahkan menciptakan program dakwah berbasis aplikasi, yang memungkinkan umat untuk mengakses pembelajaran agama secara mandiri melalui media sosial (Harun Najib, 2024).

Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadirkan tantangan besar yang harus dihadapi oleh institusi agama. Salah satunya adalah potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau distorsi ajaran agama. Beberapa pengelola media sosial lembaga keagamaan melaporkan adanya kesulitan dalam memastikan bahwa pesan yang mereka sampaikan tidak disalahpahami atau dimanipulasi. Salah satu contoh yang sering muncul adalah adanya perbedaan interpretasi terhadap pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui platform digital, di mana audiens yang beragam latar belakang dan pemahamannya dapat menafsirkan pesan tersebut dengan cara yang berbeda. Hal ini berpotensi menimbulkan kebingungan dan mempengaruhi pemahaman agama yang benar. Oleh karena itu, pengelola media sosial dari institusi agama harus memiliki tanggung jawab yang lebih besar untuk memastikan akurasi dan kesesuaian pesan dengan ajaran agama yang sah (Rakhmawati, 2016).

Selain itu, munculnya fenomena komersialisasi dakwah juga menjadi perhatian. Beberapa tokoh agama menyatakan bahwa platform media sosial terkadang mengarah pada komersialisasi materi dakwah, dengan mencampurkan konten agama dengan promosi produk atau layanan tertentu. Fenomena ini, meskipun dapat meningkatkan daya tarik dan engagement, namun berisiko mengaburkan tujuan utama dakwah itu sendiri, yakni untuk meningkatkan kualitas spiritualitas umat. Oleh karena itu, penting bagi institusi agama untuk menjaga keseimbangan antara konten dakwah yang bermanfaat dan penghindaran terhadap unsur-unsur yang dapat mengurangi kesucian dan integritas pesan agama.

Namun, meskipun terdapat tantangan, banyak juga dampak positif dari pemanfaatan teknologi dalam dakwah. Sebagai contoh, media sosial memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih erat antara pemimpin agama dan umatnya. Dengan adanya fitur seperti live streaming, audiens dapat menyaksikan langsung ceramah, diskusi, atau perayaan hari-hari besar agama dari tempat yang jauh. Hal ini membuka kesempatan bagi umat yang tinggal di daerah terpencil atau yang memiliki keterbatasan fisik untuk tetap terhubung dengan kegiatan agama. Penggunaan media sosial juga mendorong terciptanya komunitas virtual di mana umat dapat saling berbagi pengalaman, bertanya, dan berdiskusi mengenai ajaran agama. Ini memberikan kesempatan bagi umat untuk terlibat lebih aktif dalam memperdalam pemahaman agama mereka, bahkan di luar kegiatan ibadah rutin (Rani, 2023).

Secara keseluruhan, transformasi institusi agama melalui pemanfaatan teknologi, khususnya media sosial, membawa dampak yang signifikan dalam cara dakwah disampaikan dan diterima. Walaupun menghadirkan tantangan baru, teknologi membuka peluang besar untuk memperluas pengaruh dakwah dan membuatnya lebih relevan bagi generasi muda serta masyarakat global yang terus berkembang. Oleh karena itu, penting bagi institusi agama untuk mengembangkan strategi yang bijak dalam menggunakan media sosial agar dakwah dapat dilakukan secara efektif dan tetap menjaga kesucian ajaran agama.

D. Penutup

Pemanfaatan teknologi, khususnya media sosial, telah membawa transformasi signifikan dalam dakwah agama di era modern. Institusi agama kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, dan Twitter. Teknologi memungkinkan dakwah tidak hanya terbatas pada ruang fisik, tetapi juga dapat diakses kapan saja dan di mana saja, memperluas dampaknya ke berbagai kalangan, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadirkan tantangan yang tidak kalah besar. Salah satunya adalah potensi penyebaran informasi yang kurang akurat atau distorsi ajaran agama. Oleh karena itu, penting bagi institusi agama untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran yang sah dan tidak disalahartikan oleh audiens yang beragam. Selain itu, komersialisasi dakwah dan campuran antara konten agama dan promosi produk juga menjadi perhatian, karena bisa mengaburkan tujuan utama dakwah yang seharusnya menjaga integritas spiritualitas. Meski demikian, manfaat teknologi dalam dakwah sangat besar, terutama dalam hal meningkatkan interaksi dan keterlibatan umat. Fitur-fitur interaktif seperti live streaming, diskusi online, dan forum komunitas memungkinkan umat untuk lebih aktif terlibat dalam kegiatan keagamaan, bahkan di luar tempat ibadah fisik. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi harus dilakukan dengan bijak, menjaga keseimbangan antara inovasi dan kesucian ajaran agama, untuk memastikan dakwah tetap relevan dan efektif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Weriana2 ., Rusdy A. Siroj3 ., M. Win Afgani. (2022). Experimental Researcrh Dalam Metodologi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 465–474. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7579001>
- Harun Najib, M. (2024). *peran teknologi informasi sebagai media dakwah di pondok pesantren darussalam*. Universitas Islam Negeri (UIN) PROF. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Margono, S. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV. Manhaji Medan.
- Mokhtarishah Bin Mohamed Mokhtar, Hasmadi Bin Hj. Hassan, M. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Islam Dalam Kalangan Penduduk Kampung Beserah, Kuantan, Pahang (The Use of Social Media as a Medium of Islamic Preaching Among the Residents of Beserah Village, Kuantan, Pahang). *International Journal Of Humanities Technology And Civilization (Ijhtc)*, 6(1), 41–48. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6667>
- Mutiawati, I. (2018). *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Rahmawati, Ahmad Zaini, D. (2021). *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*. 8(1), 162–172. <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>
- Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 49–70.
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.