

MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM DAKWAH INTERAKTIF DALAM MEMBANGUN DIALOG DAN SILATURAHMI

Siti Qonitah

Universitas Islam Negeri Salatiga
sitiqonitah06@gmail.com

Sri Suparwi

Universitas Islam Negeri Salatiga
sri97suparwi@gmail.com

Siti Qoni'ah

Universitas Islam Negeri Salatiga
sitiqoniahsiti@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah cara komunikasi masyarakat, salah satunya dalam bidang dakwah islam. Di era digital saat ini media sosial menjadi salah satu platform utama dalam penyampaian pesan keagamaan secara lebih luas dan interaktif. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial sebagai sarana dakwah interaktif dalam membangun dialog dan silaturahmi di era digital. Media yang dianggap paling efektif untuk sarana berdakwah adalah media sosial. Dengan adanya platform seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube bukan hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi, namun dengan adanya berbagai fitur interaktif yang ditawarkan seperti live streaming, grup diskusi, kolom komentar memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara da'I dan audiens. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi dakwah interaktif melalui platform media sosial dalam membangun dialog dan silaturahmi di khalayak luas. Berdasarkan hasil penelitian analisis konten media sosial menunjukkan bahwa para da'I yang diteliti umumnya menggunakan jenis konten, termasuk video ceramah, quotes inspiratif, dan sesi tanya jawab langsung melalui komentar. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian kepustakaan atau studi literatur. Data dikumpulkan melalui pencarian dan seleksi jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dengan tema penelitian, serta analisis konten media sosial dari beberapa da'I yang aktif berdakwah di media sosial.

Kata Kunci: *Media, Dakwah, Interaktif, Dialog, Silaturahmi.*

ABSTRACT

The current development of digital technology has changed the way people communicate, one of which is in the field of Islamic da'wah. In the current digital era, social media has become one of the main platforms for conveying religious messages more widely and interactively. This article aims to examine the role of social media as a means of interactive da'wah in building dialogue and friendship in the digital era. The media that is considered the most effective means of preaching is social media. With platforms such as Instagram, Facebook, Tiktok, YouTube, not only as a means of entertainment and communication, but with the various interactive features

offered such as live streaming, discussion groups, comment columns, it allows for two-way communication between da'I and audience. The aim of this research is to identify and analyze interactive da'wah strategies through social media platforms in building dialogue and friendship among the community. Based on research results, social media content analysis shows that the preachers studied generally use types of content, including video lectures, inspirational quotes, and live question and answer sessions via comments. This research method uses a qualitative approach with library research or literature study methods. Data was collected through searching and selecting scientific journals that were relevant to the research theme, as well as analyzing social media content from several preachers who were active in preaching.

Keywords: *Media; Da'wah, Interactive, Dialogue, Friendship*

A. PENDAHULUAN

Era digital memberikan akses luas terhadap semua orang yang berguna untuk menjangkau informasi dengan cepat, salah satunya yaitu media sosial. Media sosial menjadi salah satu kebutuhan utama bagi kehidupan masyarakat modern. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat platform digital menawarkan banyak kemudahan dalam mengakses informasi secara instan tanpa adanya batasan waktu. Berbagai platform yang sering digunakan masyarakat seperti Instagram, Tik Tok, dan Youtube memungkinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan jutaan orang di seluruh dunia.

Paramitha mengatakan bahwa media sosial merupakan platform yang dirancang guna memfasilitasi interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan adanya media sosial memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi dari satu individu ke individu yang lainnya (Lestari dkk., 2024)

Media sosial merupakan sebuah jembatan komunikasi yang digunakan oleh kalangan masyarakat untuk saling berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sebuah interaksi diantara mereka melalui dunia virtual. Dengan adanya perkembangan zaman, media sosial menjadi salah satu aspek utama dalam penyebaran informasi. Media sosial ini menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Awaliyah dkk., 2021). Hal ini memungkinkan adanya peluang besar terhadap berbagai bidang untuk menyebarkan informasi dengan lebih mudah, salah satunya dalam dunia dakwah. Dakwah yaitu mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Adi dkk., 2022).

Media sosial dapat dijadikan penghubung yang bersifat terbuka, dimana masyarakat dapat melihat sebuah dakwah dengan mudah. Media sosial dapat membantu kalangan masyarakat untuk mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja. Dakwah interaktif melalui media sosial merupakan kegiatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan terhadap individu maupun kelompok yang

bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran agama islam yang lebih efektif.

Kehadiran media sosial menyebabkan banyaknya perubahan dalam cara melakukan aktivitas dan cara komunikasi masyarakat (Dhora dkk., 2023). Dalam penelitian ini peneliti fokus pada media sosial yang digunakan sebagai platform dakwah interaktif untuk membangun dialog dan silaturahmi dengan menganalisis beberapa media sosial terhadap akun yang aktif digunakan oleh beberapa da'I dalam melakukan dakwah melalui media sosial tersebut.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam mengenai “Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi”. Penelitian ini dilakukan karena belum banyak penelitian yang secara mendalam menganalisis sejauh mana media sosial berkontribusi dalam membangun dialog dan silaturahmi dalam dakwah islam. Dengan adanya judul di atas peneliti mengambil rumusan masalah yaitu “sejauh mana media sosial digunakan sebagai platform dakwah interaktif serta perannya dalam membangun dialog dan mempererat silaturahmi.

B. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur sebagai dasar pengumpulan data. Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur adalah penelitian yang menggunakan berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan literatur sebagai sumber data penelitian yang kemudian dibaca, dicatat, dan dianalisis (Efendi dkk., 2022). Studi literatur dipilih untuk mengeksplorasi kajian teoritis dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema “Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi. Selain itu, peneliti juga melakukan analisis terhadap aktivitas dakwah para da'I di akun media sosial yang aktif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik dakwah interaktif dan dampaknya terhadap dialog serta silaturahmi umat islam melalui media sosial.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data utama yakni:

1. Data primer

Data primer berupa konten dakwah yang dihasilkan dari beberapa da'I yang aktif dalam menggunakan media sosial untuk menyebarkan ajaran agama dengan memanfaatkan beberapa platform digital seperti Instagram, Youtube, dan Tik Tok.

Beberapa da'I yang dianalisis dipilih berdasarkan tingkat popularitas, konsistensi aktivitas dakwah dan keterlibatan audiens. Contoh da'I yang diamati meliputi:

- a. Ustadz Hanan Attaki sering memanfaatkan fitur komentar untuk menjawab pertanyaan audiens di Instagram.

- b. KH. Anwar Zahid sering menggunakan live streaming untuk diskusi interaktif melalui Youtube.
- c. Gus Iqdam Muhammad yang aktif memposting konten dakwah pendek di Tik Tok.

2. Data Sekunder

Penelitian menggunakan jenis data sekunder ini diperoleh dari kajian literatur, terutama jurnal-jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang membahas peran media sosial dalam dakwah islam. Beberapa jurnal yang akan di analisis yaitu jurnal yang mencakup penelitian tentang komunikasi interaktif dalam media sosial, studi kasus penggunaan media sosial dalam berdakwah, dan menganalisis dampak media sosial terhadap dialog dan silaturahmi umat islam.

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi literatur yakni mencari, membaca, dan menganalisis jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan beberapa konsep yang dijadikan kunci dalam penelitian ini meliputi dakwah interaktif, dialog, dan silaturahmi dalam konteks media sosial.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan hasil penelitian tentang manfaat media sosial sebagai platform dakwah interaktif dan melakukan observasi konten media sosial dengan memilih beberapa da'I yang aktif di media sosial berdasarkan popularitas dan keaktifan mereka dalam berdakwah. Penelitian ini dianalisis melalui konten dakwah yang mereka hasilkan termasuk dalam format video pendek, live streaming, quotes, dan komentar. Peneliti juga mengamati bagaimana audiens merespon dakwah tersebut melalui komentar, pertanyaan, atau interaksi lainnya.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang mencakup langkah-langkah berikut:

1. Analisis Isi

Peneliti melakukan analisis secara mendalam terhadap konten-konten dakwah yang diproduksi oleh para da'I di media sosial untuk mengetahui tingkat interaktivitas, respon audiens, dan dampak dakwah dalam membangun dialog dan silaturahmi.

2. Analisis Komparatif

Membandingkan hasil dari kajian literatur dengan temuan dari observasi konten da'I di media sosial untuk melihat kesesuaian antara teori dan praktik.

3. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menyusun kesimpulan tentang peran media sosial sebagai platform dakwah interaktif dalam membangun dialog dan silaturahmi berdasarkan hasil analisis data primer dan sekunder.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data- data yang diperoleh dari penelitian melalui analisis studi literatur dan observasi konten dakwah pada beberapa da'I yang aktif dalam menggunakan media sosial sebagai platform dakwah, menunjukkan bahwa hal ini menjadi salah satu alternatif yang cukup berhasil di era digital. Platform media sosial yang digunakan dalam penelitian ini seperti Instagram, Tik Tok, Youtube telah digunakan oleh beberapa da'I secara efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak luas.

1. Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Interaktif

Media sosial merupakan sebuah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara real-time melalui jaringan internet. Media sosial juga berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyebarkan sebuah ide, membangun koneksi, dan dapat menciptakan komunitas yang melampaui batas geografis. Di era digital ini, media sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kehidupan pribadi maupun sosial.

Nasrullah mengatakan bahwa media sosial dapat diartikan sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi informasi, serta menjalin hubungan sosial dengan pengguna lain secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Dengan adanya perkembangan media sosial saat ini memungkinkan adanya komunikasi dua arah, salah satunya digunakan sebagai alat untuk penyebaran dakwah yang dimanfaatkan oleh da'I melalui platform digital.

Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti mengajak. Dakwah bertujuan untuk menyeru, mengajak, dan mengarahkan manusia agar beriman kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam sesuai dengan prinsip syariat islam, aqidah, dan akhlaq. Tujuan utama dari dakwah adalah untuk meraih suatu kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat (Rahmadani & Amalia, 2023).

Salah satu tujuan utama dakwah yaitu menumbuhkan pemahaman, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang disampaikan oleh para da'I. Secara garis besar dakwah bertujuan untuk mencapai nilai-nilai atau hasil akhir dari seluruh aktivitas dakwah, yang berpusat pada nilai-nilai agama.

Secara umum dakwah mencakup beberapa tujuan yaitu:

- Mengajak masyarakat untuk beriman kepada Allah dan mengikuti ajaran islam.
- Mengembangkan wawasan keagamaan islam, terutama bagi yang muallaf.
- Mendorong umat islam untuk terus meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT.
- Membimbing anak-anak agar tetap berada pada fitrahnya.

Untuk mewujudkan tujuan dakwah tersebut diperlukan media sosial yang mampu untuk menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan. Semakin baik kualitas media yang digunakan semakin efisien pula proses penyampaian pesan dakwah (Rahmadani & Amalia, 2023).

Dengan ini media sosial dimanfaatkan sebagai platform dakwah interaktif yang dapat memberikan peluang besar terhadap para da'I untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan lebih menarik sesuai dengan perkembangan media sosial di era modern. Di dalam penyampaian dakwah melalui beberapa platform digital ini juga memberikan penyajian konten dakwah dalam berbagai bentuk seperti video, tulisan motivasi, live streaming yang dapat menjangkau audiens dengan lebih luas tanpa adanya batasan geografis.

Media sosial dan jaringan sosial yang ada saat ini memungkinkan untuk setiap individu dapat terhubung dengan mudah tanpa batasan geografis, ruang, atau waktu. Hal ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi, berbagi informasi, menyampaikan pendapat, membentuk pertemanan, dan juga untuk mencari pasangan hidup. Dengan adanya fitur-fitur interaktif dan kemampuan dari berbagi konten antara individu, media sosial dijadikan sebagai wadah yang dinamis untuk aktivitas sosial dan komunikasi yang tidak terbatas oleh batasan fisik atau waktu (Lestari dkk., 2024).

Di era digital ini, media sosial sangat berpotensi dalam mendukung misi dakwah. Dengan adanya jangkauan luas dan kemampuannya untuk menciptakan interaksi secara real-time media sosial menyediakan platform yang ideal untuk menyampaikan pesan-pesan agama islam kepada audiens. Untuk menarik perhatian audiens para da'I perlu merancang konten yang relevan dan menarik. Konten tersebut dapat berupa podcast, video, infografis, atau quotes yang mengajarkan ajaran islam dengan cara yang mudah dan menarik bagi khalayak. Konten yang dirancang dengan baik tidak hanya memberikan suatu informasi, tetapi juga mampu menggugah pikiran dan perasaan audiens sehingga dapat mendorong mereka untuk lebih memahami ajaran islam (Syihabudin dkk., 2023)

Sujatmiko dan el Ishaq mengatakan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan untuk berinteraksi dengan audiens. Fitur-fitur interaktif yang tersedia di media sosial seperti kolom komentar, tombol suka, berbagi konten, dan sesi siaran langsung mampu menciptakan rasa kebersamaan dan kedekatan, sehingga keterlibatan audiens ini berperan penting dalam membangun suatu kepercayaan yang menjadi faktor utama dalam keberhasilan pelaksanaan dakwah (Syihabudin dkk., 2023).

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis tiga platform media sosial yang digunakan oleh pendakwah populer yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan agama secara virtual sehingga menjadikan dakwah interaktif yang

dapat membangun dialog dan silaturahmi terhadap khalayak luas. Berikut ini adalah hasil yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis tiga platform media sosial yang digunakan da'I untuk menyampaikan dakwahnya dengan berbagai bentuk konten.

Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dengan hal itu peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar manfaat penyebaran dakwah melalui media sosial dengan menganalisis tiga pendakwah yang aktif di media sosial. Berikut beberapa pendakwah yang aktif menyampaikan dakwahnya melalui media sosial meliputi:

a. Ustadz Hanan Attaki

Beliau dikenal sebagai sosok yang dekat dengan generasi muda dan kreatif dalam menyampaikan dakwahnya melalui Instagram. Metode yang digunakan Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya yaitu dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti, video pendek dengan pesan agama, ceramah langsung di live Instagram, kutipan inspiratif (quotes), menjawab pertanyaan di kolom komentar.

Ustadz Hanan Attaki sering mengunggah video pendek yang berisi motivasi keagamaan atau ceramah. Video tersebut biasanya berdurasi sekitar 1-5 menit dan dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami. Ustadz Hanan Attaki juga rutin membagikan kutipan singkat yang memuat pesan islami, kutipan ini di desain dengan visual yang menarik sehingga pengikutnya terdorong untuk membagikan kutipan tersebut kepada orang lain.

Ustadz Hanan Attaki juga memiliki gaya komunikasi tersendiri untuk menyampaikan pesan dakwahnya agar dapat menarik perhatian audiens. Gaya komunikasi yang digunakan yaitu dengan bahasa yang hangat dan tidak formal membuat pesan yang disampaikan lebih relevan dan mudah diterima. Keunggulan pendekatan dakwah di Instagram dapat menjangkau generasi muda secara luas. Instagram adalah salah satu media sosial yang populer di kalangan anak muda sehingga ustadz Hanan Attaki memanfaatkan platform media sosial ini untuk menyampaikan pesan agama kepada audiens yang lebih beragam dan luas. Ustadz Hanan Attaki kini memiliki pengikut di Instagram sebanyak 10,5JT dengan jumlah postingan 1.675.



Di atas merupakan beberapa postingan dakwah Ustadz Hanan Attaki dan salah satu dari postingan tersebut menjelaskan bahwa jangan pernah ada kata menyerah, karena menyerah adalah dosa besar dan menyerah sama dengan putus asa. Pesan dakwah yang disampaikan ustadz Hanan Attaki melalui video pendek yang diunggah di platform Instagram dapat dijangkau oleh khalayak luas.

b. Ustadz Anwar Zahid

Ustadz Anwar Zahid merupakan pendakwah yang cukup dikenal di Indonesia, terutama karena pendekatannya yang humoris, santai dan beliau dekat dengan keseharian masyarakat. Ustadz Anwar Zahid menggunakan platform media sosial untuk menyampaikan dakwahnya terutama di Youtube sebagai media dakwah yang interaktif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Ustadz Anwar Zahid mengkombinasikan humor dengan pesan-pesan agama untuk disampaikan kepada audiens dengan cara penyampaiannya yang ringan namun

penyampaian yang penuh makna yang akan membuat audiens merasa terhibur sekaligus tercerahkan oleh pesan agama yang disampaikan.

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya beliau juga menggunakan bahasa lokal, beliau sering menggunakan bahasa Jawa dalam ceramahnya, sehingga akan terasa lebih akrab bagi audiens yang berasal dari komunitas tersebut. Dengan adanya penyampaian dakwah melalui Youtube, dakwah Ustadz Anwar Zahid dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Hal ini dapat memudahkan audiens dari berbagai kalangan dan wilayah untuk mendengarkan ceramahnya.



Dari channel youtube Ustadz Anwar Zahid menampilkan jumlah subscriber sebanyak 3,011JT dan telah memposting 1,9 rb video dakwah. Beliau memanfaatkan platform ini tidak hanya menjadi sarana menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menjadi ruang dialog, edukasi, dan silaturahmi antara ustadz dan jamaahnya.

c. Gus Iqdam Muhammad Khaliq

Gus Iqdam merupakan salah satu pendakwah muda yang aktif di media sosial, khususnya Tik Tok. Beliau memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang relevan bagi masyarakat luas. Metode yang digunakan oleh Gus Iqdam dalam berdakwah melalui Tik Tok sebagai platform dakwah interaktif yaitu dengan cara mengunggah konten dakwah yang singkat dan padat, menggunakan gaya komunikasi yang santai dan kekinian, melakukan interaksi melalui komentar dan fitur live streaming, serta penggunaan visual yang kreatif dan menarik.



Akun Tik Tok Gus Iqdam di atas menampilkan jumlah pengikut sebanyak 206,3 rb. Dengan pendekatan ini, Gus Iqdam menunjukkan bahwa Tik Tok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga dapat digunakan untuk berdakwah secara interaktif dan dapat membangun silaturahmi yang luas.

2. Dakwah Interaktif Membangun Dialog dan Silaturahmi

Dakwah interaktif merupakan metode dialog yang digunakan oleh da'I untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Dakwah interaktif dapat dilakukan dengan berbagai media. Dalam berdakwah seorang da'I harus memahami kebutuhan audiensnya agar dapat menyampaikan pesan dakwah melalui konten dengan tepat dan dapat menarik perhatian mereka. Kemampuan audiens untuk berinteraksi dengan konten dan pengirim pesan menekankan pentingnya interaksi dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Media digital memungkinkan tingkat interaktivitas yang tinggi, dimana audiens dapat berkomunikasi dengan da'I melalui komentar, pesan pribadi, dan forum diskusi. Dengan adanya interaktivitas ini dapat memperkuat hubungan antara da'I dan audiens (Kasir & Awali, 2024).

ShaikhMohd Saifudeen mengatakan bahwa dakwah interaktif digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran islam kepada berbagai kalangan yang merupakan pengguna aktif media sosial. Contohnya, Instagram, Youtube, Tik Tok berperan penting sebagai alat untuk menjangkau khalayak luas, melalui media tersebut da'I dapat menyajikan konten dakwah yang kreatif, menarik, dan mudah diakses (Diyanah Zafri dkk., 2023).

Media sosial merupakan hal yang sangat penting dalam membangun dialog dan mempererat silaturahmi di era digital ini. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti media sosial menjadi ruang komunikasi yang luas bagi para da'I dan audiens untuk berdiskusi, berbagi pengalaman, serta membangun hubungan sosial yang dilandasi nilai-nilai agama. Media sosial ini dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa batasan geografis. Media sosial menjadi sarana yang paling efektif untuk menyampaikan dakwah serta membangun hubungan yang lebih erat dan inklusif.

Selain itu media sosial membantu dalam memperkuat silaturahmi secara lebih luas dan berkelanjutan. Dalam agama islam, silaturahmi adalah ibadah yang dianjurkan, dan dengan adanya media sosial ini memungkinkan hubungan yang tetap terjaga di tengah kesibukan kehidupan modern. Melalui konten yang konsisten seperti nasihat agama, seorang da'I dapat terus berinteraksi dengan audiensnya. Audiens yang jauh akan tetap terasa dekat dengan da'I melalui komunikasi secara virtual.

Dakwah interaktif dengan menggunakan platform media sosial memiliki potensi yang besar dalam membangun silaturahmi di era digital. Melalui beberapa fitur yang tersedia dalam platform media sosial pendakwah dapat berkomunikasi dengan audiens, media sosial juga memungkinkan bahwa penyampaian dakwah dapat dijangkau oleh berbagai kalangan tanpa ada batasan, sehingga dapat memperluas jaringan silaturahmi antara sesama muslim. Dengan cara ini, media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran pesan agama, tetapi juga dapat dijadikan sebagai jembatan untuk memperkuat ukhuwah islamiyah di tengah masyarakat modern. Bersilaturahmi menggunakan media sosial dapat dilakukan oleh siapa saja, di mana saja, dan tidak menutup kemungkinan kepada orang yang bertempat tinggal jauh.

Silaturahmi yang dibangun dalam media sosial tidak hanya terjadi antara da'I dan audiens, tetapi dapat meluas kepada audiens lain yang bersama-sama menyaksikan dakwah melalui platform media sosial tersebut, misalnya ketika audiens berbagi pengalaman dan mendiskusikan ajaran agama di kolom komentar atau forum diskusi, secara tidak langsung mereka membangun jaringan hubungan sosial yang luas. Hal ini dapat memperkuat persatuan dalam komunitas islam untuk memahami pesan dakwah meskipun mereka berada di lokasi yang berbeda.

Dakwah interaktif melalui media sosial berperan sebagai penghubung yang dapat mempererat silaturahmi antara da'I dan audiens, sekaligus menjadi sarana untuk membentuk komunitas dakwah yang kuat. Melalui diskusi, tanya jawab, pertukaran informasi, dan saling membantu, masyarakat lebih aktif dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai agama. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan ajaran islam ke seluruh dunia (Wirayuda dkk., 2023).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi platform yang efektif untuk dakwah interaktif dalam membangun dialog dan silaturahmi. Platform seperti Instagram, Tik Tok, Youtube, memungkinkan para da'I dapat menyampaikan dakwahnya dengan kreatif, menarik, sehingga mampu untuk menjangkau khalayak luas. Adanya beberapa fitur yang tersedia seperti live streaming, kolom komentar, dan video pendek menjadi fasilitas komunikasi dua arah antara da'I dan audiens, yang tidak hanya menyebarkan ajaran islam tetapi juga mempererat silaturahmi. Adanya dakwah interaktif ini dapat memperkuat hubungan sosial, memotivasi audiens untuk lebih memahami dan mengamalkan ajaran islam, serta menciptakan komunitas dakwah yang solid di dunia virtual. Oleh karena itu media sosial memiliki potensi besar untuk terus dimanfaatkan sebagai jembatan dakwah.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adi, L., Pd, S., & Pd, I. (2022). KONSEP DAKWAH DALAM ISLAM Oleh. *Jurnal Pendidikan Ar-Rashid*, 7(3).
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (t.t.). *Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa*.
- Dhora, S. T., Hidayat, O., Tahir, M., Arsyad, A. A. J., & Nuzuli, A. K. (2023). Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru “e-Jihad” atau Latah Bersosial Media. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>
- Diyanah Zafri, N., Opir ii, H., Munirah Yahaya iii Pelajar, A., Pengajian Islam Kontemporer, A., Teknologi MARA, U., Alam, S., Pensyarah Kanan, ii, & Pensyarah Kanan, iii. (2023). *CRITERIA AND APPROACH OF SHARIA-COMPLIANT INTERACTIVE DA'WAH THROUGH SOCIAL MEDIA KRITEIA PENDEKATAN DAKWAH INTERAKTIF PATUH SYARIAH DI MEDIA SOSIAL* (Vol. 30, Nomor 2). <http://al-qanatir.com>

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 06	Nomor. 02	Juli – Desember 2024
-------------------	------------	-----------	----------------------

- Efendi, I., Sesmiarni, Z., Uin,), Djamil, S. M., & Bukittinggi, D. (t.t.). *Pentingnya Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Islam*.
<https://jpion.org/index.php/jpi59>Situswebjurnal:<https://jpion.org/index.php/jpi>
- Kasir, I., & Awali, S. (t.t.). *Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern*.
- Lestari, N., Raden, U., & Palembang, F. (2024). *OPTIMALISASI DAKWAH DI ERA MODERN MELALUI MEDIA SOSIAL* (Vol. 5, Nomor 1).
- Pendidikan dan Kajian Keislaman Volume, J., Januari-Juni, E., Pandu Wirayuda, A., Fahrezi, A., Ratih Pasama, D., Ani Nurhayati, M., & Muhammad Noor, A. (t.t.). *Abidin Pandu Wirayuda, Ahmad Fahrezi, Dayintasya Ratih Pasama, Meilisa Ani Nurhayati, Aditia Muhammad Noor, Islam dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). Dalam *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Rahmadani, N. P., & Amalia, N. (t.t.-a). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH YANG DILAKUKAN REMAJA DI ERA DIGITAL. *Tahun 2023 Journal Islamic Education*, 1(4). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/index>
- Rahmadani, N. P., & Amalia, N. (t.t.-b). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH YANG DILAKUKAN REMAJA DI ERA DIGITAL. *Tahun 2023 Journal Islamic Education*, 1(4). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/index>
- Syihabudin, B., Nurbaeti, A., Komunikasi, R., Islam, P., & Al-Masthuriyah, S. (t.t.). *Strategi Dakwah Digital: Meningkatkan Misi Dakwah dan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial*.
<https://journal.staialmasthuriyah.ac.id/index.php/albalagh/index>