



Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Islam bagi Generasi Z dalam Perspektif Etika Dakwah Digital

Najwa Kamellia Syahgita¹, Syamsul Aripin²

¹Pendidikan Matematika, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

²Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

Abstrak

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital dan memiliki ketergantungan tinggi terhadap media sosial sebagai sarana komunikasi, hiburan, serta pembelajaran. Perkembangan teknologi ini membawa dampak signifikan terhadap pola dakwah dan pendidikan Islam yang kini bertransformasi ke ranah digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif Islam mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah serta merumuskan strategi optimalisasi dakwah digital yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah meninjau literatur terkini, termasuk jurnal, buku, dan artikel dari lima tahun terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database seperti Google Scholar, DOAJ, dan repositori perguruan tinggi dengan menggunakan kata kunci yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis konten (*content analysis*), yang meliputi proses seleksi literatur, reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema, serta sintesis temuan dari berbagai sumber. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk dakwah jika kontennya didasarkan pada prinsip syariah, akidah, dan akhlak. Namun, tantangan muncul berupa penyebaran informasi yang tidak valid, minimnya literasi digital Islami, serta dominasi konten hiburan yang dapat menggeser nilai spiritual. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara ulama, *influencer*, dan lembaga pendidikan untuk mengintegrasikan nilai Islam ke dalam ruang digital. Kesimpulannya, media sosial harus dimanfaatkan secara bijak, kreatif, dan sesuai prinsip syariat agar mampu memperkuat dakwah dan pendidikan Islam di era modern.

Kata Kunci: Dakwah, Media Sosial, Generasi Z, Pendidikan Islam, Literasi Digital.

ABSTRACT

Generation Z is a generation that grew up in a digital environment and is highly dependent on social media as a means of communication, entertainment, and learning. This technological development has had a significant impact on the patterns of Islamic preaching and education, which are now transforming into the digital realm. This study aims to analyze the Islamic

Informasi Artikel

Diterima: 18-11-2025

Direvisi: 21-11-2025

Diterima: 26-11-2025

Publikasi: 03-12-2025

Copyright © 2025.

Pendidikan dan Agama Islam

Email:

purpendijournal@gmail.com

Print ISSN: XXX-XXX

Online ISSN: XXX-XXX

perspective on the use of social media as a means of da'wah and to formulate strategies for optimizing digital da'wah in line with the characteristics of Generation Z. The research method used is to review the latest literature, including journals, books, and articles from the last five years. Data collection was conducted by searching databases such as Google Scholar, DOAJ, and university repositories using relevant keywords. Furthermore, the data was analyzed using content analysis, which included the process of literature selection, data reduction, grouping based on themes, and synthesis of findings from various sources. The research shows that social media can serve as an effective tool for da'wah if the content is based on the principles of sharia, aqidah, and akhlak. However, challenges arise in the form of the spread of invalid information, a lack of Islamic digital literacy, and the dominance of entertainment content that can shift spiritual values. Therefore, collaboration between scholars, influencers, and educational institutions is needed to integrate Islamic values into the digital space. In conclusion, social media must be used wisely, creatively, and in accordance with Sharia principles in order to strengthen Islamic preaching and education in the modern era.

Keywords: *Dakwah, Social Media, Generation Z, Islamic Education, Digital Literacy.*

Corresponding Author:

Najwa Kamellia Syahgita

Pendidikan Matematika, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang
Selatan

Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat, Tangerang Selatan, Banten

najwasyahgita@gmail.com

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1996 dan 2010, sering menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial telah menjadi bagian integral dari aktivitas individu, mempengaruhi komunikasi dan ekspresi mereka (Siagian et al., 2023). Menurut (Nurhabibah & Farid, 2025), sejumlah elemen penting berkontribusi pada pergeseran ini, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kebiasaan generasi serba digital ini. Cara generasi muda berpikir dan bertindak dipengaruhi secara signifikan oleh kemajuan internet, terutama karena mereka sangat terlibat dalam dunia digital dan dapat dengan mudah mengakses berbagai konten Online. Keterhubungan digital yang luas ini memicu perubahan signifikan dalam banyak aspek kehidupan mereka (Zhu, 2023).

Perkembangan media sosial tidak hanya berdampak pada aspek sosial dan budaya, tetapi juga membawa perubahan besar dalam praktik dakwah dan pendidikan Islam. Platform digital secara aktif membentuk kembali praktik dakwah, terutama di wilayah seperti Asia Tenggara, dengan fokus yang kuat pada Indonesia (Qudratullah, Q., & Syam, 2024). Pendidikan Islam untuk kaum milenial dan Generasi Z secara aktif beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang cepat. Ini menunjukkan evolusi yang

diperlukan untuk tetap relevan dan efektif di era modern. Ini menunjukkan perubahan yang dibutuhkan untuk tetap relevan dan efektif di era kontemporer. Generasi Z, misalnya, sangat penting untuk upaya di masa depan karena teknologi dianggap sebagai alat penting untuk memperluas jangkauan dakwah ke berbagai kelompok (Nurita & Perawironegoro, 2024). Transformasi ini menunjukkan bahwa dakwah dan pendidikan Islam tidak boleh berhenti pada metode tradisional, tetapi harus progresif, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan zaman.

Selain itu, generasi Z cenderung lebih memilih media digital dibandingkan cara tradisional untuk memperdalam pemahaman agama mereka. Pilihan ini muncul karena platform digital dianggap lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan materi keagamaan. Media digital memberikan kemudahan akses yang luar biasa, sehingga Gen Z dapat mempelajari informasi agama kapan pun dan di mana pun mereka mau. Fleksibilitas tersebut sejalan dengan gaya hidup dan cara belajar yang mereka sukai (Ilmiah et al., 2024). Namun, pada kenyataannya media sosial sering kali didominasi dengan konten hiburan dan tren viral. Dominasi ini dapat menutupi wacana agama, yang mengarah pada tantangan dalam menjaga integritas teologis dan pengawasan ilmiah dalam praktik dakwah digital (Ulyan, 2023). Hal ini diperparah dengan munculnya fenomena “Pendakwah Instan” yang tidak memiliki kredibilitas keilmuan namun memiliki pengaruh besar karena popularitas digital (Hidayat, 2024).

Dalam konteks ini, Lembaga pendidikan dan para dai memiliki peran sentral dalam membimbing Generasi Z agar mampu berpartisipasi dalam dakwah digital secara etis. Selain menjadi konsumen kritis terhadap konten keagamaan, Generasi Z perlu dibina untuk menjadi produsen konten dakwah yang selaras dengan prinsip syariah. Pelatihan ini mencakup penanaman nilai *muraqabah* kesadaran bahwa Allah selalu mengawasi—serta penguatan adab dalam setiap aktivitas digital, termasuk menulis, berkomentar, dan membagikan informasi. Melalui pendidikan yang terstruktur, pemahaman Hadis yang dikontekstualisasikan, dan literasi digital Islami, lembaga pendidikan dan dai dapat memastikan bahwa dakwah digital tidak hanya informatif tetapi juga berkarakter santun, bijaksana, dan bebas dari provokasi. Dengan demikian, Generasi Z dapat berkontribusi pada ekosistem dakwah digital yang sehat, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi masyarakat luas (Almufassir & Syibromilisi, 2025). Di sisi lain, perkembangan media sosial juga membuka peluang besar bagi dakwah kreatif, seperti animasi tematik keislaman, ilustrasi Qur’ani, *microlearning* Islami, hingga dakwah berbasis narasi motivasi yang lebih sesuai dengan karakter psikologis dan preferensi belajar generasi Z (Wibowo, A., & Lestari, 2024). Dengan sinergi antara literasi digital Islami dan dukungan lembaga pendidikan serta dai, dakwah digital dapat berkembang menjadi ruang yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kuat secara substansi dan akhlak.

Oleh karena itu, kebaruan dari tulisan ini terletak pada analisis komprehensif mengenai bagaimana media sosial tidak hanya menjadi ruang konsumsi informasi, tetapi juga ruang pembentukan identitas keberagamaan Generasi Z melalui interaksi, algoritma, dan budaya digital yang mereka hadapi sehari-hari. Urgensi kajian ini muncul karena derasnya arus konten hiburan dan fenomena ustaz instan yang berpotensi mendistorsi

pemahaman agama di kalangan generasi muda, sehingga diperlukan upaya untuk menjaga integritas dakwah di ranah digital. Kontribusi tulisan ini adalah menawarkan perspektif keislaman serta strategi praktis yang adaptif terhadap karakteristik Gen Z, sehingga dakwah digital dapat tetap relevan, akurat, dan berdampak. Dengan demikian, tujuan dari penulisan opini ini adalah memberikan pandangan keislaman dan menawarkan solusi strategis dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z, sehingga nilai—nilai keagamaan tetap hidup, relevan, dan mudah diterima di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Metode ini tidak mengumpulkan data lapangan secara langsung, melainkan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, skripsi, artikel, laporan penelitian, dan dokumen resmi lainnya. Studi literatur merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup membaca, mencatat, mengolah, serta mengumpulkan data pustaka secara sistematis (Zed, 2008). Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database seperti Google Scholar, DOAJ, dan repositori perguruan tinggi dengan menggunakan kata kunci yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis konten (content analysis), yang meliputi proses seleksi literatur, reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema, serta sintesis temuan dari berbagai sumber. Melalui proses ini, penelitian mampu mengidentifikasi pola, kecenderungan, dan konsep-konsep penting yang mendukung pemahaman mengenai peran media sosial dalam dakwah dan pendidikan Islam bagi Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perspektif Islam Mengenai Dakwah Digital

Dari perspektif Islam, media sosial harus digunakan untuk menyebarkan ajaran Islam (dakwah), membangun hubungan (*ukhuwah*), mendidik untuk pengembangan karakter, menghibur secara moderat, dan mempromosikan kebaikan sambil melarang bahaya, selaras dengan tujuan Al-Quran dan Sunah (Noh, N. A., Lokman, M. A. A., Suyurno, S. S., & Ayub, 2023). (Shihab, 2011) menjelaskan bahwa media sosial dapat menjadi amal Jariah jika digunakan untuk menyebarkan ilmu, nasihat kebaikan, dan memperkuat ukhuwah. Sebaliknya, jika media sosial digunakan untuk menyebarkan fitnah, kebencian, dan merusak persaudaraan, maka hal itu menjadi dosa Jariah, yakni dosa yang terus mengalir meskipun pelakunya telah tiada. Pendapat ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW:

“Barang siapa menunjukkan kepada kebaikan, maka ia mendapatkan pahala seperti orang yang mengerjakannya” (HR. Muslim), dan juga relevan dengan konsep amar makruf nahi munkar dalam QS. Ali Imran ayat 104.

تَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: "Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung". Dengan demikian, media sosial

bukan sekadar alat hiburan, tetapi sarana moral yang harus diarahkan untuk mencapai tujuan syariat (*maqashid al-syariah*) (Mustinda, 2020).

Al-Qur'an dan Sunah memberikan landasan yang kuat bagi pelaksanaan dakwah di era digital, menekankan bahwa penyebaran pesan agama melalui media sosial harus dilakukan secara bijaksana, bertanggung jawab, dan beretika. Media sosial dinilai sebagai sarana strategis untuk memperluas jangkauan dakwah, memfasilitasi interaksi, serta membangun komunitas keagamaan yang positif. Al-Qur'an melalui Surah An-Nahl (16:125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk” (NU Online, 2025).

Berdasarkan ayat tersebut memerintahkan agar ajakan kepada kebaikan dilakukan dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang konstruktif, sehingga penyampaian pesan menjadi lebih tepat, santun, dan mudah diterima. Prinsip-prinsip ini diperjelas dalam Sunah, yang menuntut keakuratan informasi, kehati-hatian dalam berbicara, serta terhindar dari perilaku negatif seperti prasangka buruk, penyebaran informasi tanpa verifikasi (Tabayyun), dan gibah sebagaimana diperingatkan dalam Surah Al-Hujurat (49:12).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَحْسَبُوا وَلَا يَعْتَبَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang” (NU Online, 2025). Dengan menerapkan etika dan nilai Qur'ani-Nabawiyah ini, dakwah digital dapat berfungsi sebagai sarana penyebaran kebaikan yang efektif, amanah, dan selaras dengan tujuan syariat (Hariyati, 2025).

Dakwah di Era Media Sosial

Dengan perkembangan teknologi digital, dakwah kini dapat menyebarkan ajaran Islam secara efektif di platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan *podcast*. Ini menjangkau khalayak global yang beragam tanpa batasan waktu atau tempat, meningkatkan pemahaman dan apresiasi Islam (Jima'ain, 2023). Menurut Q.S. An-Nahl ayat 125,

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik”, ini menunjukkan bahwa dakwah harus dilakukan dengan cara bijaksana dan menyesuaikan konteks zaman, termasuk menggunakan media digital (NU Online, 2025)

Penelitian menunjukkan bahwa khotbah digital, terutama melalui platform seperti TikTok, secara signifikan meningkatkan efektivitas penyebaran pesan agama di antara generasi muda. Ustaz Abdul Somad (UAS) secara efektif memanfaatkan TikTok untuk menyajikan ajaran Islam dengan cara yang ringkas dan menarik, yang beresonansi dengan baik dengan audiensi yang lebih muda. Pilihan bahasa dan gaya retorisnya lebih lanjut berkontribusi pada daya tarik pesannya, memungkinkannya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan mempertahankan komunikasi yang efektif dalam konteks digital (Meilia et al., 2024)

Tantangan Dakwah Digital

Sementara itu media sosial memfasilitasi penyebaran pesan agama, itu juga menimbulkan tantangan seperti informasi yang salah, polarisasi pemahaman, dan potensi intoleransi, yang memerlukan literasi agama digital yang kuat dan bimbingan untuk menavigasi isu-isu ini secara efektif (Asmuni & Irawan, 2025). Selain itu, banyak konten dakwah yang disampaikan tanpa landasan ilmu yang benar, sekadar untuk mengejar popularitas (viral). Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman agama (*misinformation*). Dalam hadis riwayat Muslim, Rasulullah SAW mengingatkan, “Barang siapa berdusta atas namaku dengan sengaja, maka hendaklah ia menempati tempat duduknya di neraka.” Ini menjadi peringatan keras agar dai digital menyampaikan ajaran Islam dengan ilmu, bukan sekadar opini.

Solusi Islam dalam menghadapi tantangan ini adalah dengan memastikan bahwa para dai dan konten kreator memiliki dasar ilmu agama yang kuat sehingga mampu melakukan Tabayyun sebelum menyebarkan informasi. Media sosial hendaknya digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan kebijaksanaan, menebar nilai-nilai kebaikan, dan mempererat persatuan, bukan untuk provokasi atau memecah belah umat. Selain itu, lembaga pendidikan Islam juga berperan penting dalam membimbing generasi muda agar mampu berdakwah secara modern dengan memanfaatkan teknologi, namun tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariat. (Shihab, 2011) berpendapat bahwa media sosial bisa menjadi amal Jariah jika digunakan untuk menyebarkan kebaikan, namun bisa berubah menjadi dosa Jariah jika menyebarkan fitnah dan kebencian.

Peluang dan Dampak Dakwah Digital

Dakwah digital memiliki potensi besar dalam menyebarkan nilai Islam secara lebih luas dan relevan, terutama kepada Generasi Z. Contohnya, dalam *podcast* Husein Ja'far, beliau menyampaikan pesan toleransi beragama secara efektif. Penyampaian yang santai namun bermakna menarik pendengar muda, mendorong keterlibatan dengan nilai-

nilai Islam yang inklusif. Pendekatan ini sejalan dengan kebiasaan digital Gen Z, meningkatkan kesadaran dan partisipasi agama mereka. Studi ini menyoroti bahwa dakwah digital tersebut berfungsi sebagai media yang efektif untuk mempromosikan toleransi beragama, membuatnya lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan (Mochammad Ghilman Waliyyana et al., 2025). Namun, perkembangan dakwah digital juga membawa tantangan etika dan adab di dunia maya. Rasulullah SAW bersabda: "Seorang Muslim adalah orang yang kaum Muslim lainnya selamat dari lisan dan tangannya." (HR. Bukhari dan Muslim) (Farikhah, 2011).

Di era digital, "lisan" tidak hanya ucapan, tetapi juga tulisan, komentar, status, *repost*, *story*, atau *share*. Sayangnya, banyak generasi muda yang menggunakan media sosial tanpa adab seperti Menghina ulama dan tokoh agama, membuka aib orang lain, ujaran kebencian antar kelompok atau mazhab. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumudin* menyatakan bahwa lisan adalah sumber terbesar dosa manusia. Jika diperluas ke zaman sekarang, "lisan digital" (jari dan gadget) menjadi alat yang dapat mengalirkan pahala atau dosa.

Islam menawarkan solusi untuk membangun etika digital melalui beberapa nilai penting. Pertama, *muraqabah*, yaitu kesadaran bahwa setiap aktivitas digital akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Kedua, prinsip *Tabayyun* dan *tathabbut*, yakni memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya agar terhindar dari fitnah dan *hoaks*. Ketiga, penerapan adab bermedia, seperti menjaga sopan santun dalam komentar, tidak menyebarkan aib, dan menjauhi ujaran kebencian. Terakhir, solusi ini harus diperkuat melalui pendidikan karakter Islami yang memadukan akhlak dan literasi digital oleh orang tua, guru, dan ulama agar generasi muda menggunakan media sosial secara bijak dan sesuai syariat.

Strategi Pendidikan Islam Dakwah di Dunia Digital

Penelitian ini menemukan beberapa strategi penting untuk memperkuat dakwah di era digital. Di antaranya adalah kemampuan dalam menggunakan berbagai platform digital, yang menunjukkan perlunya memahami karakteristik serta cara terbaik dalam memanfaatkan setiap platform. Keterampilan bercerita yang menarik juga menjadi hal utama untuk membangun keterlibatan audiensi daring, disertai pemahaman terhadap tren dan kebiasaan mereka agar konten dapat disesuaikan dengan tepat. Bekerja sama dengan kreator digital dapat memperluas jangkauan dan pengaruh dakwah, sementara penggunaan teknologi interaktif dapat mendorong partisipasi audiensi yang lebih aktif. (Rahmawati et al., 2024).

Selain itu, strategi dakwah digital yang efektif perlu disertai dengan penguatan nilai-nilai etika Islam dalam setiap aktivitas daring. Dakwah bukan hanya tentang penyebaran pesan, tetapi juga tentang membentuk perilaku komunikatif yang santun, jujur, dan berlandaskan akhlak karimah. Oleh karena itu, pendidik Islam dan dai digital harus menanamkan kesadaran spiritual dalam penggunaan teknologi, agar media sosial menjadi sarana amar makruf nahi munkar yang berdaya guna. Pengembangan literasi digital yang berbasis pada nilai-nilai Islam sangat penting untuk memastikan bahwa

generasi muda tidak hanya menikmati konten tetapi juga dapat menghasilkan pesan dakwah yang bermakna dan bertanggung jawab (Hassan, M., & Fadhilah, 2023)

Integrasi Nilai Islam di dalam Dakwah Digital

Perkembangan media sosial telah mengubah cara dakwah disampaikan. Islam memandang media sosial sebagai sarana (wasilah) yang boleh dimanfaatkan selama isi, tujuan, dan cara penyampaiannya tetap berlandaskan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, dakwah digital tidak cukup hanya menyebarkan konten religi, tetapi harus mencerminkan nilai-nilai inti Islam, yaitu akidah, akhlak, dan syariah.

1. Nilai Akidah: Menjaga Kemurnian Tauhid dalam Konten. Dakwah digital harus menegaskan nilai tauhid dan tidak terjebak dalam konten yang hanya viral tetapi minim nilai keagamaan. Konten dakwah tetap harus berbasis Al-Qur'an dan Hadis. Menurut (Shihab, 2011), dakwah digital tidak boleh kehilangan ruh spiritual; konten harus tetap berpijak pada tauhid, bukan hanya pada popularitas atau algoritma media sosial.
2. Nilai Akhlak: Adab dan Etika Bermedia. Nilai akhlak sangat penting dalam dakwah digital. Seorang dai digital harus menjunjung tinggi kejujuran, tidak menyebarkan *hoaks*, tidak memprovokasi, serta tidak menggunakan kalimat yang mengandung kebencian atau penghinaan. Prinsip Tabayyun (klarifikasi informasi) sebagaimana dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi pedoman agar tidak mudah menyebarkan berita yang belum jelas kebenarannya. Dalam komunikasi digital, menjaga lisan berarti juga menjaga tulisan, komentar, dan konten yang dibagikan. Sikap rendah hati, sopan, dan bijaksana adalah bentuk akhlak mulia yang harus terlihat dalam setiap aktivitas dakwah di media sosial (Syam & Qudratullah, 2024).
3. Nilai Syariah: Kepatuhan terhadap Aturan Islam di Ruang Digital. Integrasi nilai syariah berarti bahwa seluruh proses dakwah digital tetap mengikuti ketentuan hukum Islam. Konten yang disampaikan harus menjauhi unsur membuka aurat, menampilkan hal-hal vulgar, atau menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan adab Islam. Selain itu, tujuan dakwah digital harus diarahkan untuk memberi manfaat, pendidikan, dan pencerahan, bukan sekadar hiburan atau mengejar jumlah pengikut. (Nurita & Perawironegoro, 2024) menekankan bahwa teknologi harus dipandang sebagai alat untuk memperkuat dakwah, bukan menurunkan martabat nilai-nilai Islam.
4. Kolaborasi Teknologi dan Ruh Dakwah. Kolaborasi antara teknologi dan nilai dakwah perlu diperkuat. Generasi Z memiliki kemampuan digital yang tinggi dan dapat menjadi penerus dakwah yang adaptif. Namun, kemampuan teknis ini harus diimbangi dengan pemahaman agama yang benar. Dengan demikian, pesan Islam dapat tersampaikan secara kreatif, menarik, tetapi tetap berlandaskan kebenaran dan adab. Generasi digital bukan hanya objek dakwah, melainkan juga subjek yang dapat menyebarkan nilai Islam secara global melalui platform digital (Ilmiah et al., 2024).

Peran Guru dan Orang Tua sebagai Teladan Digital

Guru dan orang tua berperan penting sebagai teladan dalam penggunaan media digital yang islami. Guru PAI tidak hanya menyampaikan materi agama, tetapi juga

menunjukkan praktik dakwah digital yang etis, seperti menyebarkan informasi yang benar, menjaga bahasa, dan menggunakan media sosial sebagai sarana pendidikan dan motivasi (Nurita & Perawironegoro, 2024). Orang tua menjadi pendidik pertama yang membimbing anak dalam membentuk akhlak digital melalui pengawasan, pembiasaan, dan contoh nyata penggunaan media sosial secara bijak dan sesuai syariat (Ilmiah et al., 2024). Selain itu, kolaborasi antara guru dan orang tua sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat dan bernilai islami bagi generasi muda. Melalui komunikasi yang intensif dan kesamaan visi, keduanya dapat saling mendukung dalam menanamkan nilai tanggung jawab, kejujuran, serta etika berkomunikasi di dunia maya. Upaya bersama ini tidak hanya membentuk karakter siswa yang cakap digital, tetapi juga beriman dan berakhlak mulia sesuai tuntunan Islam. Dengan demikian, pendidikan digital menjadi bagian integral dari pembinaan moral dan spiritual peserta didik di era modern (Rahman, M., & Aziz, 2023)

Pemanfaatan Media Sosial Menentukan Arah Perkembangan Nilai Keislaman

Implikasi Dakwah Melalui Media Sosial meneliti bagaimana media sosial berfungsi untuk menyebarkan pesan dan prinsip Islam. Meskipun tidak secara eksplisit menyatakan bahwa media sosial menentukan arah pengembangan nilai-nilai Islam, itu sangat menyiratkan pengaruh yang signifikan dengan menyoroti peluang dan tantangan yang terkait dengan penggunaannya dalam khotbah Islam (Dakwah) (Bahrudin & Waehama, 2024). Media sosial juga menjadi arena kontestasi nilai—antara ajaran Islam yang otentik dan narasi yang terdistorsi akibat kurangnya literasi agama dan pengawasan ulama. Fenomena ini disebut sebagai *digitally mediated religion*, di mana nilai Islam tidak hanya diajarkan tetapi juga dinegosiasi dan diinterpretasi ulang oleh masyarakat digital (Campbell, 2022). Dalam konteks ini, algoritma platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram juga memiliki peran besar. Algoritma cenderung menampilkan konten yang menarik perhatian dan interaksi tinggi, bukan yang paling ilmiah atau akurat. Akibatnya, muncul kekhawatiran bahwa nilai Islam bisa bergeser dari substansi menuju konten yang bersifat sensasional, emosional, atau populer semata (Rahmawati, N., & Fadli, 2024).

Kolaborasi Ulama, Influencer, dan Lembaga Pendidikan dalam Mengintegrasikan dakwah digital

Implementasi dakwah digital yang efektif membutuhkan kolaborasi erat antara ulama, influencer, dan lembaga pendidikan Islam. Dalam konteks tantangan dakwah era AI termasuk fenomena “ustaz instan” dan konten keagamaan yang dimediasi algoritma peran ulama sebagai sumber otoritatif menjadi semakin penting. Ulama memastikan bahwa setiap pesan dakwah tetap berlandaskan syariat, sekaligus berfungsi sebagai pengawas etis terhadap penggunaan teknologi agar dakwah tidak kehilangan keaslian dan otoritas keilmuannya (Tarwiyah, 2025).

Influencer dan konten kreator kemudian menerjemahkan pesan-pesan ulama ke dalam format kreatif yang sesuai dengan karakter komunikasi Generasi Z, seperti video pendek, podcast, animasi digital, atau *live streaming*. Sementara itu, lembaga pendidikan Islam memperkuat proses ini melalui pembinaan karakter, literasi digital Islami, dan pelatihan praktik muraqabah serta adab dalam produksi dan konsumsi konten. Dengan

demikian, generasi muda tidak hanya menjadi konsumen bijak, tetapi juga produsen konten dakwah yang bertanggung jawab dan beretika syariah. Pendekatan ini memberi dampak signifikan bagi Generasi Z, yaitu terbentuknya budaya bermedia yang lebih kritis, etis, dan bertanggung jawab. Melalui internalisasi etika dakwah digital, seperti kejujuran informasi, penghindaran ujaran kebencian, serta penyebaran konten yang maslahat generasi muda dapat berperan bukan hanya sebagai konsumen pasif, tetapi sebagai produsen konten dakwah yang valid secara syariat dan komunikatif bagi publik digital.

Sinergi antara otoritas ilmiah ulama, kreativitas influencer, dan dukungan struktural lembaga pendidikan menciptakan ekosistem dakwah yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk integrasi AI. Kolaborasi ini memungkinkan perluasan jangkauan dakwah tanpa mengorbankan nilai-nilai Islam yang autentik, sekaligus melahirkan generasi Muslim yang melek teknologi, mampu memilah informasi, dan mampu menghasilkan konten positif yang mencerminkan prinsip Islam rahmatan lil 'alamin (Syahrin, A., & Hakim, 2023). Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya bertumpu pada studi literatur dan belum menguji kolaborasi dakwah digital ini melalui data lapangan atau evaluasi empiris.

KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi ruang strategis dalam penyebaran dakwah dan pendidikan Islam. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi medium efektif untuk penyampaian nilai-nilai keagamaan secara kreatif, cepat, dan luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memberikan dampak positif dalam membangun pemahaman keagamaan yang relevan dengan gaya hidup generasi digital. Namun, perkembangan ini juga membawa tantangan seperti penyebaran informasi keagamaan yang tidak valid, minimnya etika bermedia, dan dominasi konten hiburan yang dapat menggeser perhatian dari nilai-nilai spiritual. Oleh karena itu, optimalisasi dakwah digital membutuhkan integrasi antara pemahaman teknologi dan penguasaan ilmu agama yang benar. Dai, pendidik, dan generasi muda harus bekerja sama untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga akurat dan berlandaskan akidah, akhlak, serta syariah.

SARAN

Untuk ke depannya, penelitian ini dapat mengeksplorasi lebih dalam bagaimana dai dan konten kreator meningkatkan kualitas keilmuan serta kreativitas penyampaian sehingga pesan Islam tetap menarik sekaligus valid secara syariat. Studi lanjutan juga perlu menelaah peran lembaga pendidikan dan keluarga dalam memberikan teladan digital, menanamkan etika bermedia, serta mengintegrasikan teknologi ke dalam proses pembelajaran agama. Selain itu, riset masa depan dapat menganalisis bagaimana pemerintah dan otoritas keagamaan merumuskan pedoman dakwah digital yang lebih komprehensif, termasuk regulasi, pelatihan, serta penguatan ekosistem dakwah yang sehat. Dengan memperluas ruang kajian ke aspek-aspek tersebut, penelitian mendatang diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih mendalam dalam memahami dan

mengembangkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penguatan iman, akhlak, dan identitas keislaman Generasi Z di era digital.





DAFTAR PUSTAKA

- Almufassir, A. Z., & Syibromilisi. (2025). Strategi Dakwah Digital Berbasis Hadis: Tinjauan Nilai-Nilai Adab Komunikasi dalam Media Sosial. *Al-Wajih: The Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29–41. <https://doi.org/10.54213/alwajih.v2i1.656>
- Asmuni, H., & Irawan, V. W. E. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Keagamaan di Kalangan Generasi Muda. *MOMENTUM : Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 14(1), 90–99. <https://doi.org/10.58472/momentum.v14i1.201>
- Bahrudin, M. I., & Waehama, M. R. (2024). Social and Cultural Implications of Dakwah Through Social Media. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 4(4), 337–346. <https://doi.org/10.15575/jis.v4i4.36728>
- Campbell, H. (2022). Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds. *New York: Routledge*.
- Farikhah, U. (2011). *Akhlak Mulia Kepada Khaliq dan Makhluq*. Musmimah.or.Id. <https://muslimah.or.id/2308-akhlak-mulia-kepada-khaliq-dan-makhluq.html>
- Hariyati, J. (2025). Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Penyebaran Konten Kajian Al-Qur'an di Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 692–704. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety>
- Hassan, M., & Fadhilah, R. (2023). Etika dan Literasi Digital dalam Dakwah Islam Kontemporer. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 101–.
- Hidayat, A. (2024). Fenomena popularitas pendakwah instan di media sosial dan dampaknya terhadap otoritas keilmuan Islam. *Jurnal Dakwah Digital*, 6(2), 101–.
- Ilmiah, J., August, D., & Murniasih, E. (2024). *THE EFFECTIVENESS OF DIGITAL MEDIA IN FACILITATING THE UNDERSTANDING OF ISLAM FOR THE Z-GENERATION IN THE ERA OF DISRUPTION*. 25(1), 68–83.
- Jima'ain, M. T. A. (2023). Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444>
- Meilia, S. A., Ardana, A. F., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2024). Dakwah Ustadz Abdul Somad Pada Media Sosial Tiktok: Upaya Menjaga Adab Dalam Berkomunikasi. *Komunika : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2(2), 9–17. <https://doi.org/10.70437/komunika.v2i2.1050>
- Mochammad Ghilman Waliyyana, Malki Ahmad Nasir, & Ahmad Muttaqin. (2025). Dakwah Digital dan Persepsi Gen-Z pada Podcast Husein Ja'far. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 65–72. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v5i1.6726>
- Mustinda, L. (2020). *Amar Makruf Nahi Mungkar, Perilaku yang Diperintahkan Allah SWT*. DetikNews. <https://news.detik.com/berita/d-5201638/amar-makruf-nahi-mungkar-perilaku-yang-diperintahkan-allah-swt>
- Noh, N. A., Lokman, M. A. A., Suyurno, S. S., & Ayub, M. S. (2023). Pandangan Islam tentang tujuan penggunaan media sosial: Sebuah tinjauan pustaka sistematis. *Pandangan Islam Tentang Tujuan Penggunaan Media Sosial: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis*,





- 8(SI14), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.21834/e-bpj.v8isi14.5051>
- NU Online. (n.d.-a). Al-Hujurat · Ayat 12. *NU Online*. <https://quran.nu.or.id/al-hujurat/12>
- NU Online. (n.d.-b). An-Nahl · Ayat 125. *NU Online*. <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>
- Nurhabibah, N., & Farid, F. (2025). Peralihan Pencarian Informasi ke Media Sosial oleh Generasi Z. *Kiwari*, 4(2), 280–288. <https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34985>
- Nurita, F. W., & Perawironegoro, D. (2024). Implementation of Islamic Education and Da'Wah Wasathiyah Generation Z With Qur'anic Insight in Facing Society 5.0. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 13(02). <https://doi.org/10.30868/ei.v13i02.6135>
- Qudratullah, Q., & Syam, S. (2024). Transformasi dakwah melalui ruang digital. *IntechOpen*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5772/intechopen.1004208>
- Rahman, M., & Aziz, F. (2023). Kolaborasi Guru dan Orang Tua dalam Membangun Literasi Digital Islami. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 14(3), 223.
- Rahmawati, N., & Fadli, R. (2024). Algoritma media sosial dan visibilitas konten keagamaan Islam. *Journal of Digital Society*, 3(2), 89–9.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital : Kajian Literatur Universitas Pembangunan Nasional Veteran , Jakarta pertanyaan kritis yang perlu diteliti lebih lanjut . Bagaimana sebenarnya perubahan ini terjadi , dakwah . Literatur berupa sumber-sumber dari buku , *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 274–277.
- Shihab, M. Q. (2011). *MEMBUMIKAN AL-QUR'AN JILID 2*. Lentera Hati.
- Siagian, N. R., Yuliana, N., Siagian, N. R., & Yuliana, N. (2023). Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation. *Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation*, 1(3), 109–118.
- Syahrin, A., & Hakim, R. (2023). Sinergi Ulama, Influencer, dan Lembaga Pendidikan dalam Penguatan Dakwah Digital di Era Disrupsi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 134. <https://doi.org/https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jki/article/view/6207>
- Tarwiyah, H. L. (2025). Kiai-AI: Renegotiating Religious Authority in the Digital Age. *Journal of Islamic Thought and Philosophy*, 4(1), 106–126. <https://doi.org/10.15642/jitp.2025.4.1.106-126>
- Ulyan, M. (2023). Dakwah digital dan otoritas keagamaan: Tinjauan naratif dakwah Islam di era media sosial. *Urnal Studi Islam Internasional Sinergi*, 1(3), 100–. <https://doi.org/https://doi.org/10.61194/ijis.v1i3.591>
- Wibowo, A., & Lestari, N. (2024). Kreativitas dakwah digital: Animasi, microlearning, dan narasi motivasi Islami. *Jurnal Kreatif Dakwah*, 4(1), 22–3.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Zhu, Y. (2023). Dampak media terhadap Generasi Z dan kemungkinan perubahan sosial di masa depan. *Komunikasi Dalam Penelitian Humaniora*. <https://doi.org/https://doi.org/10.54254/2753-7064/22/20231566>

Biografi Penulis



1st Najwa Kamellia Syahgita     Adalah Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan bidang keahlian dalam Pendidikan Matematika. Selain meneliti, penulis aktif berbagi pengetahuan melalui tulisan. (email: najwasyahgita@gmail.com).



2nd Syamsul Aripin     Adalah Dosen di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan bidang keahlian dalam Pendidikan Agama Islam. Selain mengajar/meneliti, penulis aktif berbagi pengetahuan melalui tulisan, seminar, dan kegiatan pengabdian masyarakat. (email: syamsul.aripin1981@gmail.com).