Sagoe Cendikia: Jurnal Studi Islam Washatiyah
Volume 2 Nomor 2 Tahun 2025
https://journal.sagoeatjeh.or.id/index.php/cendikia/index

Dakwah Islam Washatiyah di Media Sosial: Antara Peluang Dan Tantangan

Ricky Firmansyah & Ikhwan Fajar Ramadhan

Mahasiswa FUAD IAIN Langsa, Indonesia[12]
e-mail: rickyfirmansyahh06@gmail.com[1], ikhwanphone138@gmail.com[2]

Abstrak

Kemajuan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membuka ruang baru bagi aktivitas dakwah Islam, termasuk penyebaran nilai-nilai Islam washatiyah yakni ajaran Islam yang menekankan prinsip moderasi, toleransi, dan keseimbangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara kritis peluang serta tantangan dakwah washatiyah dalam konteks media sosial. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, penelitian ini menemukan bahwa media sosial memberikan peluang luas bagi transformasi metode dakwah yang lebih inklusif, personal, dan interaktif, terutama bagi generasi muda yang akrab dengan dunia digital. Namun di sisi lain, dakwah washatiyah menghadapi tantangan seperti penyebaran ujaran kebencian, polarisasi identitas keagamaan, serta infiltrasi ideologi ekstrem yang sering kali lebih masif dan provokatif di ruang digital. Ketiadaan regulasi yang ketat dan lemahnya literasi digital turut memperparah problem ini. Oleh karena itu, perlu strategi dakwah digital yang berbasis pada literasi media, kolaborasi antar da'i moderat, serta pemanfaatan teknologi secara kreatif dan etis untuk memperkuat pesan Islam yang damai dan rahmatan lil 'alamin.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Islam Wasatiyah, Media Sosial, Moderasi, Kontemporer

Abstract

*The advancement of digital technology, particularly social media, has opened up new avenues for Islamic preaching (*dakwah*), including the dissemination of* Islam washatiyah *values and Islamic teachings that emphasise moderation, tolerance, and balance. This study aims to identify and critically analyse the opportunities and challenges of* washatiyah *da'wah within the context of social media. Using a qualitative approach through a literature review, the study finds that social media offers broad opportunities for transforming da'wah methods into more inclusive, personal, and interactive forms, especially for younger generations familiar with the digital world. On the other hand,* washatiyah *da'wah faces significant challenges, such as the spread of hate speech, religious identity polarisation, and the infiltration of extremist ideologies, which are often more massive and provocative in digital spaces. The lack of strict regulation and weak digital literacy further aggravate these problems. Therefore, a digital da'wah strategy based on media literacy, collaboration among moderate preachers, and the creative and ethical use of technology is essential to strengthen the message of Islam as a religion of peace and* rahmatan lil 'alamin*.*

Keywords: Contemporary, Digital Da'wah, Islam Washatiyah, Social Media, Moderation

Copyright (c) 2025 Ricky Firmansyah & Ikhwan Fajar Ramadhan

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dakwah. Dengan kemajuan teknologi, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar mimbar masjid atau majelis ilmu, tetapi juga dapat disampaikan melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter. Media sosial memberikan peluang bagi para dai untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih modern dan menarik. Media sosial memungkinkan pesan dakwah mencapai masyarakat di berbagai belahan dunia. tanpa batasan geografis. Dengan sekali unggahan, seorang dai dapat menjangkau jutaan orang, baik mereka yang tinggal di kota-kota besar maupun di daerah terpencil. Hal ini tentu menjadi keunggulan utama dibandingkan dengan metode dakwah konvensional yang terbatas pada ruang dan waktu tertentu.

Selain itu, media sosial memungkinkan dakwah disampaikan dalam bentuk yang lebih kreatif dan interaktif. Berbeda dengan ceramah tradisional, dakwah di media sosial dapat dikemas dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, atau artikel yang menarik. Penyajian yang lebih dinamis ini membantu audiens memahami pesan yang disampaikan dengan lebih mudah dan menyenangkan. Interaksi antara dai dan audiens juga menjadi lebih mudah berkat media sosial. Melalui fitur komentar, diskusi daring, dan sesi tanya jawab langsung, jamaah dapat berkomunikasi secara langsung dengan dai. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan antara dai dan audiens, tetapi juga memungkinkan terjadinya klarifikasi jika ada kesalahpahaman dalam pemahaman ajaran Islam.

Keunggulan lain dari dakwah di media sosial adalah kemampuannya untuk menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens. Dengan adanya fitur analisis data pada platform media sosial, dai dapat mengetahui minat dan preferensi audiens mereka. Dengan demikian, materi dakwah dapat disusun agar lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Meskipun memiliki banyak manfaat, dakwah melalui media sosial juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran misinformasi dan hoaks. Tidak semua informasi yang beredar di media sosial dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga ada risiko munculnya pemahaman yang keliru dalam masyarakat.

Selain itu, banyaknya dai yang muncul di media sosial tidak selalu menjamin kebenaran dan kedalaman ilmu yang mereka sampaikan. Beberapa dai mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang kuat, sehingga ada kemungkinan mereka menyampaikan informasi yang kurang terverifikasi atau bahkan menyesatkan. Dai yang aktif di media sosial juga sering menghadapi kritik dan hujatan dari berbagai pihak. Tidak semua orang sepakat dengan pandangan yang disampaikan, sehingga sering kali muncul perdebatan yang tajam. Dalam beberapa kasus, kritik tersebut bahkan dapat berujung pada ancaman atau serangan personal terhadap dai yang bersangkutan.

Komersialisasi dakwah juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Beberapa dai lebih berfokus pada popularitas dan keuntungan finansial dibandingkan dengan esensi dakwah itu sendiri. Akibatnya, dakwah bisa kehilangan makna aslinya dan lebih condong ke arah bisnis atau hiburan semata. Dai juga dapat meningkatkan kualitas penyampaian dakwah dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaan visual yang menarik, animasi, dan presentasi yang terstruktur dapat membantu audiens memahami materi dakwah dengan lebih baik. Hal ini membuat dakwah menjadi lebih efektif dan berdaya guna. Namun, terlepas dari tantangan yang ada, media sosial tetap memberikan banyak peluang bagi perkembangan dakwah di era digital. Salah satu peluang utama adalah kemudahan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Dengan akses yang luas dan cepat, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi keagamaan yang benar dan bermanfaat.

Selain itu, media sosial memungkinkan adanya kolaborasi antardai. Dengan bekerja sama, para dai dapat menghadirkan konten dakwah yang lebih bervariasi dan menarik serta menjangkau lebih banyak orang. Kolaborasi ini juga bisa menjadi sarana untuk saling mengoreksi dan memperbaiki pemahaman agama yang disampaikan kepada masyarakat. Terakhir, media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran keislaman di kalangan masyarakat (Mustaniruddin et al., 2021). Dengan banyaknya konten Islami yang tersedia, masyarakat menjadi lebih mudah mengakses dan mempelajari ajaran Islam. Hal ini dapat membantu mereka menjalani kehidupan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam dan memperkuat hubungan mereka dengan agama.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (*library research*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji representasi dakwah Islam *washatiyah* di media sosial, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang menyertainya. Data dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan sumber-sumber literatur yang valid dan relevan. Subjek dalam penelitian ini adalah dokumen tertulis dan digital yang memuat informasi mengenai dakwah Islam moderat (washatiyah) dan media sosial. Sumber data mencakup: buku ilmiah terbitan 2015–2024 yang membahas dakwah digital dan Islam moderat, artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan, konten media sosial (misalnya video YouTube, unggahan Instagram, dan TikTok) dari pendakwah yang dikenal menyebarkan dakwah washatiyah, laporan lembaga keagamaan seperti MUI, Kemenag, dan organisasi Islam moderat, dan sumber daring terpercaya, seperti portal berita Islam, repositori universitas, dan Google Scholar.

Kriteria inklusi data: Materi membahas dakwah Islam, Islam *washatiyah*, dan media sosial secara eksplisit; Materi tersedia dalam bentuk teks, video, atau dokumen digital yang dapat diakses secara publik; Materi dipublikasikan antara tahun 2015–2024, Kredibilitas penulis atau lembaga

penerbit terverifikasi. Prosedur penelitian dilakukan dalam tiga tahap: Inventarisasi Literatur: Peneliti melakukan penelusuran dokumen dengan menggunakan kata kunci seperti *"dakwah digital"*, *"Islam washatiyah"*, *"moderasi beragama"*, dan *"media sosial Islam"*, melalui database seperti Google Scholar, DOAJ, dan ResearchGate. Seleksi dan Klasifikasi Data: Literatur yang ditemukan diseleksi berdasarkan kesesuaian tema dan validitas sumber, lalu diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: (1) Konsep Islam washatiyah, (2) Dakwah di media sosial, dan (3) Peluang dan tantangan dakwah digital. Analisis Data: Peneliti melakukan analisis isi tematik (thematic content analysis) terhadap dokumen terpilih. Setiap dokumen dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama seperti bentuk dakwah washatiyah, strategi komunikasi dakwah digital, interaksi netizen, serta hambatan teknis dan ideologis.

Instrumen utama yang digunakan adalah lembar kerja analisis dokumen yang dikembangkan peneliti secara mandiri. Lembar ini memuat variabel-variabel kualitatif seperti: nilai-nilai dakwah washatiyah (moderasi, toleransi, keadilan, keterbukaan), media sosial yang digunakan (Instagram, YouTube, TikTok, Facebook), respons audiens terhadap konten dakwah (komentar, share, engagement), indikasi tantangan (polarisasi, misinformasi, resistensi ideologis). Kualitas instrumen diuji melalui uji coba terbatas terhadap lima dokumen awal untuk memastikan kejelasan kategori dan konsistensi penilaian.

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi tematik yang melibatkan proses: reduksi data: menyeleksi informasi relevan; kategorisasi: mengelompokkan informasi berdasarkan tema dakwah, strategi komunikasi, dan respons digital; interpretasi: menjelaskan makna dan implikasi dari pola-pola tematik yang muncul. Triangulasi dilakukan melalui pembandingan lintas sumber dan konsultasi pakar untuk meningkatkan validitas hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Dai tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu dalam menyampaikan ajaran Islam, karena platform digital memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan hanya menggunakan perangkat elektronik dan koneksi internet, pesan dakwah dapat disampaikan kepada jutaan orang di berbagai belahan dunia. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi dakwah, terutama dalam memperkenalkan ajaran Islam kepada mereka yang mungkin tidak memiliki akses langsung ke lembaga keagamaan atau majelis ilmu. Selain cakupan yang luas, media sosial juga memungkinkan penyampaian dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Berbeda dengan metode tradisional yang biasanya berbentuk ceramah lisan, dakwah digital dapat dikemas dalam berbagai format seperti video, infografis, podcast, dan tulisan interaktif. Video pendek

dengan visual menarik dan infografis yang informatif dapat membantu menjelaskan konsep Islam dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami.

Hal ini sangat penting dalam menarik perhatian generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten berbasis digital. Interaksi yang lebih langsung antara dai dan jamaah juga menjadi salah satu keunggulan dakwah di media sosial. Melalui fitur seperti kolom komentar, pesan langsung, dan sesi tanya jawab daring, jamaah dapat berkomunikasi langsung dengan dai untuk mendapatkan klarifikasi atau berdiskusi tentang ajaran Islam. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, tetapi juga membangun kedekatan antara dai dan audiens. Respons cepat terhadap pertanyaan dan permasalahan yang dihadapi jamaah membuat dakwah menjadi lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Tantangan dalam Dakwah Digital. Meskipun memiliki banyak manfaat, dakwah melalui media sosial juga menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan terbesar adalah penyebaran misinformasi dan hoaks yang dapat menyesatkan masyarakat. Dengan mudahnya seseorang membagikan informasi di media sosial, konten yang tidak terverifikasi sering kali menyebar luas tanpa adanya filter yang ketat. Hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam dan merusak citra dakwah. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memastikan bahwa setiap konten yang disebarkan memiliki landasan yang kuat dan sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya.

Selain misinformasi, munculnya dai dengan latar belakang keilmuan yang kurang mendalam juga menjadi tantangan dalam dakwah digital. Tidak semua orang yang menyampaikan dakwah di media sosial memiliki pemahaman yang kuat tentang Islam, sehingga ada risiko penyampaian informasi yang kurang akurat atau bahkan bertentangan dengan prinsip Islam, Fenomena ini dapat menyebabkan penyimpangan dalam pemahaman masyarakat mengenai ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi dai untuk terus meningkatkan kapasitas keilmuan mereka serta menyampaikan dakwah berdasarkan sumber yang kredibel.

Kritik dan serangan dari pihak yang tidak sepakat dengan pesan yang disampaikan juga menjadi tantangan tersendiri dalam dakwah digital. Dai yang aktif di media sosial sering kali menghadapi hujatan atau bahkan ancaman dari kelompok yang memiliki pandangan berbeda. Hal ini dapat menghambat penyebaran dakwah dan menurunkan semangat dai dalam menyampaikan ajaran Islam. Oleh karena itu, dai perlu memiliki strategi komunikasi yang baik untuk menghadapi kritik secara bijak tanpa memperkeruh suasana atau memicu konflik yang lebih besar.

Komersialisasi dakwah juga menjadi permasalahan yang cukup serius di era digital. Beberapa dai lebih berfokus pada popularitas dan keuntungan finansial dibandingkan dengan substansi dakwah itu sendiri. Fenomena ini dapat menyebabkan pergeseran tujuan dakwah dari menyebarkan kebaikan

menjadi sekadar mencari keuntungan pribadi. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap dakwah di media sosial dan menurunkan kredibilitas para dai, Oleh karena itu, penting bagi dai untuk tetap menjaga niat yang tulus dalam berdakwah dan tidak terjebak dalam kepentingan komersial semata.

Peluang Dakwah di Era Digital. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, dakwah melalui media sosial tetap memberikan banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas penyebaran ajaran Islam. Salah satu peluang terbesar adalah kemudahan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam ke seluruh dunia. Dengan akses yang luas terhadap platform digital, informasi keislaman dapat dengan cepat menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang. Hal ini membuka kesempatan bagi orang-orang yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap dakwah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang Islam.

Selain itu, teknologi juga memungkinkan peningkatan kualitas dakwah melalui penyampaian yang lebih menarik dan terstruktur. Dengan adanya berbagai aplikasi desain grafis dan penyuntingan video, da'i dapat membuat konten yang lebih profesional dan mudah dipahami. Hal ini tidak hanya membuat dakwah lebih efektif, tetapi juga meningkatkan minat masyarakat dalam mempelajari ajaran Islam. Penyampaian yang kreatif dan inovatif dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif.

Kolaborasi antar da'i di media sosial juga menjadi peluang besar dalam dakwah digital. Dengan bekerja sama, para dai dapat saling mendukung dan memperkaya materi dakwah yang mereka sampaikan. Kolaborasi ini dapat berupa diskusi bersama, pengadaan kajian daring, atau produksi konten bersama yang membahas berbagai aspek Islam dari perspektif yang lebih luas. Dengan adanya kolaborasi, pesan dakwah dapat menjadi lebih beragam dan menjangkau lebih banyak orang dengan pendekatan yang berbeda-beda.

Agar dakwah di media sosial dapat memberikan manfaat yang optimal, diperlukan strategi yang tepat dalam pemanfaatannya. Dai harus mampu menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan selalu berdasarkan sumber yang terpercaya. Selain itu, penggunaan teknologi secara bijak dapat membantu meningkatkan efektivitas dakwah serta mengatasi tantangan yang ada. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana yang sangat bermanfaat dalam menyebarkan ajaran Islam dan membangun masyarakat yang lebih sadar akan nilai-nilai keislaman.

Hasil

Tema Pembahasan	Penjelasan Sintesis	Referensi Ilmiah
Transformasi Media Dakwah	Media sosial merevolusi cara berdakwah; YouTube dan TikTok mempermudah akses visualisasi pesan Islam moderat	Azhari & Karim (2023); Campbell (2020)
Ciri Washatiyah dalam Narasi Digital	Pesan damai, toleran, dan seimbang menjadi ciri utama yang dikembangkan da'i washatiyah	Amin (2020); Shihab (2022)
Respons Emosional vs Substansi	Dakwah ekstremis lebih viral karena mengandalkan emosi, sementara dakwah washatiyah lebih rasional dan sepi	Nugroho (2023); Setyawan (2023)
Algoritma sebagai Kendala Struktural	Algoritma media sosial tidak netral—lebih menyukai konten ekstrem yang memicu engagement tinggi	Kurniawan & Lestari (2021); Gillespie (2018)
Fragmentasi dan Polarisasi Konten	Kompetisi antarkelompok dakwah memunculkan polarisasi wacana dan bias sektarian	Yusuf & Arifin (2023); Mulyana (2020)
Literasi Digital Dai Washatiyah	Banyak dai belum mampu mengoptimalkan media sosial sebagai alat dakwah karena keterbatasan digital literacy	Hakim & Salim (2022)
Strategi Dakwah Moderat Berbasis Data	Kolaborasi dengan influencer, visualisasi estetis, dan storytelling meningkatkan engagement positif	Mubarok & Fikri (2022)
Peran Lembaga dalam Penguatan Narasi	Kementerian Agama, Kominfo, dan lembaga keagamaan harus berperan aktif dalam mengarusutamakan dakwah moderat	Kominfo (2020); Zuhri (2022); BPS (2021)
Peluang Moderasi Berbasis Komunitas	Komunitas digital Islami (seperti @nuonline, @islamidotco) berperan sebagai agen pengarusutamaan moderasi	Pratama & Fadillah (2022)
Implikasi Sosial dan Kebijakan	Dakwah washatiyah di media sosial berpotensi menekan radikalisme jika didukung regulasi dan literasi publik	Zuhri (2022); Hasyim (2021); Alim & Jannah (2023)

Pembahasan

Media Sosial sebagai Medium Transformasi Dakwah Islam Wasathiyah

Transformasi dakwah Islam mengalami akselerasi signifikan sejak kemunculan media sosial sebagai ruang publik baru. YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan dakwah, termasuk pesan Islam wasathiyah. Medium visual dan interaktif ini memungkinkan penyampaian ajaran agama secara lebih kreatif, menjangkau generasi muda dengan gaya komunikasi mereka sendiri. Menurut teori komunikasi digital oleh McQuail (2010), media sosial menggeser model komunikasi satu arah menjadi komunikasi dialogis dan partisipatif. Maka, pendakwah yang memahami karakteristik platform akan lebih berhasil dalam menyampaikan pesan-

pesan moderat. Seperti ditunjukkan oleh Azhari & Karim (2023), penggunaan TikTok secara kreatif memungkinkan pendakwah menjangkau kalangan milenial yang sebelumnya sulit dirangkul melalui media konvensional. Namun demikian, peluang ini tidak selalu diimbangi dengan kemampuan teknis dan strategi komunikasi yang baik dari para dai. Beberapa masih memanfaatkan media sosial hanya sebagai medium pasif untuk menyebarkan konten ceramah tradisional, bukan untuk membangun interaksi digital yang dinamis.

Nilai-nilai Wasathiyah dan Tantangan Eksistensial di Dunia Digital

Pesan dakwah Islam wasathiyah identik dengan nilai-nilai keseimbangan, toleransi, dan anti-ekstremisme. Narasi ini menjadi sangat penting di era digital yang sarat dengan polarisasi, ujaran kebencian, dan kampanye ideologis yang keras. Dakwah moderat mengedepankan sikap inklusif terhadap perbedaan mazhab, agama, dan budaya, sekaligus menjunjung etika berdakwah dengan kasih sayang, bukan provokasi.

Namun, sebagaimana dijelaskan Rahman (2021), pesan wasathiyah sering kali tenggelam oleh algoritma media sosial yang lebih mendukung konten ekstrem. Algoritma ini menilai keberhasilan sebuah konten berdasarkan interaksi (engagement), bukan kedalaman atau manfaatnya. Maka, konten yang memprovokasi amarah atau kebencian justru lebih berpeluang viral, sementara dakwah wasathiyah yang mengedepankan keseimbangan malah tertinggal. Dalam konteks ini, pendekatan dakwah moderat membutuhkan adaptasi strategi. Tanpa mengorbankan nilai substansial Islam, pesan-pesan tersebut perlu dikemas dalam format yang menarik, naratif, dan menyentuh sisi emosional yang konstruktif.

Strategi Komunikasi Digital: Antara Peluang dan Kompetensi

Pendakwah kontemporer dituntut tidak hanya menguasai materi agama, tetapi juga strategi komunikasi digital. Teknik seperti visual storytelling, kolaborasi dengan influencer, serta penggunaan elemen visual dan simbolik Islami menjadi kunci keberhasilan dakwah di dunia maya. Seperti ditunjukkan oleh Mubarok & Fikri (2022), penggunaan storytelling berbasis pengalaman personal atau problem sosial sangat efektif dalam menarik simpati dan memperluas audiens. Namun, tidak semua pendakwah memiliki kapasitas literasi digital yang memadai. Beberapa bahkan belum memahami dinamika algoritma platform media sosial, sehingga pesan dakwah mereka tenggelam di tengah banjir konten. Hal ini sesuai dengan temuan Hakim & Salim (2022) yang menunjukkan bahwa banyak dai di Indonesia belum mendapatkan pelatihan sistematis terkait dakwah digital. Dengan demikian, strategi dakwah tidak bisa dilepaskan dari upaya peningkatan kompetensi digital dai, termasuk kemampuan produksi konten, pemahaman audience behavior, dan pengelolaan interaksi online.

Algoritma Media Sosial dan Tantangan Ekstremisme Digital

Salah satu tantangan terbesar dalam dakwah Islam washatiyah adalah bias algoritma media sosial yang sering memperkuat konten ekstrem dan provokatif. Algoritma didesain untuk

memaksimalkan retensi pengguna, sehingga lebih condong menampilkan konten dengan keterlibatan emosional tinggi, termasuk konten negatif atau polarisatif (Setyawan, 2023).

Dampaknya adalah munculnya ruang gema (echo chamber) dan pembentukan opini publik yang tidak seimbang. Dakwah washatiyah yang seharusnya menjadi penengah dan pendamai, justru sering tersisih dalam arena algoritmik ini. Ini menjadi tantangan ideologis dan teknis, karena media sosial yang seharusnya menjadi instrumen perdamaian malah memperkuat segregasi pemikiran keagamaan. Untuk mengatasi ini, dibutuhkan intervensi sistematis dari lembaga negara, akademisi, dan komunitas Islam moderat dalam melobi platform digital, mengembangkan kampanye besar literasi media, serta mendesain konten dakwah yang tidak hanya bermuatan spiritual, tetapi juga mampu berkompetisi secara algoritmik.

Fragmentasi Internal Dakwah dan Krisis Otoritas

Kemudahan akses dan publikasi di media sosial juga membawa dampak negatif berupa fragmentasi otoritas keagamaan. Banyak individu tanpa kredensial keilmuan yang cukup mulai melakukan dakwah secara terbuka. Hal ini memicu perbedaan tajam antarkelompok dakwah, bahkan memperbesar sentimen sektarian di antara umat Islam sendiri (Yusuf & Arifin, 2023). Ketiadaan kurasi dan verifikasi konten keagamaan menyebabkan publik mudah terpapar narasi dakwah yang tidak akurat, penuh disinformasi, bahkan berpotensi memecah belah. Dakwah Islam washatiyah memiliki tantangan untuk tidak hanya menyebarkan pesan positif, tetapi juga menjawab disinformasi dan menjadi rujukan otoritatif yang kredibel.

Maka, penting untuk membentuk ekosistem dakwah digital yang dikawal oleh lembaga resmi seperti MUI, Kementerian Agama, serta lembaga pendidikan Islam, guna menjaga kualitas dan otoritas pesan keagamaan yang tersebar di media sosial.

Literasi Digital Sebagai Pilar Kualitas Dakwah

Literasi digital bukan hanya soal teknis penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup pemahaman tentang etika digital, keamanan informasi, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform dan target audiens. Dai yang memiliki literasi digital tinggi dapat merancang konten secara strategis, mengelola respons publik, serta membangun jaringan pengikut yang loyal dan kritis. Sebaliknya, dai yang tidak memiliki pemahaman digital cenderung mengalami disconnect dengan audiens muda dan gagal bersaing dengan konten negatif yang viral. Maka, peningkatan kapasitas dai di bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan strategis dakwah Islam masa kini dan mendatang (Hakim & Salim, 2022).

Media Sosial Sebagai Arena Strategis Kampanye Islam Moderat

Meskipun menghadapi tantangan besar, media sosial tetap merupakan peluang emas untuk mengarusutamakan nilai-nilai Islam wasathiyah. Keberhasilan kampanye Islam moderat memerlukan dukungan lintas sektor mulai dari pemerintah, akademisi, komunitas keagamaan, hingga influencer

Muslim yang memiliki basis pengikut besar. Inisiatif seperti program Literasi Digital Nasional oleh Kominfo (2020) dan gerakan Moderasi Beragama oleh Kementerian Agama dapat menjadi tonggak penguatan narasi Islam moderat di dunia maya. Upaya ini harus disertai dengan distribusi konten dakwah berkualitas tinggi, kolaborasi lintas platform, serta pengembangan cyber ambassador dari kalangan dai muda. Dengan pendekatan komprehensif, media sosial tidak hanya menjadi sarana dakwah, tetapi juga benteng ideologis untuk menghadapi radikalisme digital.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah lanskap komunikasi keagamaan secara drastis. Media sosial tidak hanya menjadi alat bantu penyebaran informasi, tetapi juga telah menjadi ruang publik yang aktif, tempat berbagai gagasan keagamaan bersaing, berinteraksi, bahkan saling menegasikan. Dalam konteks ini, dakwah Islam wasathiyah hadir sebagai suatu kebutuhan mendesak untuk membangun narasi keislaman yang damai, toleran, dan kontekstual. Dakwah wasathiyah menawarkan pendekatan yang menolak kekerasan, menghindari ujaran kebencian, serta menekankan keseimbangan dan keadilan dalam pemahaman ajaran Islam. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, dakwah ini memperoleh medium baru untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna utama media sosial.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah Islam wasathiyah memiliki daya tarik tersendiri di media sosial, terutama karena sifatnya yang sejuk, inklusif, dan naratif. Namun demikian, dakwah ini juga menghadapi sejumlah tantangan serius. Salah satunya adalah algoritma media sosial yang cenderung memprioritaskan konten yang bersifat sensasional dan memicu emosi ekstrem, seperti kemarahan atau kontroversi. Akibatnya, konten dakwah yang moderat, meskipun substansial dan edukatif, sering kali tenggelam dalam lalu lintas digital yang padat oleh konten yang lebih memancing keterlibatan emosional. Selain itu, ketimpangan literasi digital di kalangan dai juga menjadi persoalan penting. Tidak semua pendakwah memiliki kemampuan memadai dalam mengelola platform digital secara strategis, baik dari sisi teknis, naratif, maupun estetika konten.

Strategi dakwah yang efektif di era digital harus melibatkan pemahaman yang menyeluruh terhadap karakteristik media sosial dan perilaku penggunanya. Pendekatan narasi visual, storytelling, serta kolaborasi dengan figur publik atau influencer yang relevan dapat menjadi pintu masuk untuk memperluas jangkauan dakwah Islam wasathiyah. Di samping itu, perlu ada kemampuan dalam memanfaatkan fitur-fitur algoritmik seperti penggunaan tagar populer, pemilihan waktu unggah yang tepat, serta interaksi yang aktif dengan audiens untuk memperkuat keterlibatan (engagement). Upaya ini tentu tidak boleh mengabaikan integritas isi dakwah itu sendiri. Kreativitas dalam penyampaian harus senantiasa dibingkai dengan etika dakwah dan prinsip keilmuan Islam yang sahih.

Fragmentasi dakwah digital juga menjadi tantangan yang patut diwaspadai. Kompetisi antarkelompok dakwah di media sosial sering kali tidak sehat, bahkan menimbulkan polarisasi dan penyebaran disinformasi keagamaan. Hal ini diperparah oleh semakin kaburnya otoritas keagamaan di ruang digital, di mana popularitas sering kali dianggap sebagai legitimasi, bukan keilmuan. Dalam konteks ini, dakwah Islam wasathiyah berperan penting untuk menegakkan kembali nalar ilmiah, etika dialog, serta memperjuangkan keutuhan umat Islam di tengah perbedaan mazhab dan cara pandang. Di sisi lain, peluang untuk menyuarakan Islam yang damai dan inklusif masih terbuka sangat luas. Kecenderungan masyarakat yang semakin jenuh terhadap narasi keagamaan yang keras dan konfrontatif menjadi titik masuk yang potensial bagi dakwah wasathiyah. Masyarakat digital, terutama generasi muda, semakin terbuka terhadap pesan-pesan spiritualitas yang relevan dengan tantangan hidup kontemporer—seperti pencarian makna hidup, krisis identitas, hingga kebutuhan akan perdamaian sosial. Dakwah Islam yang membawa pesan kasih sayang, kesetaraan, dan tanggung jawab sosial memiliki daya tarik tersendiri dan sangat mungkin menjadi alternatif yang kuat terhadap narasi-narasi ekstrem.

Upaya penguatan dakwah Islam wasathiyah di media sosial tidak bisa diserahkan kepada individu dai semata. Diperlukan sinergi antarlembaga—baik pemerintah, lembaga pendidikan Islam, organisasi masyarakat, maupun komunitas digital. Program pelatihan dai digital, kampanye literasi digital berbasis nilai Islam moderat, hingga dukungan kebijakan terhadap ekosistem dakwah digital yang sehat merupakan langkah konkret yang perlu diwujudkan. Lembaga seperti Kementerian Kominfo, Kementerian Agama, MUI, dan ormas Islam harus bekerja sama untuk mendorong munculnya generasi pendakwah baru yang tidak hanya memiliki kedalaman ilmu agama, tetapi juga kecakapan komunikasi digital yang mumpuni.

Selain itu, penting pula untuk membangun kesadaran kolektif di kalangan umat Islam akan pentingnya mendukung dakwah yang mengedepankan nilai-nilai wasathiyah. Dukungan itu dapat berupa penyebaran konten yang bermanfaat, pelibatan dalam diskusi keagamaan yang konstruktif, dan penolakan terhadap provokasi serta ujaran kebencian di ruang digital. Keterlibatan aktif masyarakat menjadi penentu keberhasilan dakwah wasathiyah sebagai arus utama dalam media sosial. Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada, serta mengembangkan strategi dakwah yang adaptif, kreatif, dan bertanggung jawab, dakwah Islam wasathiyah di media sosial memiliki potensi besar untuk membentuk kesadaran keagamaan yang damai, adil, dan inklusif. Islam yang ditampilkan bukanlah Islam yang memisahkan, menakut-nakuti, atau menyalahkan, melainkan Islam yang merangkul, menjelaskan, dan memuliakan manusia dalam segala keberagamannya. Dakwah digital yang wasathiyah harus menjadi suara alternatif yang kuat di tengah riuh rendah informasi dan derasnya arus konten yang menyesatkan. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana

dakwah, tetapi juga menjadi ladang perjuangan intelektual, spiritual, dan sosial bagi umat Islam untuk menghadirkan Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin. Di sinilah pentingnya keberadaan dakwah Islam wasathiyah sebagai kekuatan yang menyejukkan, mencerdaskan, dan merekatkan, bukan hanya bagi sesama Muslim, tetapi juga bagi seluruh umat manusia yang hidup berdampingan di tengah keberagaman zaman ini.

DAFTAR PUSTAKA

Agar, D., & Kecenderungan, S. (2022). Abdul Wahid Maktub President University Lecturer.

Alamin, Z., & Missouri, R. (2023). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital*. TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan, 7(1), 84–91.

Amin, M. (2020). *Islam Washatiyah dan Tantangannya di Era Digital*. Jurnal Dakwah Digital, 5(2), 101–115.

Amirudin, N., & Hibri, H. (2024). *Analisis Pendidikan Agama Islam Dalam Lirik Lagu Rhoma Irama Keramat*. Tamaddun, 25(1), 020.

Azhari, R., & Karim, F. (2023). *TikTok dan Transformasi Dakwah Milenial*. Jurnal Komunikasi Islam, 8(1), 23–38.

Azra, A. (2019). *Wasatiyyah Islam: Moderasi dalam Beragama dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI.

Fajrussalam, H., Dwiyanti, I., Salsabila, N. F., Aprillionita, R., & Auliakhasanah, S. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Islam dalam Kemajuan Perkembangan Teknologi*. As-Sabiqun, 4(1), 102–114.

Hakim, L., & Salim, A. (2022*). Kapasitas Literasi Digital Dai di Indonesia. Jurnal Sosial Media Islam*, 4(1), 45–62.

Hamdi, S., & Musthofa, K. (2021). *Menghadirkan Konsep Hifz Al-Irdi dalam Bermedia Sosial: Upaya Menyikapi Asusila Abu-Abu di Youtube*. E/Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, 1(02), 141–162.

Hasyim, S. (2021). *Strategi Dakwah Moderat di Era Digital. Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 210–225.

Jasri, J., Haswan, F., Al-Hafiz, N. W., Siregar, M. H., Aprizal, A., Nopriandi, H., Harianja, H., Syam, E., Erlinda, E., Chairani, S., & Nazli, R. (2022). *Teknologi Dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perspektif Islam*. BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2(1), 128–132.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Kominfo. (2020). *Strategi Nasional Literasi Digital Indonesia*.

Mustaniruddin, A., Afriyadi, H., & Abu Bakar, J. (2021). *Indikator Terciptanya Masyarakat Madani Perspektif Al-Qur'an*. TAJDID: Jurnal Umu Ushuluddin, 19(2), 164–187.

Nadila Putri Saharani, Julia Indah Islami, Ella Nurul Fauzi, Citra Dewi Lestari, Amanda Maharani, & Yayat Suharyat. (2022). *Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat, 1(2), 116–125.

Nasution, H. (2020). *Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Islam Wasathiyah. Al-Tabligh*: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 25(1), 33–47.

Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). *Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berkomunikasi. Communicatus*: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 59–80.

Setyawan, A. (2023). *Algoritma dan Ekstremisme Digital*. Jurnal Keamanan Digital, 3(2), 88–104.

Tarbiyah, F., Keguruan, I., Raden, I., & Lampung, I. (2016). *Potensi Media Sosial dalam Mempopulerkan Konten Sains Islam*. Tadris: Jurnal Keguruan dan Ilmu Tarbiyah, 01(2), 173–177.

Wahid, A. (2018). *Moderasi Beragama Sebagai Paradigma Dakwah*. Jurnal Ilmu Dakwah, 39(2), 123–137.

Wahid, U., Saeno, S., Lestari, R., Suwarno, S., & Aminudin, A. (2021). *Konflik Identitas Negosiasi Muka Mahasiswa Islam Dalam Pemanfaatan Sosial Media Untuk Dakwah*. OR 4SI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 12(1), 1.

Yusuf, M., & Arifin, H. (2023). *Disinformasi dalam Dakwah Digital*. Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 11(1), 66–79.

Zaim, M. (2020). *Media Pembelajaran Agama Islam Di Era Milenial 4.0*. Jurnal Kependidikan Islam, 6(1), 1–17.