

## EFEKTIVITAS DAN TANTANGAN DAKWAH ISLAM PADA MASYARAKAT MILENIAL MELALUI MEDIA ONLINE

La Ode Salman Dalifa<sup>1</sup> Muhammad Anshar<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Pascasarjana KPI UIN Alauddin Makassar

*Laodesalman616@gmail.com, anshar.akil@uin-alauddin.ac.id*

### Abstrak

Efektivitas dan Tantangan Dakwah Islam kepada Masyarakat Melenial melalui Media Online ialah suatu studi tentang efektivitas dakwah yang disiarkan melalui media online. Tujuan pembahasan ini adalah untuk mengetahui pentingnya penggunaan media online dalam dakwah Islam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan analisis isi melalui karya ilmiah yang berkaitan dengan tema yang diangkat. Efektivitas dakwah Islam melalui media online sangat signifikan terhadap masyarakat. Dengan kemudahan aksesibilitas, Meningkatkan jangkauan dakwah, Interaksi yang lebih personal memungkinkan dakwah Islam dapat menjangkau lebih banyak orang secara global, tanpa terbatas oleh batas geografis atau waktu. Namun demikian, terdapat tantangan yang menghambat dakwah melalui media online. meliputi konten tak bermutu yang tidak sesuai dengan ajaran Islam dapat menimbulkan kebingungan dan kesalahpahaman di kalangan masyarakat, Respon negative, hingga kepada permasalahan teknis berupa masalah koneksi internet yang lambat, kurangnya biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi konten dan kurangnya pengetahuan seorang dai dalam mengelola media online. Penggunaan platform online telah membuka peluang baru bagi para dai untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat, dakwah online dapat mencapai target audiens secara efektif dan efisien. Namun, untuk mencapai kesuksesan dalam dakwah penyiaran online, para penggiat dakwah perlu terus mengembangkan diri dan memperbarui metode dakwah mereka agar tetap relevan dan menarik bagi pengikut mereka. dan mengikuti perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat.

**Kata Kunci:** Efektifitas, Tantangan, Dakwah Islam, Media Online.

### A. Pendahuluan

Dakwah Islam merupakan upaya untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada masyarakat. Dakwah ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti ceramah, pengajian, distribusi literatur, serta melalui media sosial. Melalui media sosial, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang ajaran Islam. "Media sosial

memainkan peran penting dalam dakwah Islam dengan memungkinkan para dai-dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang ajaran Islam.<sup>1</sup>

Media sosial seperti Facebook, YouTube, dan WhatsApp memberi kesempatan kepada semua orang untuk berdakwah dan meningkatkan kemampuan berdakwah mereka. Generasi milenial sangat akrab dengan media sosial dan pemanfaatan media sosial sebagai wasilah dakwah di era modernisasi telah terbukti efektif dalam menyebarkan pesan agama dengan cepat dan luas. Dengan demikian, dakwah dapat menjadi sarana untuk mempererat hubungan antar umat beragama dan memperkuat toleransi antar umat beragama. Dakwah Islam juga dapat menjadi inspirasi bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari dengan penuh keimanan dan ketakwaan.<sup>2</sup>

Dakwah Islam sangat penting pada era digital saat sekarang ini. Media online memberikan akses yang luas bagi umat Islam untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Namun, tantangan-tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam juga perlu diatasi agar dakwah Islam dapat memberikan pemahaman yang benar kepada masyarakat luas.<sup>3</sup> Dengan begitu, para dai dan aktivis dakwah perlu terus mengembangkan kemampuan dalam memanfaatkan media online secara efektif dan bertanggung jawab. Selain itu, kolaborasi antara berbagai lembaga dakwah dan media online juga dapat memperkuat dakwah Islam dalam meraih lebih banyak pemahaman dan dukungan dari masyarakat. Dengan demikian, dakwah Islam dapat berkembang dan relevan dalam menghadapi tantangan zaman yang terus berubah.<sup>4</sup>

## **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian pustaka (*Library research*). Amir Hamzah menjelaskan bahwa penelitian pustaka adalah proses mencari, menemukan, dan mengumpulkan berbagai data hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya baik yang ada di media cetak maupun di berbagai informasi yang ada. Olehnya itu

---

<sup>1</sup> Amnah, & Sayuti. (2018). Pendekatan dakwah untuk cabaran masa depan: Satu soroton. Vol-41-June-2018.

<sup>2</sup> Julianto. (2024). *Qawwam The Leaders Writing* 5 no. <https://jurnalfuad.org>.

<sup>3</sup> Mahnun. (2012). *Media pembelajaran (kajian terhadap langkah-langkah pemilihan media dan implementasinya dalam pembelajaran)*. <http://ejournal.uin>.

<sup>4</sup> Badrah, & Mohammad. (2023). *Tantangan dan peluang pendidikan Quran di kota besar*. <https://jurnal.uia.ac.id/spektra/article/view/3097>.

penelitian pustaka adalah penelitian yang mengumpulkan berbagai dokumen pendukung hasil penelitian sebelumnya yang relevan.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu mengumpulkan, memilih, menyajikan dan penarikan data kesimpulan yang telah dikelolah sebelumnya. Jelaslah bahwa data yang dikumpulkan akan melewati berbagai proses guna untuk mendukung proses penelitian yang dihasilkan. Sehingga peneliti tidak hanyan mengambil data dari berbagai dokumen yang telah dikumpul, tapi melalui berbagai proses dan aturannya.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan PRISMA, proses pencarian data diawali dengan menentukan pustaka digital atau sumber data. Sumber data yang tepat harus dipilih untuk meningkatkan kemungkinan dalam menemukan artikel yang relevan. Data base populer memiliki perspektif dan cakupan literature yang luas serta memiliki kredibilitas yang baik.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Pengertian Media Online**

Media online merujuk pada berbagai bentuk media yang tersedia dan dapat diakses melalui internet. Secara umum, media ini mencakup situs web, aplikasi, dan platform komunikasi yang menyajikan konten dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, audio, dan video. Berikut adalah penjelasan lebih terperinci mengenai pengertian, karakteristik, dan jenis-jenis media online.

#### **a. Devinisi Media Online**

**Definisi Umum:** Media online adalah sarana komunikasi yang tersaji secara daring (online) di internet. Ini mencakup semua jenis media yang hanya dapat diakses melalui koneksi internet, seperti situs web, aplikasi perpesanan (misalnya WhatsApp dan Telegram), serta email. Menurut Asep Syamsul M. Romli Media online adalah semua jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet, mencakup teks, foto, video, dan suara. Dalam konteks ini, media online berfungsi sebagai sarana komunikasi yang disajikan secara daring (online). **Definisi Khusus:** Dalam konteks komunikasi massa, media online diartikan sebagai media yang menyajikan karya jurnalistik secara digital. Menurut Asep Syamsul M. Romli, media online

adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik.<sup>5</sup>

## **b. Karakteristik Media Online**

Media online memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari media konvensional, beberapa karakteristik tersebut adalah:<sup>6</sup>

- Multimedia: Dapat menyajikan informasi dalam berbagai format (teks, audio, video) secara bersamaan.
- Aktualitas: Menyajikan berita yang aktual dan nyata.
- Kecepatan: Informasi dapat diakses segera setelah diunggah.
- Fleksibilitas: Tidak terikat oleh batasan ruang dan waktu; pembaruan informasi dapat dilakukan kapan saja.
- Interaktivitas: Memungkinkan audiens untuk berpartisipasi melalui kolom komentar atau fitur interaktif lainnya.
- Dokumentasi: Informasi tersimpan dalam arsip digital dan dapat dicari dengan mudah.

## **c. Jenis-jenis Media Online**

Beberapa jenis-jenis median online yang umum dikenal, yaitu meliputi:<sup>7</sup>

- Situs Berita: Portal berita online yang menyajikan informasi terkini (contoh: detik.com, kompas.com).
- Media Sosial: Platform untuk berbagi informasi dan berinteraksi (contoh: Facebook, Twitter).
- Blog: Situs pribadi atau kelompok yang menyajikan artikel atau opini.
- TV dan Radio Online: Siaran langsung melalui internet.
- Email dan Mailing List: Komunikasi berbasis email untuk berbagi informasi.
- Aplikasi chatting: merupakan sarana yang memungkinkan dua orang atau lebih (*Group*) untuk melakukan percakapan (komunikasi langsung) secara online dan real time tanpa dibatasi waktu dan tempat.

---

<sup>5</sup> Katalisnet. *Pengertian Media Online karakteristik dan Jenis-jenisnya*. Article Media Bisnis dan Komunikasi Multi Media 2021).

<sup>6</sup> Syamsul M.Romli Asep, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia. 2012), h. 31.

<sup>7</sup> Mesi Indriyani, A.A Bambang, & Dian Tri Hapsari, *Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng*. Jurnal Studi Jurnalistik, 2 (2), 2020, 157-167.

- Aplikasi system informasi manajemen (SIM) merupakan system-sistem informasi yang diterapkan untuk menjalankan fungsi-fungsi organisasi system informasi akuntansi, keuangan, pemasaran, produksi, dan sumberdaya manusia.<sup>8</sup>

Demikian pengertian, karakteristik dan jenis-jenis media online. Dengan perkembangan teknologi informasi, media online akan semakin berkembang dan menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat dan akan memberikan nuansa baru dan inovasi baru bagi khalayak pengguna media online dalam mengakses informasi.

## **2. Efektivitas dakwah Islam melalui media online**

### **a. Kemudahan aksesibilitas**

Kemudahan aksesibilitas memungkinkan dakwah Islam dapat menjangkau lebih banyak orang secara global, tanpa terbatas oleh batas geografis atau waktu. Selain itu, media online juga memungkinkan para dai dan aktivis dakwah untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, memperoleh umpan balik, dan menjawab pertanyaan secara real-time. Semua ini merupakan langkah-langkah penting dalam memperkuat dakwah Islam dan menyebarkan ajaran-ajaran agama dengan cara yang lebih efektif.

Pengguna internet semakin meningkat dengan pesat di seluruh dunia, sehingga potensi untuk menyebarkan dakwah melalui media online juga semakin besar. Dengan adanya platform-platform sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, para pendakwah dapat dengan mudah membagikan ceramah, artikel, dan video dakwah kepada jutaan orang dalam hitungan detik. Hal ini memungkinkan pesan-pesan agama dapat tersebar luas dan cepat, mencapai orang-orang yang sebelumnya sulit dijangkau oleh dakwah konvensional.<sup>9</sup> Selain itu, adanya fitur-fitur seperti live streaming juga memungkinkan para pendakwah untuk melakukan ceramah secara langsung dan interaktif dengan audiens mereka, menciptakan pengalaman dakwah yang lebih personal dan relevan. "Pendakwah dapat menggunakan fitur live streaming di media sosial seperti Instagram Live, YouTube Live, atau TikTok Live untuk melakukan ceramah secara langsung dan interaktif dengan audiens mereka. Fitur-fitur interaktif seperti polling, Q & A, dan komentar di Instagram Stories dan Live juga dapat meningkatkan engagement dan membangun komunitas yang lebih

---

<sup>8</sup> Anshar Muhammad, *Elektrik Publik Relations( E-PR) Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital*. Jurnal Komudifikasi Volume 8, 2019, 200-213.

<sup>9</sup> Lily, Nurhasanah, Siti, & Khofifah. (2024). *Moderation Journal of Islamic Studies Review* 4 no. 121, 68.

kuat di *platform* tersebut.<sup>10</sup>

Kemudahan aksesibilitas dakwah melalui media online juga bisa diakses kapan saja dan di mana saja, membuat dakwah semakin mudah diakses oleh orang-orang di berbagai belahan dunia. Dengan adanya akses internet yang semakin luas dan cepat, para pendakwah dapat mengirimkan pesan-pesan dakwah mereka kepada orang-orang yang membutuhkannya tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. Ini memberikan kesempatan bagi masyarakat yang sibuk atau tinggal di daerah terpencil untuk tetap terhubung dengan dakwah dan pembelajaran agama. Selain itu, kemudahan akses ini juga memungkinkan para pendakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, sehingga pesan dakwah dapat sampai ke berbagai kalangan masyarakat.<sup>11</sup>

Berbagai platform media online yang bisa digunakan antara lain website, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Melalui platform-platform ini, para pendakwah dapat menyebarkan ceramah, kajian, dan informasi keagamaan dengan lebih mudah dan efektif. Selain itu, dengan adanya fitur-fitur interaktif seperti live streaming dan forum diskusi, para pendakwah juga dapat berinteraksi langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan-pertanyaan, dan memberikan nasehat secara personal. Hal ini tentu saja membuka peluang baru bagi dakwah online untuk terus berkembang dan mencapai lebih banyak orang. Dengan semakin banyaknya platform digital yang tersedia, dakwah online dapat semakin mudah diakses dan disebarkan ke seluruh penjuru dunia. Kemudahan ini memungkinkan pesan-pesan agama dapat sampai kepada orang-orang yang membutuhkan dengan lebih cepat dan efektif. Serta memperluas jangkauan dakwah secara global.<sup>12</sup>

### **b. Meningkatkan jangkauan dakwah**

Penyiaran media online juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknik-teknik marketing digital seperti SEO (*Search Engine Optimization*) dan *social media marketing*. Dengan mengoptimalkan konten dakwah agar muncul di hasil pencarian dan menggunakan strategi promosi di media sosial, para pendakwah dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pesan-pesan keagamaan mereka. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau public figure yang memiliki pengikut yang banyak juga dapat membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas

---

<sup>10</sup> Ardhia. (2024). *RISET KPI ANTASARI* 1 no. 11.

<sup>11</sup> Meilisa, Abidin, Ahmad, Dayintasya, & Aditia. (2023). *Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya*. <https://journal.unugiri.ac.id>.

<sup>12</sup> Nidya, & Zukhrufi. (n.d.). *New Media dan Komunikasi Dakwah*. <http://repository.uinsa.ac.id/>

Dengan terus mengembangkan strategi-strategi pemasaran digital yang kreatif dan efektif dakwah online dapat semakin berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar dalam penyebaran ajaran agama.<sup>13</sup>

1. Dapat menjangkau audiens global

Hal ini memungkinkan para pendakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, sehingga pesan-pesan keagamaan dapat sampai kepada orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya. Selain itu, dengan adanya fitur-fitur seperti terjemahan otomatis, dakwah online juga dapat menjangkau orang-orang yang berbicara bahasa yang berbeda, sehingga pesan-pesan keagamaan dapat lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan.<sup>14</sup>

2. Lebih mudah menembus berbagai lapisan masyarakat

Dakwah online juga memungkinkan para pendakwah untuk lebih mudah menembus berbagai lapisan masyarakat. Dengan menggunakan media social dan platform onlinelainnya, pesan-pesan keagamaan dapat diakses oleh orang-orang dari berbagai tingkat pendidikan, status sosial, dan usia. Hal ini membuka kesempatan bagi para pendakwah untuk menyebarkan ajaran agama kepada orang-orang yang mungkin sulit dijangkau melalui metode dakwah konvensional. Dengan demikian, dakwah online dapat menjadi sarana yang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan pemahaman agama di tengah masyarakat yang semakin terhubung secara digital.<sup>15</sup>

3. Memiliki potensi viral yang dapat menyebar dengan cepat

Pesan-pesan keagamaan yang menarik dan inspiratif dapat dengan mudah menjadi viral dan mencapai ribuan bahkan jutaan orang dalam waktu singkat. Hal ini memungkinkan dakwah online untuk memiliki dampak yang besar dan signifikan dalam menyebarkan nilai-nilai agama kepada masyarakat luas. Selain itu, potensi viral dari dakwah online juga dapat membantu dalam memperkenalkan ajaran agama kepada orang-orang yang sebelumnya mungkin tidak tertarik atau memiliki akses terbatas terhadap informasi

---

<sup>13</sup> Wijoyo. (n.d.). *DIGITAL MARKETING*. <https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id>.

<sup>14</sup> Azmi, & Muhammad. 2022. *Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram@ Shiftmedia. Id*. <https://journals.unisba.ac.id>.

<sup>15</sup> Farida, Ahmad, & Mia. (2024). *Gaya komunikasi dakwah era digital: Kajian literatur*. <http://journal-stiayappimakassar.ac.id>



keagamaan. Dengan demikian, dakwah melalui penyiaran media online dapat menjadi alat yang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat keberadaan agama dalam kehidupan sehari-hari.

**c. Interaksi yang lebih personal**

**1. Memungkinkan adanya komunikasi dua arah**

Dakwah online juga dapat memberikan kesempatan bagi individu untuk bertanya langsung mengenai hal-hal yang membingungkan atau tidak dipahami dalam ajaran agama. Dengan begitu, informasi yang diberikan dapat lebih tepat dan relevan dengan kebutuhan masing-masing individu, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan keberagaman dalam komunitas keagamaan secara online. Selain itu, interaksi dua arah juga dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan ramah bagi semua anggota komunitas, tanpa terkecuali.

**2. Mendorong terjadinya diskusi dan tanya jawab**

Dakwah online juga dapat memberikan kesempatan bagi individu untuk bertanya langsung mengenai hal-hal yang membingungkan atau tidak dipahami dalam ajaran agama. Dengan begitu, informasi yang diberikan dapat lebih tepat dan relevan dengan kebutuhan masing-masing individu, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan keberagaman dalam komunitas keagamaan secara online. Selain itu, interaksi dua arah juga dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan ramah bagi semua anggota komunitas, tanpa terkecuali. Mendorong terjadinya diskusi dan tanya jawab dalam platform dakwah online juga dapat memperkuat hubungan antara pendakwah dan jemaah, serta memperluas wawasan dan pengetahuan agama bagi semua pihak yang terlibat.

**3. Membuat dakwah menjadi lebih terasa dekat dan relevan bagi audiens**

Dengan memanfaatkan media social dan platform digital lainnya. Dengan adanya kemudahan akses informasi dan interaksi langsung, dakwah dapat disampaikan secara lebih personal dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini dapat membantu meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah, serta memperluas jangkauan pesan-pesan keagamaan kepada lebih banyak orang. Selain itu, dengan memanfaatkan teknologi, dakwah juga dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, sehingga tetap relevan dan dapat memberikan manfaat yang maksimal.



**d. Tantangan dalam dakwah Islam melalui media online**

1. Konten yang tidak bermutu<sup>16</sup>

Banyaknya konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam dapat menimbulkan kebingungan dan kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Konten yang tidak bermutu juga dapat merusak citra dakwah Islam dan menimbulkan fitnah terhadap agama. Oleh karena itu, penting bagi para dai dan pengelola media online untuk selektif dalam menyebarkan konten dakwah agar tidak menyesatkan umat Islam. Begitupula ketika Mudahnya penyebaran informasi yang tidak benar dan tidak terverifikasi melalui media online juga menjadi ancaman serius dalam dakwah Islam. Hal ini dapat membingungkan umat Islam dan menimbulkan keraguan terhadap ajaran agama yang sebenarnya. Oleh karena itu, para dai dan pengelola media online perlu melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya agar tidak menyesatkan umat Islam. Selain itu, penting juga untuk memberikan pendidikan dan pemahaman yang benar mengenai ajaran Islam agar umat Islam dapat membedakan informasi yang benar dan yang tidak benar.

Perlu adanya filterisasi konten untuk memastikan kebenaran dakwah Islam yang disebarkan melalui media online. Dengan adanya filterisasi konten, informasi yang disebarkan dapat dipastikan kebenarannya dan tidak menyesatkan umat Islam. Selain itu, para pengelola media online juga perlu memperhatikan konten yang bersifat provokatif atau mengandung kebencian agar tidak menimbulkan konflik di masyarakat. Dengan melakukan langkah-langkah tersebut, dakwah Islam melalui media online dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan ajaran agama yang benar dan menjaga keutuhan umat Islam.

2. Respon negatif dari masyarakat

Responses negatif masyarakat terhadap konten yang tidak benar atau provokatif, juga harus dijadikan sebagai pembelajaran bagi pengelola media online untuk lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi. Terutama para dai dalam mengembang dakwahnya melalui media online agar dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Beberapa kemungkinan respon negatif dari masyarakat terhadap dakwah online yaitu:

- a. Kemungkinan adanya backlash dari audiens dan pengguna media online terhadap

---

<sup>16</sup> Farida, Ahmad, & Mia. (2024). *Gaya komunikasi dakwah era digital: Kajian literatur*. <http://journal-stiayappimakassar.ac.id>

konten dakwah Islam juga perlu diperhatikan: Beberapa orang mungkin merasa tersinggung atau tidak setuju dengan cara penyampaian pesan agama yang dianggap terlalu keras atau dogmatis. Hal ini dapat memicu reaksi negatif dan mengurangi efektivitas dakwah Islam melalui media online. Oleh karena itu, penting bagi para pengelola media online untuk senantiasa menghormati perbedaan pendapat dan menyampaikan pesan agama dengan bijak dan santun.

- b. Perlu mempersiapkan strategi untuk menghadapi kritik: Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan penjelasan yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai pesan-pesan agama yang disampaikan, serta membuka ruang diskusi dan dialog yang konstruktif dengan audiens. Dengan demikian, diharapkan dapat mengurangi potensi konflik dan meningkatkan pemahaman serta penerimaan terhadap dakwah Islam yang disampaikan melalui media online.
- c. Tidak semua orang menerima dakwah melalui media online dengan baik: Beberapa orang mungkin merasa terganggu atau bahkan tersinggung dengan konten yang disampaikan. Oleh karena itu, penting bagi para penggiat dakwah untuk senantiasa memperhatikan sensitivitas dan kerentanan audiens dalam menerima pesan-pesan agama. Selain itu, mereka juga perlu memahami bahwa setiap individu memiliki pandangan dan pemahaman yang berbeda-beda terkait dengan agama, sehingga perlunya memberikan ruang bagi perbedaan pendapat dan pandangan dalam berdiskusi tentang Islam. Dengan demikian, dakwah melalui media online dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan agama, asalkan dilakukan dengan bijak dan penuh kehati-hatian.

### 3. Permasalahan teknis

- a. Masalah koneksi internet yang lambat; dapat menjadi hambatan dalam menyebarkan dakwah melalui media online. Hal ini dapat mengakibatkan pesan-pesan agama tidak dapat sampai ke audiens dengan baik, sehingga perlu adanya upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan kualitas jaringan internet bagi masyarakat. Selain itu, perangkat teknis seperti smartphone atau komputer yang tidak memadai juga dapat menjadi kendala dalam menyebarkan dakwah secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama antara pihak-pihak terkait untuk mengatasi permasalahan

teknis ini demi kelancaran dakwah melalui media online.

- b. Biaya yang dibutuhkan: biaya yang dibutuhkan untuk produksi konten yang berkualitas dan menarik juga dapat menjadi hambatan dalam menyebarkan dakwah melalui media online. Diperlukan investasi yang cukup besar untuk memproduksi konten-konten yang dapat menarik perhatian audiens dan memberikan pesan-pesan agama secara jelas dan informatif. Selain itu, biaya promosi dan iklan juga perlu dipertimbangkan agar konten dakwah dapat lebih mudah ditemukan oleh masyarakat luas. Dengan adanya dukungan finansial yang memadai, sangat diharapkan dakwah melalui penyiaran media online dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif dan efisien.
- c. Pengetahuan teknis yang diperlukan untuk mengelola media online; meliputi pemahaman tentang algorithm pencarian, analisis data, dan strategi pemasaran digital. Para pengelola media online juga perlu terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren terbaru agar konten dakwah yang disebarkan tetap relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, keterampilan dalam mengelola komunitas online dan berinteraksi dengan pengikut juga sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dan memperluas jangkauan dakwah secara online. Dengan kombinasi pengetahuan teknis dan keterampilan manajemen yang baik, dakwah melalui media penyiaran online dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat luas.<sup>17</sup>

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis tentang efektivitas dakwah Islam melalui penyiaran media online, dapat disimpulkan bahwa penggunaan platform online telah membuka peluang baru bagi para dai untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat, dakwah melalui media online dapat mencapai target audiens secara efektif dan efisien. Namun, untuk mencapai kesuksesan dalam dakwah penyiaran online, para penggiat dakwah perlu terus mengembangkan diri dan memperbarui metode dakwah mereka agar tetap relevan dan menarik bagi pengikut mereka. dan mengikuti perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Dengan terus berinovasi dan

---

<sup>17</sup> Munir. (2024). *Monitoring Dakwah Online di Media Sosial*. <http://jurnal.staisam.ac.id/index.php/imtiyaz/article/view/158>

mengikuti tren terkini, para dai dapat memastikan bahwa pesan-pesan agama yang disampaikan tetap relevan dan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, dengan memanfaatkan media online, parapenggiat dakwah juga dapat berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, memperoleh umpan balik yang berguna untuk meningkatkan kualitas dakwah mereka. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk terus mengembangkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam memanfaatkan platform online sebagai sarana dakwah yang efektif. Dengan begitu, mereka dapat mencapai dan mempengaruhi lebih banyak orang dalam menyebarkan pesan-pesan agama yang positif.

Dengan adanya karya ilmiah ini, semoga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam membahas bagaimana efektifitas dan tantangan dakwah islam pada masa mendatang sehingga terbitlah penemuan baru yang menyajikan pembahasan yang menarik dan dapat menambah nuansa keilmuan. Dalam proses penelitian ini, tidaklah mudah penulis menuangkan ide-ide dan gagasan begitu saja kedalam artikel journal ini melainkan senantiasa dibimbing dan disuport langsung oleh bapak Dr. Muhammad Anshar, S. T., M.Si. selaku dosen pengampu dalam penyelesaian artikel jurnal ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Anshar Muhammad, *Elektrik Publik Relations( E-PR) Strategi Mengelolah Organisasi di Era Digital*. Jurnal Komudifikasi Volume 8, 2019, 200-213.

Amnah, & Sayuti. (2018). Pendekatan dakwah untuk cabaran masa depan: Satu soroton. Vol-41-June-2018.

Ardhia. (2024). *RISSET KPI ANTASARI* 1 no. 11

Azmi, & Muhammad. 2022. *Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram@ Shiftmedia*. Id. <https://journals.unisba.ac.id>.

Badrah, & Mohammad. (2023). *Tantangan dan peluang pendidikan Quran di kota besar*. <https://jurnal.uia.ac.id/spektra/article/view/3097>

Farida, Ahmad, & Mia. (2024). *Gaya komunikasi dakwah era digital: Kajian literatur*. <http://journal-stiyappimakassar.ac.id>

Julianto. (2024). *Qawwam The Leaders Writing* 5 no. <https://jurnalfuad.org>

Katalisnet. *Pengertian Media Online karakteristik dan Jenis-jenisnya*. Article Media Bisnis dan Komunikasi Multi Media 2021)

Lily, Nurhasanah, Siti, & Khofifah. (2024). *Moderation Journal of Islamic Studies Review* 4 no. 121, 68

Mahnun. (2012). *Media pembelajaran (kajian terhadap langkah-langkah pemilihan media dan implementasinya dalam pembelajaran)*. <http://ejournal.uin>

Meilisa, Abidin, Ahmad, Dayintasya, & Aditia. (2023). *Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya*. <https://journal.unugiri.ac.id>

Munir. (2024). *Monitoring Dakwah Online di Media Sosial*. <http://jurnal.staisam.ac.id/index.php/imtiyaz/article/view/158>

Mesi Indriyani, A.A Bambang, & Dian Tri Hapsari, *Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng*. Jurnal Studi Jurnalistik, 2 (2), 2020, 157-167.

Nidya, & Zukhrufi. (n.d.). *New Media dan Komunikasi Dakwah*. <http://repository.uinsa.ac.id/>

Syamsul M.Romli Asep, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia. 2012). Hal. 31.

Wijoyo. (n.d.). *DIGITAL MARKETING*. <https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id>