

Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Penyebaran Konten Kajian Al-Qur'an di Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an

Jamiah Hariyati

Universitas Tjut Nyak Dhien, Indonesia

Email: jamiah@utnd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran media sosial sebagai media dakwah, khususnya dalam penyebaran konten kajian Al-Qur'an, dari perspektif Al-Qur'an. Metode studi pustaka digunakan untuk menganalisis literatur primer (Al-Qur'an dan tafsir) dan sekunder (jurnal, buku, artikel). Hasilnya menunjukkan potensi besar media sosial sebagai media dakwah yang efektif, dengan Al-Qur'an memberikan panduan penggunaannya untuk menyebarkan kebaikan. Media sosial memungkinkan jangkauan luas dan interaksi dinamis antara pendakwah dan audiens. Ayat-ayat Al-Qur'an menekankan pentingnya kebijaksanaan, tanggung jawab, dan prasangka baik dalam penyampaian informasi. Penelitian ini memberikan pemahaman komprehensif tentang peran media sosial dalam dakwah Islam di era digital, serta panduan bagi pendakwah dan pengguna media sosial untuk memanfaatkannya secara efektif dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: *Al-Qur'an, Media Dakwah, Media Sosial.*

Social Media as a Media for Preaching: Dissemination of Al-Quran Study Content on Social Media from the Perspective of the Al-Quran

Abstract

This study explores the role of social media as a medium for da'wah, especially in the dissemination of Al-Qur'an study content, from the perspective of the Qur'an. The literature study method was used to analyze primary literature (the Qur'an and tafsir) and secondary literature (journals, books, articles). The results show the great potential of social media as an effective da'wah medium, with the Qur'an providing guidance for its use to spread goodness. Social media allows for wide reach and dynamic interaction between preachers and audiences. The verses of the Qur'an emphasize the importance of wisdom, responsibility, and good judgment in conveying information. This study provides a comprehensive understanding of the role of social media in Islamic da'wah in the digital era, as well as guidance for preachers and social media users to use it effectively and responsibly.

Keywords: *Al-Quran, Media of Da'wah, Social Media.*

PENDAHULUAN

Internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern. Akses terhadap informasi dan komunikasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu.. Media sosial merupakan media berbasis internet di mana para pemakainya bisa saling berinteraksi, berbagi, serta membuat forum secara virtual (A.Rafiq, 2020). Fenomena ini telah mengubah lanskap komunikasi secara fundamental, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Media sosial, sebagai salah satu manifestasi utama dari perkembangan internet, telah membuka

peluang baru dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan, khususnya konten yang mengusung tema kajian Al-Qur'an.

Pada tahun 2024, Facebook memiliki sebanyak 3,05 miliar pengguna, disusul oleh YouTube dengan 2,49 miliar pengguna. Instagram dan WhatsApp masing-masing mencatatkan 2 miliar pengguna, sedangkan TikTok memiliki 1,56 miliar pengguna aktif. (Yonatan, 2025). Mereka tidak hanya menggunakan media sosial untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai sumber informasi dan pengetahuan. Data ini menunjukkan potensi besar bagi para *da'i* dan pendidik Islam untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif, termasuk dalam menyebarkan kajian Al-Qur'an.

Di balik potensi besar media sosial, terdapat pula tantangan yang signifikan. setiap individu memiliki kemampuan untuk memproduksi dan menyebarkan konten, termasuk konten keagamaan. Tingginya tingkat kompetisi informasi dalam ekosistem media sosial menjadi faktor penghambat utama bagi penetrasi pesan dakwah, yang harus mampu bersaing dengan konten-konten lain untuk mendapatkan perhatian dari khalayak luas. (Ummah, 2023). Akibatnya, informasi yang muncul di media sosial seringkali tidak terverifikasi dan tidak akurat. (Parinduri & Karomah, 2023). Fenomena ini dikarenakan kebutuhan akun media sosial untuk mendapatkan jumlah tayangan dan engagement yang banyak dari pengikutnya. Penyebaran konten-konten yang menyesatkan menjadi ancaman serius bagi pemahaman dan praktik keagamaan bagi pengguna media sosial.

Dalam konteks kajian Al-Qur'an, tantangan ini menjadi semakin kompleks. Pengguna media sosial, terutama generasi muda yang cenderung kritis dan skeptis, membutuhkan pendekatan dakwah yang relevan dan kontekstual. Mereka tidak lagi cukup dengan ceramah-ceramah konvensional yang disampaikan secara lisan. Mereka membutuhkan konten-konten yang menarik, informatif, dan interaktif, yang dapat diakses secara *real time*. Media sosial menawarkan platform yang ideal untuk memenuhi kebutuhan ini.

Media sosial juga memiliki potensi untuk membentuk sikap dari pengguna media sosial. Konten-konten keagamaan yang positif dan inspiratif dapat membantu mereka mengembangkan nilai-nilai moral dan etika yang kuat. Penelitian menunjukkan bahwa platform media sosial memiliki kapasitas signifikan sebagai medium dakwah dan edukasi agama Islam yang interaktif, atraktif, dan mudah diakses, sehingga memungkinkan para pendakwah dan edukator untuk memperluas jangkauan audiens secara ekstensif untuk berdiskusi, memperdalam pemahaman agama, membangun komunitas virtual, dan memperkuat ikatan sosial melalui interaksi dinamis dan akses ke berbagai sumber. (Anas, Yusra, & Amin, 2024). Lain daripada itu, media sosial juga dapat menjadi wadah untuk menyuarakan isu sosial dan mempromosikan nilai-nilai kemanusiaan melalui kampanye dan kegiatan amal, menjadikan dakwah lebih relevan dan berdampak nyata di masyarakat (Ummah, 2023).

Namun, konten-konten negatif dan destruktif dapat merusak karakter mereka dan menjauhkan mereka dari ajaran Islam yang benar. Dalam konteks dakwah Islam, penelitian Mustika menemukan dualitas peran media sosial dalam konteks dakwah, yaitu sebagai medium yang mempermudah penyebaran informasi religius, dan sebagai arena yang rentan terhadap diseminasi konten bermuatan konflik dan kekerasan (Mustika, 2022). Dalam hal ini, persoalan akhlak sebagai aspek utama dalam ajaran Islam harus menjadi perhatian utama dalam berinteraksi di dunia digital maupun kehidupan bermasyarakat. Akhlak yang

baik akan mencerminkan keindahan Islam dan menjadikan umat lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial (Busni, 2024).

Terdapat permasalahan mengenai tingkat literasi digital, terutama pada generasi milenial, yang meskipun memiliki kemampuan dalam penggunaan teknologi, belum tentu memiliki kemampuan yang memadai dalam menganalisis informasi secara kritis (Iswanto et al., 2019). Namun setiap individu perlu memiliki pemikiran kritis guna meningkatkan kualitas hidup di berbagai bidang, terutama dalam pemberdayaan umat dan aspek sosial (Busni, 2024).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran media sosial sebagai media dakwah dalam penyebaran konten kajian Al-Qur'an, dengan fokus pada perspektif Al-Qur'an. Dengan demikian, riset ini berpotensi memberikan sumbangsih substansial bagi kemajuan dakwah Islam di era digital. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai pedoman bagi para komunikator dakwah, pendidik agama Islam, dan praktisi media sosial dalam menerapkan strategi komunikasi digital yang bertanggung jawab untuk menyebarkan ajaran-ajaran keagamaan, terutama kajian Al-Qur'an.

METODE

Studi pustaka ini berfokus untuk menganalisis peran media sosial sebagai media dakwah, khususnya dalam penyebaran konten kajian Al-Qur'an. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana Al-Qur'an memandang penggunaan media sosial dalam konteks penyebaran dakwah. Metode penelitian dalam artikel ini adalah studi pustaka dengan menganalisis beragam literatur, baik primer (Al-Qur'an dan kitab tafsir) maupun sekunder (jurnal ilmiah, buku, artikel daring, dan sumber relevan lainnya). Analisis data dilakukan dengan pendekatan hermeneutika untuk memahami makna dan konteks ayat-ayat Al-Qur'an terkait penggunaan media sosial dalam dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Media Sosial

Media sosial, menurut berbagai ahli, adalah wadah digital yang membantu penggunanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi secara luas. Menurut Taprial dan Priya Kanwar, media sosial adalah wadah yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara daring, membangun hubungan sosial, dan berbagi berbagai jenis konten seperti berita, foto, dan informasi lainnya. (Taprial, 2012). Mandiberg berpendapat bahwa media sosial merupakan sebuah platform atau alat yang memfasilitasi kolaborasi antar pengguna untuk menghasilkan konten yang dibuat oleh pengguna itu sendiri. Mandiberg dalam (Nasrullah, 2017). Sementara itu, Thoyibie mendefinisikan media sosial sebagai sebagai platform konten informatif yang diproduksi oleh individu dengan menggunakan teknologi publikasi, yang dirancang untuk memfasilitasi komunikasi, pembentukan pengaruh, dan interaksi di antara pengguna dan populasi audiens yang luas (Thoyibie, 2010).

Berdasarkan definisi dari Taprial dan Priya Kanwar, Mandiberg, dan Thoyibie, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah wadah digital yang memfasilitasi individu untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan berbagi berbagai jenis konten seperti berita, foto, dan informasi lainnya secara daring. Media sosial memfasilitasi pembentukan hubungan sosial,

serta komunikasi dan interaksi yang luas dengan khalayak umum melalui pemanfaatan teknologi penerbitan yang mudah diakses.

Seiring dengan meningkatnya minat generasi muda terhadap kajian Al-Qur'an, metode dakwah pun beradaptasi dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial. Para pendakwah kini menghadirkan konten yang beragam, mulai dari podcast, video parodi, hingga sesi tanya jawab, untuk memenuhi kebutuhan spiritual anak muda di era digital ini (Trianasari, 2019).

Menurut Mayfield, terdapat lima ciri khas utama dari media sosial, yaitu partisipasi aktif pengguna, keterbukaan untuk umpan balik dan pertukaran informasi, percakapan dua arah, pembentukan komunitas yang efektif, dan koneksi luas melalui tautan ke berbagai sumber. Mayfield dalam (Yusmanizar, Thahir, Unde, & Muhammad Yunus, 2020). Partisipasi aktif memungkinkan pengguna untuk menyebarkan, mengomentari, dan merespons konten, memperluas jangkauan pesan dakwah. Keterbukaan menciptakan ruang diskusi dan pemahaman yang lebih luas tentang kajian Al-Qur'an. Percakapan dua arah memungkinkan interaksi langsung antara pendakwah dan audiens, meningkatkan pemahaman dan klarifikasi. Pembentukan komunitas yang efektif memperkuat jaringan dukungan dan penyebaran nilai-nilai Al-Qur'an. Koneksi luas memungkinkan akses mudah ke berbagai sumber informasi dan interpretasi ayat Al-Qur'an, memperkaya pemahaman dan memperluas wawasan keagamaan.

Media Dakwah

Dakwah adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk mengajak dan mengajak masyarakat agar memeluk dan mengamalkan ajaran Islam (Nasrullah, 2017). Dalam konteks teologis, dakwah merupakan manifestasi perintah Allah swt untuk menyampaikan risalah-Nya kepada seluruh umat manusia (Kharomah, 2025). Keberhasilan dakwah sangat bergantung pada interaksi efektif antara dai (komunikator), penerima dakwah, lingkungan, dan media dakwah. Media dakwah, sebagai salah satu unsur kunci, memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses penyampaian pesan dakwah, sehingga menjadikannya faktor penentu dalam keberhasilan dakwah (AMINUDDIN, 2019).

Media dakwah, menurut berbagai perspektif, merujuk pada segala benda atau fasilitas yang digunakan oleh pendakwah (*da'i*) untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak. Wahyu Ilahi menekankan bahwa media dakwah merupakan instrumen diseminasi konten dakwah. Wahyu Ilahi dalam (Jalaluddin, 2022). Asyaari menambahkan bahwa media dakwah merupakan alat perantara atau penunjang yang bertujuan untuk mempermudah pemahaman khalayak terhadap isi ceramah (Asyaari, Zahroh, & Nasiruddin, 2022). Senada, Aminuddin mendefinisikan media dakwah sebagai segala sesuatu yang mendukung proses dakwah, berfungsi untuk mengefektifkan penyampaian pesan dari komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) (AMINUDDIN, 2019). Dengan demikian, media dakwah pada intinya adalah alat yang memperlancar dan mengefektifkan komunikasi antara pendakwah dan penerima dakwah.

Dari berbagai perspektif yang dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa media dakwah adalah segala bentuk benda, fasilitas, atau instrumen yang digunakan oleh pendakwah (*da'i*) untuk menyebarkan pesan dakwah kepada *mad'u*. Tujuan utama dari penggunaan media dakwah adalah untuk mempermudah pemahaman khalayak terhadap materi dakwah yang disampaikan, serta untuk mengefektifkan proses komunikasi antara pendakwah dan

penerima dakwah. Dengan demikian, media dakwah berfungsi sebagai jembatan yang memperlancar dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan-pesan keagamaan.

Berdasarkan klasifikasi yang dikemukakan oleh Samsul Munir Amin, media dakwah terdiri dari dua jenis: media non-massa dan media massa. Media non-massa mencakup instrumen komunikasi personal (utusan, kurir) dan material (telepon, surat), sedangkan media massa terbagi menjadi media massa yang bersifat interaktif (pertemuan, *workshop*), media massa yang berbasis artefak (spanduk, buku), dan media massa periodik dalam format cetak dan elektronik (visual, audio, audio-visual) (Amin, 2009).

Dari klasifikasi diatas, media sosial memiliki kelebihan sebagai media dakwah. Diantaranya adalah merevolusi penyebaran dakwah, memungkinkan siaran langsung yang mudah dan dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja. Dengan kemampuan untuk berbagi secara instan, pesan-pesan dakwah dapat dengan cepat menjangkau khalayak luas, melampaui batasan geografis dan menciptakan jangkauan global yang belum pernah terjadi sebelumnya (Zulfikar, 2020). Interaktivitas dalam konteks berita daring juga tercermin dari adanya respons pembaca melalui kolom komentar, di mana mereka memberikan umpan balik langsung terhadap informasi yang disajikan, sehingga menciptakan dialog dan pertukaran gagasan seputar isi berita (Yusmanizar et al., 2020).

Pembahasan

Penyebaran Konten Kajian Qur'an

Dalam perspektif Al-Qur'an, penyebaran ilmu pengetahuan, termasuk ayat-ayat suci, adalah suatu kewajiban. Berikut ini adalah Q. S. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَذَّبْهُمْ بِالْأَنْتَيْ هِيَ أَحْسَنُ إِنْ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَذِّبِينَ

Artinya:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (RI, 2011).

Allah swt. memberikan petunjuk kepada Rasul-Nya mengenai metode dalam menyeru manusia menuju jalan-Nya. Jalan Allah dalam konteks ini merujuk pada ajaran Islam, yaitu syariat yang diberikan kepada Nabi Muhammad SAW. sebagai bentuk bimbingan bagi umat di masa mendatang dalam menjalankan tugas dakwah, Allah swt. menetapkan prinsip-prinsip dasar dalam menyebarluaskan ajaran Islam.

Pertama, Allah swt. menegaskan bahwa dakwah yang dilakukan Rasulullah SAW. sepenuhnya ditujukan untuk menyebarluaskan agama Allah sebagai sarana mencapai rida-Nya. Dakwah ini tidak bertujuan untuk kepentingan pribadi seorang *da'i* maupun untuk kepentingan kelompok tertentu. Rasulullah SAW. diperintahkan untuk mengajak manusia menuju agama Allah secara murni dan tanpa tendensi kepentingan lainnya.

Kedua, Allah swt. menginstruksikan agar dakwah dilaksanakan dengan hikmah. Konsep hikmah memiliki beberapa makna, antara lain: (a) Pengetahuan yang mendalam mengenai rahasia serta manfaat dari segala sesuatu, sehingga kebenarannya dapat diyakini secara objektif, (b) Ucapan yang tepat dan sesuai sebagai argumentasi dalam membedakan antara kebenaran dan kebatilan atau hal-hal yang meragukan (syubhat), (c) Pemahaman terhadap hukum-hukum dalam Al-Qur'an, wawasan keagamaan yang mendalam, ketakwaan kepada Allah, serta keselarasan antara perkataan dan perbuatan (RI, 2011).

Hamka berpendapat bahwa dakwah yang efektif dilakukan melalui pendekatan hikmah, yaitu metode yang mengedepankan kebijaksanaan, rasionalitas, keluasan wawasan, dan ketulusan hati. Pendekatan ini bertujuan untuk menginspirasi dan membimbing individu menuju pemahaman dan keyakinan terhadap ajaran agama, khususnya keimanan kepada Allah swt. Menurut Hamka, hikmah merupakan esensi yang lebih mendalam daripada sekadar filosofi, yang hanya dapat diakses oleh individu dengan kapasitas intelektual yang terlatih. Oleh karena itu, hikmah memiliki kemampuan untuk merangkul dan membimbing individu dari berbagai tingkat pemahaman, serta memiliki validitas yang sulit untuk disangkal oleh mereka yang memiliki kemampuan kognitif yang lebih tinggi (Hamka, 2001).

Dari berbagai makna tersebut, hikmah yang paling mendekati esensi yang dimaksud adalah pemahaman mengenai rahasia dan manfaat suatu hal, yang menghasilkan nilai kebermanfaatan bagi umat. Dakwah yang dilakukan dengan hikmah adalah dakwah berbasis ilmu pengetahuan yang menjelaskan maksud serta tujuan dengan metode yang kontekstual dan adaptif terhadap kondisi masyarakat, sehingga dapat lebih mudah dipahami dan diterima.

Ketiga, Allah swt. mengarahkan Rasulullah SAW. agar menyampaikan dakwah dengan metode pengajaran yang santun, penuh kelembutan, serta memberikan ketenteraman bagi pendengarnya. Pendekatan dakwah tidak seharusnya menimbulkan kecemasan, kegelisahan, atau ketakutan yang berlebihan dalam jiwa manusia. Kesalahan yang dilakukan seseorang akibat ketidaktahuan tidak patut disampaikan secara terbuka di hadapan banyak orang hingga melukai perasaannya.

Penyampaian *khutbah* atau pengajian dengan bahasa yang lembut lebih efektif dalam menyentuh hati dan menanamkan ketenangan dibandingkan dengan metode yang menakut-nakuti atau mengandung ancaman yang keras. Namun, dalam kondisi tertentu, penyampaian peringatan dan ancaman diperbolehkan jika dinilai relevan dan diperlukan. Rasulullah SAW. juga menggunakan strategi dengan menyelingi materi dakwah yang menggugah rasa takut dengan pesan-pesan yang menggembirakan, guna menghindari kejemuhan dan menjadikan pengajian lebih menarik serta mudah diterima oleh jamaah (RI, 2011).

Keempat, dalam menghadapi perdebatan dengan kaum musyrikin maupun ahli kitab, Allah swt. mengajarkan agar Rasulullah SAW. membantah argumentasi mereka dengan cara yang baik. Contoh perdebatan yang efektif dapat dilihat dari cara Nabi Ibrahim dalam berdialog dengan kaumnya, di mana ia mengajak mereka berpikir kritis terhadap keyakinan yang mereka anut sehingga akhirnya menyadari kebenaran yang hakiki. Pendekatan debat yang konfrontatif dengan kata-kata yang tajam tidak dianjurkan karena dapat memicu ketegangan dan suasana yang tidak kondusif.

Sebaliknya, debat yang baik adalah yang dilakukan dalam suasana santai dan kondusif, sehingga pencarian kebenaran dapat dicapai dengan lebih objektif. Debat yang efektif juga harus mampu menghindarkan manusia dari sifat-sifat negatif seperti kesombongan, keangkuhan, dan upaya mempertahankan ego secara berlebihan. Oleh karena itu, dalam berdebat, seorang *da'i* harus mampu menunjukkan rasa hormat terhadap lawan debatnya dan menegaskan bahwa tujuan utama bukanlah kemenangan pribadi, melainkan pencarian kebenaran dalam agama Allah swt (RI, 2011).

Metode *jādil-hum billatī hiya aḥsan* merujuk pada praktik dakwah yang memanfaatkan argumentasi dialogis dan diskursif. Pendekatan ini menekankan penggunaan rasionalitas dan bukti-bukti yang kuat dalam upaya persuasif. Namun, esensinya terletak pada implementasi dialog yang konstruktif, ditandai dengan sikap saling menghormati, toleransi, dan kepatuhan terhadap norma-norma etika komunikasi antarindividu maupun kelompok (Fadlullah, 1997). Tujuan utama dari wacana diskursif adalah untuk mencapai veritas melalui konstruksi argumentasi yang valid. "*Jidāl*", yang mengacu pada praktik diskusi atau pembuktian, berfokus pada upaya untuk mendisrupsi validitas premis atau dalil yang diajukan oleh mitra diskursif, sehingga mengakibatkan ketidakmampuan mitra tersebut untuk mempertahankan posisinya. Validitas dari disrupti ini dapat bersifat universal, yaitu diterima oleh semua pihak, atau bersifat parsial, yaitu hanya diterima oleh mitra diskursif. "*Ihsan*", yang berarti keunggulan, mengindikasikan adanya gradasi kualitas dalam praktik "*jidāl*", yang dapat dikategorikan menjadi tiga tingkatan: optimal, superior, dan suboptimal (Shihab, 2002).

Kelima, adalah keimanan kepada Allah swt. Hanya Allah yang memiliki otoritas mutlak dalam menganugerahkan keimanan kepada manusia. Tidak ada individu, termasuk seorang *da'i*, yang memiliki kuasa untuk menanamkan iman dalam jiwa seseorang. Allah swt. adalah satu-satunya yang mengetahui hamba-Nya yang mampu menjaga fitrah keimanannya dari berbagai pengaruh yang menyesatkan, serta siapa yang akhirnya tersesat akibat kehilangan fitrah tersebut. Sebaliknya, individu yang mampu menjaga fitrahnya akan terbuka terhadap hidayah dan petunjuk Allah swt (RI, 2011).

Interpretasi ayat tersebut menyoroti signifikansi penyampaian pesan-pesan religius dengan cara yang bijaksana dan produktif. Media sosial, dengan potensinya untuk menjangkau audiens global dan kemampuannya untuk menyajikan informasi dalam beragam bentuk, dapat menjadi instrumen yang strategis untuk mengimplementasikan perintah ini. Dakwah dalam ajaran Islam didefinisikan sebagai upaya mengajak umat manusia untuk mengikuti jalan Allah melalui pendekatan hikmah, metode pengajaran yang konstruktif, dan dialog yang santun. Prinsip-prinsip ini telah ditetapkan dalam Al-Qur'an sebagai kerangka kerja bagi para *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam (FALDIANSYAH, 2022). Dalam era digital, media sosial berperan sebagai medium yang efektif untuk menyebarkan dakwah, termasuk konten kajian Al-Qur'an, kepada audiens yang lebih luas.

Pemanfaatan media sosial sebagai wahana dakwah memungkinkan penerapan pendekatan yang menginternalisasi nilai-nilai Al-Qur'an, seperti komunikasi yang bijaksana, persuasif, dan adaptif terhadap konteks audiens (Ummah, 2023). Penyebaran konten kajian Al-Qur'an di media sosial juga harus mengadopsi metode yang *engaging*, informatif, dan menghindari pendekatan yang memicu kecemasan atau perdebatan yang destruktif. Melalui optimalisasi media sosial, para komunikator dakwah dapat menyampaikan pesan-pesan Islam secara lebih efisien dan kontekstual, sehingga semakin banyak khalayak yang mendapatkan manfaat dan hidayah dari ajaran Al-Qur'an.

Tanggung Jawab dalam Menyampaikan Informasi:

Surah Al-Isra' (17:36):

Artinya: "Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya" (RI, 2011).

Allah swt. Tidak memperbolehkan kaum Muslim dalam mengikuti perkataan atau perbuatan yang tidak memiliki dasar kebenaran yang jelas. Pelarangan ini menyangkut seluruh aspek kehidupan manusia, baik dalam bentuk perkataan maupun perbuatan. Ayat tersebut dalam surah al-Isra' ayat 36 telah diinterpretasikan oleh para ulama dengan beragam perspektif. Ibnu 'Abbās menekankan bahwa kesaksian harus didasarkan pada pengalaman indrawi yang jelas dan kesadaran penuh. Qatadah memperluas larangan ini dengan mencakup klaim palsu atas pendengaran, penglihatan, dan pengetahuan. Pendapat lain mengaitkan larangan tersebut dengan praktik prasangka dan dugaan tanpa dasar pengetahuan yang kuat, yang ditegaskan pula dalam surah al-Ḥujurāt ayat 12 dan hadis riwayat Muslim, Aḥmad, dan at-Tirmizi. Terakhir, beberapa ulama menafsirkan ayat ini sebagai kritik terhadap praktik taklid buta kaum musyrik terhadap kepercayaan nenek moyang mereka, seperti yang tercermin dalam surah an-Najm ayat 23 (RI, 2011).

Ayat 36 surah al-Isra' menggariskan imperatif moral bagi umat manusia untuk mematuhi perintah-perintah ilahi yang termaktub dalam teks suci, sekaligus menjauhi perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan ajaran tersebut. Lebih lanjut, ayat ini melarang tindakan mengikuti atau mempercayai informasi tanpa dasar pengetahuan yang memadai. Larangan ini mencakup larangan untuk berbicara tentang hal-hal yang tidak diketahui, mengklaim pengetahuan yang tidak dimiliki, dan mengaku mendengar hal-hal yang tidak didengar. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa indra pendengaran, penglihatan, dan hati nurani akan dimintai pertanggungjawaban atas penggunaannya. Dalam konteks ini, ayat tersebut berfungsi sebagai mekanisme pencegahan terhadap berbagai praktik negatif, seperti fitnah, prasangka buruk, kebohongan, dan kesaksian palsu. Di sisi lain, ayat ini juga menekankan pentingnya memanfaatkan indra pendengaran, penglihatan, dan hati sebagai instrumen untuk memperoleh pengetahuan yang valid (Shihab, 2002).

Selain itu, dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, Syakal bin Humaid meriwayatkan bahwa ia pernah meminta Nabi Muhammad SAW. untuk mengajarkan doa perlindungan. Rasulullah SAW. kemudian mengajarkan doa agar berlindung kepada Allah dari keburukan pendengaran, penglihatan, hati, dan syahwat yang dapat menjerumuskan seseorang ke dalam perbuatan maksiat, seperti zina.

Dengan demikian, ajaran Islam menekankan pentingnya kehati-hatian dalam berbicara dan bertindak, serta menuntut setiap individu untuk hanya mengikuti kebenaran yang didasarkan pada ilmu dan bukti yang valid, bukan sekadar asumsi, dugaan, atau tradisi yang tidak memiliki dasar yang sahih (RI, 2011). Ayat ini mengingatkan manusia untuk bertanggung jawab atas informasi yang kita sebarkan, termasuk ayat-ayat Al-Qur'an, dan memastikan kebenarannya. Penting untuk diingat bahwa menafsirkan dan menyebarkan ayat-ayat Al-Qur'an memerlukan pemahaman yang mendalam tentang konteksnya. Oleh karena itu, penting untuk merujuk pada tafsir yang diakui dan menghindari penafsiran yang salah.

Dalam konteks penyebaran ayat al-Qur'an di media sosial sebagai media dakwah, ajaran Islam menekankan pentingnya kehati-hatian dalam menyampaikan informasi, khususnya yang berkaitan dengan agama. Larangan untuk mengikuti atau menyebarkan ucapan dan tindakan yang tidak memiliki dasar kebenaran yang jelas mengisyaratkan bahwa setiap konten dakwah yang disebarluaskan di media sosial harus berlandaskan ilmu yang sahih dan dapat dipertanggungjawabkan. Perspektif al-Qur'an dan hadis menegaskan

bahwa seseorang tidak boleh menyampaikan sesuatu tanpa didasarkan pada pengetahuan yang valid, sebagaimana ditegaskan dalam pendapat para sahabat dan tabiin. Dalam era digital, hal ini semakin relevan mengingat kemudahan akses informasi dapat menyebabkan tersebarnya berita bohong, hoaks, atau pemahaman yang keliru tentang ajaran Islam. Oleh karena itu, dalam berdakwah melalui media sosial, setiap dai atau pengguna internet harus memastikan kebenaran informasi yang dibagikan agar tidak menyesatkan atau menimbulkan fitnah.

Selain itu, dakwah di media sosial juga harus memperhatikan aspek etika dan tanggung jawab, sebagaimana ajaran Islam menuntut pertanggungjawaban atas setiap ucapan dan tindakan manusia, termasuk yang dilakukan di dunia maya. Dalam konteks penerapan teknologi, penyampaian informasi memerlukan landasan pengetahuan dan etika yang bersumber dari ajaran al-Qur'an. Hal ini diwujudkan dalam praktik *akhlikul karimah* yang relevan dengan penggunaan media sosial. Pedoman ini bertujuan untuk memandu individu dalam memanfaatkan media sosial secara bertanggung jawab, menghindari ucapan, persepsi, dan tindakan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral, seperti *ghibah*, kesombongan, fitnah, dan disinformasi (Juminem, 2019). Dengan demikian, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian, menggunakan sumber yang kredibel, serta disampaikan dengan cara yang santun dan sesuai dengan tuntutan Islam.

Husnudzan dalam Menanggapi Suatu Informasi

Surah Al-Hujurat (49:12):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ إِيمَنُوا أَحْذِنُوا كَثِيرًا مِّنَ الظُّنُنِ إِنَّ بَعْضَ الظُّنُنِ إِثْمٌ وَلَا يَعْتَبِرُ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُّهُمْ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلْ لَحْمَ

أَخِيهِ مَيْتًا فَكُرْ هَنْمُوْهُ وَأَقْتُوْ أَللَّهُ إِنَّ اللَّهَ تَوَابُ رَّحِيمٌ

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka; sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa, dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah ada di antara kamu yang mengunjung sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang" (RI, 2011)

Allah memberikan peringatan kepada kaum beriman agar senantiasa menghindari prasangka buruk terhadap sesama mukmin. Ketika seseorang mendengar suatu pernyataan yang diucapkan oleh saudara seiman, seharusnya pernyataan tersebut ditanggapi dengan prasangka baik dan pemaknaan yang positif, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman atau bahkan disalahartikan hingga menyebabkan fitnah. Umar bin Khattab r.a. menegaskan, "Janganlah sekali-kali menerima suatu pernyataan dari saudaramu kecuali dengan pemahaman yang baik, selama engkau masih dapat menemukan makna positif dari ucapan tersebut." Rasulullah SAW. juga meriwayatkan bahwa Allah mengharamkan penumpahan darah serta pelanggaran kehormatan seorang mukmin, sehingga dilarang untuk berburuk sangka terhadap mereka.

Imam al-Baihaqī mengutip atsar dari Sa'īd bin al-Musayyab yang menyatakan bahwa seseorang harus selalu berusaha memahami perkataan saudaranya dalam konteks yang baik, selama tidak ada bukti kuat yang menunjukkan sebaliknya. Barang siapa yang menempatkan dirinya dalam situasi yang mencurigakan, maka ia tidak dapat menyalahkan

orang lain jika dirinya dicurigai. Oleh karena itu, menjaga rahasia pribadi adalah tindakan bijak, sedangkan membahas kezaliman dengan ketaatan kepada Allah merupakan bentuk akhlak yang utama (RI, 2011).

Allah melarang kaum mukmin untuk berprasangka buruk karena sebagian prasangka terkandung dosa di dalamnya. Berburuk sangka kepada sesama mukmin dianggap sebagai dosa besar, mengingat larangan eksplisit yang terdapat dalam Al-Qur'an. Selain itu, mencari-cari kesalahan dan keburukan orang lain juga dilarang dalam Islam, sebagaimana ditegaskan dalam hadis riwayat Abū Hurairah bahwa prasangka buruk merupakan bentuk ucapan yang paling dusta. Rasulullah SAW. juga melarang umatnya untuk mencari-cari kesalahan, membenci sesama, dengki, serta melakukan tindakan yang merusak ukhuwah Islamiyah. Imam at-Tabrānī juga meriwayatkan bahwa ada tiga hal yang sulit dihindari oleh umat manusia, yaitu anggapan sial, hasad, dan prasangka buruk. Cara menghindarinya adalah dengan memohon ampunan kepada Allah jika merasa iri, tidak mempercayai sepenuhnya prasangka buruk yang muncul, dan tetap berpegang teguh pada kebaikan.

Dalam peristiwa yang diriwayatkan oleh Abū Qilābah, Umar bin Khattab mendapatkan laporan bahwa Abū Mihjan aş-Şaqafī meminum minuman keras bersama teman-temannya. Ketika Umar mendatangi rumahnya, ia tidak menemukan siapa pun selain Abū Mihjan sendiri. Abū Mihjan lantas mengingatkan Umar bahwa mencari-cari kesalahan seseorang merupakan tindakan yang dilarang dalam Islam, sehingga Umar pun pergi meninggalkannya.

Allah juga mengharamkan perbuatan *ghibah* (menggunjing), yaitu menyebut keburukan seseorang yang tidak disukainya ketika ia tidak hadir. Hasan bin Ali mengklasifikasikan *ghibah* dalam tiga bentuk utama: *ghibah* (mengungkap keburukan yang memang ada pada seseorang), *ifk* (menyebarluaskan berita tanpa kepastian kebenaran), dan *bukhtūn* (menuduh seseorang atas sesuatu yang tidak ada padanya). Dalam analisis Quraish Shihab, ayat 12 Surah al-Hujurat menggunakan struktur linguistik yang menekankan keburukan perbuatan menggunjing. Pertama, penggunaan *istifham at-taqriri* bukan sekadar pertanyaan, melainkan ajakan untuk mengakui kebenaran suatu pernyataan. Kedua, penggambaran perbuatan menggunjing sebagai sesuatu yang sebenarnya dibenci, namun dilukiskan seolah-olah disukai, menciptakan paradoks yang kuat. Ketiga, pertanyaan langsung kepada setiap individu dengan frasa "Sukakah salah seorang di antara kamu?" memperkuat keterlibatan personal. Keempat, objek yang digambarkan adalah daging saudara sendiri, bukan sekadar daging manusia, menekankan hubungan kekeluargaan. Kelima, keadaan saudara yang telah meninggal dunia, dan tidak mampu membela diri, menambah dimensi kezaliman dalam tindakan tersebut. (Shihab, 2002). Para ulama sepakat bahwa *ghibah* digolongkan kepada dosa besar, dan pelakunya wajib bertobat kepada Allah serta meminta maaf kepada pihak yang diumpat.

Nabi Muhammad SAW. memberikan perumpamaan bahwa menggunjing seseorang ibarat memakan daging bangkai saudaranya sendiri, yang tentu saja sesuatu yang menjijikkan. Oleh karena itu, sebagaimana manusia tidak suka memakan daging bangkai, mereka pun harus menghindari perbuatan *ghibah*. Namun, ada enam kondisi di mana menggunjing diperbolehkan: (a) Untuk mengungkapkan kezaliman dengan harapan adanya keadilan dari pihak yang berwenang, (b) Untuk mencegah kemungkaran dan memberikan nasihat kepada penguasa agar bertindak adil, (c) Dalam kasus pengadilan, seseorang boleh

mengadukan kezaliman kepada hakim, (d) Untuk memberi peringatan kepada orang lain terhadap bahaya atau keburukan seseorang, misalnya dalam hal pernikahan atau kesaksian, (e) Jika seseorang secara terbuka melakukan maksiat, seperti minum minuman keras di depan umum, (f) Jika diperlukan untuk mengenali seseorang yang hanya dikenal dengan sebutan tertentu, seperti "si buta" atau "si pincang," tanpa maksud menghina.(RI, 2011).

Ayat ini mengajarkan etika dalam berkomunikasi, termasuk menghindari prasangka buruk dan ghibah, yang sangat penting dalam interaksi di media sosial. Dengan demikian, Islam sangat menekankan pentingnya menjaga lisan dan tidak mudah berprasangka buruk terhadap sesama. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga keharmonisan dalam masyarakat serta membangun hubungan yang dilandasi rasa saling percaya dan ukhuwah Islamiyah yang kuat.

Media sosial dalam konteksnya sebagai media dakwah memiliki peran yang signifikan dalam menyebarluaskan nilai-nilai Islam, termasuk penyebaran ayat-ayat Al-Qur'an. Dalam konteks ini, Islam mengajarkan agar kaum beriman senantiasa menjaga prasangka baik terhadap sesama mukmin dalam berinteraksi di media sosial. Penyebaran konten dakwah harus didasarkan pada prinsip kebaikan, kejujuran, dan menghindari fitnah yang dapat merusak *ukhuwah Islamiyah* (Ibnu Kasir & Syahrol Awali, 2024).

Al-Qur'an secara tegas memperingatkan umat Islam untuk menjauhi prasangka buruk, mencari-cari kesalahan orang lain, dan menyebarluaskan informasi tanpa kejelasan (Siregar, 2017). Hal ini bertujuan untuk mencegah fitnah dan perpecahan di tengah masyarakat. Rasulullah SAW. juga menekankan pentingnya memahami pernyataan saudara seiman dengan cara yang baik dan positif, agar tidak terjadi kesalahpahaman yang dapat berujung pada konflik. Dalam dunia digital, sikap kehati-hatian dalam menyebarluaskan informasi menjadi lebih krusial. Islam mengajarkan bahwa seseorang tidak boleh membagikan suatu berita tanpa verifikasi yang jelas. *Ghibah*, fitnah, dan menyebarluaskan keburukan orang lain termasuk dalam larangan agama, kecuali dalam kondisi tertentu yang dibenarkan, seperti dalam rangka menegakkan keadilan atau mencegah kezaliman.

Penting bagi para pendakwah dan pengguna media sosial untuk menerapkan etika komunikasi yang baik, sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an dan hadis. Sikap *tabayyun* (verifikasi), *husnuzan* (prasangka baik), serta menghindari penyebaran informasi yang berpotensi menimbulkan fitnah harus menjadi prinsip utama dalam berinteraksi di media sosial. Berdakwah dengan menggunakan medium media sosial wajib mencermati etika dan norma-norma yang berlaku di platform tersebut. Dengan demikian, manfaat yang diperoleh melalui kegiatan beribadah melalui dakwah di media sosial benar-benar dapat diwujudkan (Hotmian, 2024).

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, diperoleh kesimpulan bahwa penelitian ini mengeksplorasi peran media sosial sebagai media dakwah dalam penyebarluasan konten kajian Al-Qur'an, dengan fokus pada perspektif Al-Qur'an, di mana media sosial, dengan jangkauannya yang luas dan kemampuannya untuk menyampaikan informasi dalam berbagai format, berpotensi menjadi instrumen yang efektif dalam merealisasikan mandat dakwah. Namun, di balik potensi besar media sosial, terdapat pula tantangan yang signifikan, seperti tingginya tingkat kompetisi informasi dan penyebarluasan konten yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, penting bagi para *da'i* dan pendidik Islam dalam

menggunakan media sosial secara hati-hati dan bertanggung jawab, serta memperhatikan pendekatan yang sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an, seperti penyampaian yang bijaksana, lemah lembut, serta memperhatikan kondisi dan kebutuhan audiens, dan menghindari penyampaian yang menimbulkan ketakutan atau perdebatan yang tidak sehat, serta menjauhi prasangka buruk dan *ghibah*, yang sangat penting dalam interaksi di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- AMINUDDIN. (2019). MEDIA DAKWAH. *Al-Munzir*, 11(1), 1–14. Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNG_AN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Anas, Anas, Yusra, Yusra, & Amin, Sagir M. (2024). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial*. 0, 396–399.
- Asyaari, Asyaari, Zahroh, Waqiatun, & Nasiruddin, Nasiruddin. (2022). Pentingnya Media Dakwah Terhadap Kelancaran. *Etika: Journal of Islamic Communication and Broadcasting Science*, 1(1), 13–20. Retrieved from <https://jurnalsains.id/index.php/etika/article/view/18/19>
- Busni, Rajeti. (2024). *Implikasi Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Desa Ujung Barat Kecamatan Babussalam Kabupaten Aceh Tenggara The Implication of Tik Tok Application Use on the Religious Behaviour of Islamic Teenagers in Ujung Barat Villa*. 4(3), 1839–1845.
- Fadlullah, Muhammad Husain. (1997). *Metodologi dakwah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera.
- FALDIANSYAH, IQROM. (2022). *DAKWAH VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF AL-QUR'AN*. INSTITUT PTIQ JAKARTA.
- Hamka. (2001). *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: Pustaka Panjimas.
- Hotmian, Indra. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah. *Qawwam : The Leader's Writing*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.331>
- Ibnu Kasir, & Syahrol Awali. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarluaskan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Iswanto, Agus, Maknun, Moch. Luklul, Mustolehudin, Masfiah, Umi, Ridlo, Subkhan, & Hidayat, Roch. Aris. (2019). *Praktik Literasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri: Tantangan dan Peluang Literasi di Era Digital*.
- Jalaluddin, Moh. (2022). Media Dakwah: Pemanfaatan Bulletin Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam*.
- Juminem, Juminem. (2019). Adab Bermedia Sosial Dalam Pandangan Islam. *Geneologi PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.32678/geneologipai.v6i1.1799>
- Kharomah, Larasati Nur. (2025). *Preaching and Religious Conversion : A Review of Education and Psychology of Converts*. 5(1), 344–357.
- Mustika, L. (2022). *Fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri walisongo semarang*. Universitas islam negeri walisongo semarang.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Social Media: Perspectives on Communication, Culture, and*

Sociotechnology. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Parinduri, Muhammad Abrar, & Karomah, Larasati Nur. (2023). Analysis of Social Media Literacy in Adolescents in Educational Theme Video Content. *Ta'dib*, 26(2), 367. <https://doi.org/10.31958/jt.v26i2.8513>
- RI, Kementerian Agama. (2011). *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Jakarta: Widya Cahaya.
- Shihab, M. Quraish. (2002). *Tafsir Al-misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Siregar, Mawardi. (2017). Thematic's Tafseer About Information's Selection. *At-Tibyan*, 11(1), 92–105.
- Taprial, Varinder dan Priya Kanwar. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Thoyibie. (2010). Psikologi Social Media. Retrieved from <http://komunikasi-indonesia.org>.
- Trianasari, Ayu. (2019). Dampak Konten Al Quran di Media Sosial terhadap Kondisi Kesehatan Mental Netizen. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*.
- Ummah, Nurul Hidayatul. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 151–169. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>
- Yonatan, Agnes Z. (2025). 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>
- Yusmanizar, Thahir, Unde, Alimuddin, & Muhammad Yunus. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR. *Jurnalisa*, 06(November), 200–215. Retrieved from <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>
- Zulfikar. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Berdakwah Pada Masa Covid-19 Di Aceh. *Syariah: Journal of Islamic Law*.