Journal of Golden Generation Multidisciplinary
Volume: 2, Nomor: 3, (2026), Juni: 1309 - 1323
Link Publish: https://ejournal.lppnusantara.com/index.php/jggmultidisciplinary/article/view/776
E-ISSN: 3123-6278; DOI: https://doi.org/10.65244/jggm.v2i3.776

Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Dakwah Islam Moderat Di Kalangan Generasi Muda

April Yanti Ananda [1], Febria Sri Rezeqi Fadillah [2], Gizalsa Syabilla [3], Hasna Nisrina [4], Muhammad Rizalul Zidan Akbar [5], Islaeda Yushan Dini [6], Edi Suresman [7]
Pendidikan Akuntansi, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia [1,2,3,4,5,6,7]
Corresponding Author: aprilyanti24@upi.edu[1], febriafadillah8@upi.edu[2], gizalsasy@upi.edu[3], hasnanisrinaa0329@upi.edu[4], rizalulzidan@upi.edu[5], yushanislaeda@upi.edu[6]

Info Artikel
Submitted: *19 April 2026*
Revised : *30 Mei 2026*
Accepted: *10 Juni 2026*
Published: *29 Juni 2026*

Keywords: Digital Da'wah; Moderate Islam; Social Media Islam; Islamic Digital Literacy.

Abstract
The development of social media has transformed Islamic da'wah patterns from conventional methods into more interactive and participatory digital da'wah. This study aims to analyze the role of social media in developing moderate Islamic da'wah among the younger generation. It also examines the influence of algorithms, popularity dynamics, shifts in religious authority, and monetization trends. This study employs a qualitative approach based on a literature review of 17 relevant academic articles published between 2021 and 2026, analyzed using thematic analysis. The findings indicate that platforms such as Instagram, YouTube, TikTok, and X have become effective da'wah ecosystems for disseminating the values of moderation (wasathiyyah), tolerance, and inclusivity through visual content and two-way interaction that aligns with the characteristics of the digital generation. However, engagement-oriented algorithmic systems tend to prioritize viral content over substantive content, which risks oversimplifying complex teachings and diminishing the educational function of da'wah. Furthermore, a shift in religious authority has occurred, moving from traditional scholarly legitimacy toward popular religious figures on social media, which in some cases risks producing pseudo-authority. In addition, monetization practices and personal branding indicate a tendency toward the commodification of religious content in the digital space. Therefore, strengthening religious digital literacy, integrating scholarly credibility with digital competence, and applying da'wah communication ethics are critical steps to ensure that social media can be optimally utilized in developing meaningful and sustainable moderate Islamic da'wah in the digital era.

Kata Kunci: dakwah digital; Islam moderat; media sosial; generasi muda; literasi digital

Abstrak
Perkembangan media sosial telah mengubah dakwah Islam dari pendekatan konvensional menjadi praktik digital yang interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam mengembangkan dan menyebarkan nilai-nilai Islam moderat di kalangan generasi muda, dengan mengkaji pengaruh algoritma, pergeseran otoritas keagamaan, dan komodifikasi konten religius. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur terhadap 17 artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam rentang tahun 2021–2026 yang dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X berfungsi sebagai ekosistem yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi (wasathiyyah), toleransi, dan inklusivitas. Namun, sistem berbasis algoritma cenderung memprioritaskan konten yang viral dan emosional dibandingkan pesan keagamaan yang substantif, sehingga berpotensi mengurangi kedalaman pemahaman. Selain itu, pergeseran otoritas keagamaan dari ulama tradisional ke influencer digital menimbulkan kekhawatiran terkait kredibilitas. Praktik monetisasi dan

personal branding juga menunjukkan adanya kecenderungan komodifikasi konten keagamaan di ruang digital. Oleh karena itu, penguatan literasi digital keagamaan serta integrasi antara otoritas keilmuan dan kompetensi digital menjadi hal yang penting untuk memastikan keberlanjutan dakwah Islam moderat di era digital.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License**.**
Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi ruang baru dalam praktik dakwah Islam yang memiliki pengaruh signifikan di kalangan generasi muda. Menurut Databoks, pada tahun 2024 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi di Indonesia. Dengan platform seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok menjadi yang paling dominan digunakan untuk berbagai kebutuhan termasuk konten keagamaan. Generasi muda terutama Gen Z sangat memanfaatkan sosial media sebagai sumber informasi termasuk informasi religius. Data global juga menunjukkan bahwa hampir setengah dari Gen Z menggunakan media sosial untuk mencari pengetahuan dan pemahaman tentang agama dan spiritualitas, hal ini mencerminkan peran media digital yang semakin penting dalam kehidupan keagamaan. Akses yang mudah, jangkauan yang luas, dan penyebaran informasi yang cepat menjadikan platform digital sebagai sarana strategis dalam menyampaikan nilai-nilai islam yang menekankan keseimbangan, toleransi, dan rasionalitas.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah islam mengalami perubahan dari pola konvensional seperti ceramah di masjid dan pengajian tatap muka menjadi dakwah digital yang berbasis konten, video pendek, siaran langsung, hingga podcast. Perubahan ini membuat peluang penyebaran dakwah islam semakin meluas karena media sosial dapat menjangkau audiens lintas wilayah bahkan lintas negara tanpa batas ruang dan waktu. Dakwah islam ini dibersamai dengan menekankan nilai keseimbangan (wasathiyah), toleransi, dan sikap inklusif dalam kehidupan masyarakat.

Namun, media sosial bukanlah ruang yang netral. Sistem algoritma pada platform digital bekerja berdasarkan logika keterlibatan (engagement), durasi interaksi, dan popularitas sehingga cenderung mengutamakan konten yang mudah viral dan kurang edukatif. Hal ini memunculkan tantangan serius bagi dakwah islam moderat yang pada dasarnya membutuhkan pendekatan argumentatif, reflektif, dan dialogis. Dengan algoritma media sosial, dakwah islam moderat sering disampaikan secara sederhana, singkat, emosional, dan mengikuti tren agar menarik perhatian audiens. Pergeseran ini turut mengubah otoritas keagamaan, dari yang semula berbasis legitimasi

ulama dan lembaga keagamaan menjadi ditentukan oleh popularitas dan personal branding di media sosial. Pergeseran ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang keaslian, validasi, akuntabilitas dan pemahaman keagamaan generasi muda di era digital. Tantangan selanjutnya yakni konten keislaman tidak hanya menjadi alat penyebaran nilai tetapi juga monetisasi dan pencitraan personal sehingga mengaburkan tujuan dakwah sebagai proses pembinaan spiritual.

Kondisi ini berdampak langsung pada generasi muda yang aktif berinteraksi dengan konten keagamaan di media sosial. Tanpa literasi digital dan religi yang dalam, masyarakat berisiko menerima informasi secara mentah-mentah tanpa mencari keasliannya terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan pentingnya kajian yang fokus pada peran media sosial dalam pengembangan dakwah islam moderat yang mendalam dan bertanggung jawab khususnya di tengah dominasi media sosial sebagai ruang komunikasi islam kontemporer.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research) untuk menganalisis secara komprehensif peran media sosial dalam pengembangan dakwah Islam moderat di kalangan generasi muda. Data penelitian diperoleh dari 17 artikel ilmiah yang relevan dan dipublikasikan dalam rentang waktu 2021–2026, yang dipilih secara selektif berdasarkan kredibilitas sumber, relevansi topik, serta kontribusinya terhadap kajian dakwah digital. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database akademik, kemudian dilanjutkan dengan tahap klasifikasi dan pengelompokan literatur berdasarkan tema utama seperti peran media sosial, pengaruh algoritma, pergeseran otoritas keagamaan, dan komodifikasi agama. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola, hubungan antar konsep, serta kecenderungan temuan dari berbagai sumber untuk menghasilkan sintesis yang utuh dan mendalam. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dinamika dakwah Islam moderat dalam konteks media sosial secara kritis, sekaligus mengungkap implikasinya terhadap pola pemahaman dan praktik keagamaan generasi muda di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Peran Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah Islam Moderat

Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang interaktif yang memungkinkan generasi muda berpartisipasi aktif dalam diskursus keagamaan

(Kustiawan et al., 2025). Dalam konteks ini, media sosial memiliki fungsi strategis tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan wacana keagamaan yang dinamis.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Instagram, YouTube, TikTok, dan X merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan Islam moderat. Karakter generasi muda yang cenderung visual dan serba cepat menjadikan konten multimedia seperti video singkat dan infografis dapat lebih mudah dipahami dan diterima. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai ekosistem dakwah baru yang lebih dialogis dibandingkan pendekatan konvensional. Hal ini sejalan dengan temuan Safitri (2025) yang menyatakan bahwa media sosial menyediakan ruang dialog lintas agama yang memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk berbagi pandangan dan pengalaman. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi medium komunikasi satu arah, tetapi juga ruang interaksi yang mendorong pertukaran ide, negosiasi makna, serta pembentukan pemahaman keagamaan yang lebih inklusif.

Temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan personal storytelling dan visual kreatif dalam dakwah digital efektif dalam membentuk persepsi keagamaan generasi muda secara lebih kontekstual dan inklusif, terutama ketika pesan yang disampaikan menekankan nilai moral, toleransi, dan praktik keagamaan sehari-hari (Iqbal & Asman, 2021). Secara analitis, kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak lagi semata ditentukan oleh kedalaman materi, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi terhadap format komunikasi digital. Media sosial telah menggeser paradigma dakwah dari model satu arah menjadi dialogis dan partisipatif, di mana audiens tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai aktor yang turut membentuk makna keagamaan. Hal ini memperkuat posisi media sosial sebagai ekosistem dakwah baru yang mampu menjembatani nilai-nilai Islam moderat dengan realitas kehidupan generasi muda yang dinamis.

Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang produksi dan negosiasi makna keagamaan yang menuntut keseimbangan antara kedalaman substansi dan strategi komunikasi digital agar dakwah Islam moderat tetap relevan dan berkelanjutan di era digital. Dalam konteks yang lebih luas, peran media sosial ini juga tidak bisa dipisahkan dari berbagai dinamika yang ada, seperti pengaruh algoritma, pergeseran otoritas keagamaan, serta kecenderungan komodifikasi konten religius, yang secara bersama-sama memengaruhi arah dan kualitas pengembangan dakwah Islam moderat di ruang digital.

Pengaruh Algoritma dan Budaya Popularitas

Pembahasan tentang dominasi algoritma di bidang agama digital harus berfokus secara khusus pada pertanyaan mendasar: bagaimana logika interaksi membentuk pilihan audiens dan mengubah otoritas keagamaan di media sosial. Berbagai studi telah menunjukkan bahwa algoritma tidak dirancang untuk menilai kebenaran, tetapi untuk memaksimalkan waktu keterlibatan pengguna. Akibatnya, konten yang membangkitkan emosi, seperti kemarahan, kekaguman yang berlebihan, atau kontroversi, cenderung mengalahkan konten edukatif dan argumentatif (Kustiawan dkk., 2025). Dalam konteks ini, masalah utamanya terletak bukan hanya pada bias informasi, tetapi juga pada transformasi struktur otoritas keagamaan, yang telah bergeser dari yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan *sanad* (rantai perawi) menjadi berbasis pada popularitas dan kinerja algoritma. Fenomena ini menimbulkan tantangan serius, terutama terkait dengan pelestarian kualitas wacana keagamaan dan memastikan bahwa, di tengah arus informasi yang cepat dan kompetitif, wacana tersebut tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip kearifan ilmiah. Pola distribusi berbasis interaksi menghasilkan distorsi signifikan dalam wacana keagamaan digital, di mana konten kontroversial dan provokatif lebih mudah menjangkau khalayak yang lebih luas daripada konten reflektif, yang membutuhkan waktu dan fokus untuk dipahami (Hadi dkk., 2025). Kholisari dkk juga menegaskan adanya fenomena "demokratisasi otoritas", yaitu terbukanya ruang bagi individu tanpa latar belakang keilmuan formal untuk menyampaikan interpretasi keagamaan di ruang publik digital.

Akibatnya, ukuran otoritas bergeser dari sanad dan pengakuan komunitas epistemik menjadi metrik kuantitatif seperti jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan. Temuan ini selaras dengan penelitian Zaid et al. (2022) yang menyatakan bahwa platform digital memungkinkan individu untuk produce, consume, and share religious content with various online communities. Dalam praktiknya, hal ini menyebabkan penyederhanaan doktrin agama, di mana pesan-pesan kompleks diringkas menjadi slogan-slogan pendek yang dapat menyebabkan kesalahpahaman. Konten yang bersifat kontroversial, provokatif, atau emosional terbukti lebih unggul dalam menjangkau audiens dibandingkan konten yang bersifat edukatif dan reflektif (Rokibullah & Laksana, 2025). Akibatnya, narasi keagamaan yang kompleks dan membutuhkan penjelasan kontekstual menjadi terpinggirkan. Hal ini memperlihatkan bahwa struktur teknologi tidak netral, melainkan turut membentuk arah wacana keagamaan yang berkembang di ruang publik digital. Lebih jauh lagi, muncul kecenderungan polarisasi, karena algoritma juga memperkuat efek ruang gema, suatu situasi di mana pengguna lebih sering terpapar pandangan yang sesuai dengan preferensi mereka. Akibatnya,

ruang untuk dialog konstruktif menyusut, dan perbedaan pendapat dianggap sebagai ancaman daripada bagian dari dinamika intelektual. Situasi ini menunjukkan bahwa struktur teknologi tidak netral tetapi memiliki implikasi epistemologis tentang bagaimana masyarakat memahami dan menafsirkan doktrin agama di ruang digital.

Untuk mengatasi situasi ini diperlukan strategi yang tidak hanya konseptual tetapi juga dapat diterapkan dan diukur. Salah satu pendekatan yang mungkin adalah strategi adaptasi konten, di mana pesan-pesan keagamaan yang mendalam disajikan dalam format yang sesuai untuk platform digital, seperti video pendek, infografis, atau cerita visual yang menarik. Namun, adaptasi ini harus selektif, dengan tetap menjaga akurasi dan konteks. Selain itu, pendekatan konten berlapis sangat penting, di mana konten singkat berfungsi sebagai titik masuk untuk menarik perhatian, diikuti oleh konten yang lebih mendalam melalui saluran lain seperti podcast, artikel yang lebih panjang, atau studi daring. Strategi ini menyeimbangkan kebutuhan algoritma dengan kedalaman konten, memastikan bahwa pesan tidak dangkal tetapi sepenuhnya dipahami oleh audiens.

Langkah strategis lainnya adalah memperkuat kerja sama antar aktor dalam ekosistem keagamaan digital. Para cendekiawan agama, akademisi, dan pembuat konten harus menciptakan sinergi untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki dasar ilmiah yang kuat. Kolaborasi ini dapat dicapai melalui produksi konten bersama, kurasi informasi, dan pembentukan komunitas digital edukatif. Lebih lanjut, penting untuk mengembangkan mekanisme pengaturan diri di antara para kreator, seperti mengutip sumber, menghindari clickbait, dan memberikan penjelasan ketika terdapat informasi yang salah. Platform digital juga harus didorong untuk bertindak lebih bertanggung jawab, misalnya dengan mengembangkan fitur yang memfasilitasi penyebaran konten edukatif atau dengan memberi label pada konten yang telah melalui proses verifikasi. Dengan cara ini, ekosistem digital akan diatur tidak hanya oleh logika pasar tetapi juga oleh tanggung jawab sosial. Senada dengan itu, Zaid et al. (2022) menjelaskan bahwa kemunculan social media influencers telah mendorong proses re-negotiation terhadap otoritas keagamaan tradisional, di mana agama disampaikan melalui pendekatan storytelling, pengalaman personal, dan gaya komunikasi yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Penguatan literasi digital merupakan aspek penting dalam mengatasi tantangan bias algoritmik. Literasi digital tidak lagi dipahami hanya sebagai keterampilan teknis untuk menggunakan perangkat; literasi digital juga harus mencakup keterampilan berpikir kritis untuk memahami cara

kerja algoritma, mengenali bias dalam informasi, dan menilai kredibilitas sumber. Dalam konteks keagamaan, literasi digital ini juga mencakup kemampuan untuk membedakan antara otoritas yang berbasis sains dan sekadar popularitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, dan pemerintah memainkan peran strategis dalam mengintegrasikan literasi digital ke dalam program pendidikan publik. Program-program ini dapat berupa pelatihan, kampanye publik, atau integrasi ke dalam kurikulum pendidikan formal. Dengan meningkatnya literasi digital, masyarakat diharapkan menjadi lebih dari sekadar konsumen pasif; mereka akan terlibat dan menyebarkan informasi keagamaan secara selektif dan reflektif.

Oleh karena itu, dilema antara melestarikan esensi ajaran dan mengikuti logika popularitas tidak harus mengarah pada kompromi yang mengurangi makna. Sebaliknya, dilema ini dapat menjadi titik awal untuk pengembangan pendekatan dakwah (penyebaran ajaran Islam) yang lebih fleksibel, kreatif, dan kontekstual. Melalui implementasi strategi komunikasi yang tepat, kolaborasi pemangku kepentingan, dan penguatan literasi digital, dakwah Islam yang sederhana masih memiliki peluang signifikan untuk tumbuh dan tetap relevan di ruang digital. Pendekatan ini tidak hanya memastikan bahwa pesan keagamaan menjangkau khalayak yang lebih luas, tetapi juga menjamin bahwa nilai-nilai yang disampaikan tetap utuh dan tidak kehilangan makna mendalamnya. Dengan kata lain, tantangan algoritmik bukanlah hambatan yang harus dihindari, melainkan realitas yang harus dikelola dengan bijak dan strategis untuk menciptakan ekosistem keagamaan digital yang sehat, inklusif, dan berorientasi pada pengetahuan.

Pergeseran Otoritas Keagamaan di Ruang Digital

Dakwah kini dapat berlangsung secara multi-arah melalui jejaring virtual. Ruang digital juga melahirkan *"new religious influencers"* yang memperoleh legitimasi lebih dari popularitas dibandingkan otoritas keilmuan formal (Nuriana & Salwa, 2024). Digitalisasi agama telah melahirkan bentuk *networked religious authority* yang bertumpu pada tingkat visibilitas dan konektivitas di ruang digital (Roslan et al., 2025). Saat ini otoritas keagamaan pun tidak lagi ditentukan oleh legitimasi formal atau kedalaman keilmuan tradisional saja, tetapi juga oleh kemampuan aktor dakwah dalam membangun kehadiran, jangkauan, dan interaksi di platform digital.

Kondisi ini menegaskan pentingnya sinergi antara otoritas keagamaan tradisional dengan kompetensi digital yang memadai (Basir et al., 2025). Kolaborasi tersebut diperlukan agar pesan moderasi tetap memiliki kredibilitas keilmuan sekaligus mampu menjangkau audiens secara luas

dan efektif. Dengan demikian, integrasi antara legitimasi ilmiah dan literasi digital dapat menjadi kunci dalam menjaga kualitas serta kepercayaan publik terhadap dakwah Islam moderat di era media sosial.

Kehadiran media sosial telah menciptakan transformasi besar dalam lanskap penyebaran agama, salah satunya adalah terjadinya pergeseran otoritas keagamaan, khususnya di kalangan generasi muda. Sebelum era digital, otoritas keagamaan dipegang mutlak oleh para ulama, kiai, dan lembaga pendidikan Islam tradisional yang memiliki sanad keilmuan yang jelas. Masyarakat datang langsung ke masjid, pesantren, atau majelis taklim untuk mendengarkan ceramah secara tatap muka (Rifdillah et al., 2024). Namun, munculnya internet dan media sosial memicu "demokratisasi otoritas", di mana sumber pengetahuan agama tidak lagi menjadi milik eksklusif ulama tradisional. Ruang dakwah kini bergeser dari mimbar fisik menuju platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, yang pada akhirnya melahirkan figur-figur otoritas keagamaan baru (Rachmadhani, 2021).

Bagi generasi milenial dan Gen Z, media sosial sering kali menjadi sumber rujukan utama, bukan sekadar sumber sekunder, untuk mencari jawaban atas berbagai persoalan keagamaan mereka. Karakteristik generasi muda yang menyukai akses informasi cepat, instan, dan visual membuat mereka lebih mudah tertarik pada ustaz selebritas atau *influencer* dakwah (Santoso, 2023). Figur-figur digital ini tidak selalu memiliki latar belakang pendidikan pesantren yang kuat atau penguasaan teks bahasa Arab klasik yang mendalam. Mereka justru mengandalkan karisma mediatik, gaya komunikasi yang *stylish*, dan kemampuan mengemas konten agar relevan dengan keresahan hidup anak muda sehari-hari. Akibatnya, terjadi kontestasi di mana otoritas tradisional yang dibangun melalui keilmuan bertahun-tahun kini harus bersaing dengan kreator konten yang validasinya diukur dari jumlah pengikut (*followers*) dan seberapa sering video mereka masuk ke algoritma rekomendasi (Anwar & Rofiq, 2024).

Di satu sisi, pergeseran otoritas ini membawa peluang besar untuk menyebarkan dakwah Islam moderat secara lebih luas, inklusif, dan lintas batas. Pesan-pesan toleransi, kedamaian, dan nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin* bisa dikemas secara pop dan dialogis agar lebih mudah diterima oleh anak muda yang mungkin enggan datang ke kajian formal (Karimah et al., 2025). Namun di sisi lain, fenomena ini memunculkan tantangan berupa krisis otoritas. Masyarakat awam, terutama remaja, sering kali kesulitan membedakan antara pendakwah digital yang sekadar pandai berbicara dengan ulama yang benar-benar kompeten secara keilmuan. Oleh karena itu, membangun sikap literasi digital sangat penting. Diperlukan kolaborasi strategis antara ulama pemegang otoritas

keilmuan tradisional dan para pembuat konten di media sosial agar wacana Islam moderat tetap menjadi arus utama yang memandu generasi muda di tengah riuhnya narasi agama di dunia maya.

Komodifikasi Agama dalam Dakwah Digital

Permasalahan utama dalam dakwah digital saat ini bukan sekadar munculnya praktik monetisasi melainkan pergeseran orientasi dakwah dari transformasi spiritual menuju logika ekonomi perhatian (*attention economy*). Media sosial mendorong pendakwah untuk bersaing dalam visibilitas sehingga keberhasilan seringkali ditakar berdasarkan jumlah pengikut, likes, dan *engagement*. Temuan di tingkat nasional menunjukkan konten dakwah semakin diarahkan untuk menarik perhatian audiens sekaligus mencari keuntungan ekonomi (Kustiawan et al., 2025). Selain itu, personal branding pendakwah di media sosial sering kali digunakan sebagai strategi mempertahankan eksistensi di tengah kompetisi algoritmik (Rokibullah & Laksana, 2025). Akibatnya, pesan keagamaan cenderung dikemas secara instan, sensasional, dan kurang mendalam. Dengan demikian, Hadi et al. (2024) menegaskan bagaimana menjaga agar dakwah tetap berorientasi pada pembinaan moral dan spiritual bukan sekedar mengikuti pemikiran pasar digital yang menuntut kecepatan, popularitas, dan keuntungan ekonomi.

Kondisi tersebut mengindikasikan terjadinya komodifikasi agama di ruang digital, dimana nilai-nilai spiritual dikemas menjadi produk yang dikonsumsi dalam mekanisme pasar. Praktik endorsement, monetisasi konten, dan pencitraan personal memperlihatkan bahwa dakwah tidak lagi sepenuhnya berada dalam misi menyebarkan ajaran agama tetapi juga terintegritas dalam mencari keuntungan ekonomi digital. Tanpa penguatan etika dakwah, pesan Islam moderat berisiko tereduksi menjadi sekadar konten konsumsi yang kehilangan kedalaman makna. Komodifikasi agama menandakan bahwa dakwah telah masuk ke dalam logika pasar digital, di mana nilai spiritual berpotensi direduksi menjadi komoditas konsumsi.

Sejalan dengan temuan ini, Fauzi dan Karim (2024) menyatakan bahwa praktik monetisasi dalam dakwah digital semakin meningkat seiring berkembangnya ekonomi berbasis perhatian di media sosial. Sementara itu, Alam dan Hossain (2023) menekankan bahwa komodifikasi tidak selalu bersifat negatif apabila tetap berlandaskan pada nilai etika dan tujuan dakwah. Perbandingan ini menunjukkan bahwa komodifikasi agama merupakan fenomena kompleks yang tidak dapat dinilai secara hitam-putih, melainkan perlu dipahami dalam konteks dinamika ekonomi digital dan tanggung jawab moral aktor dakwah. Hal ini dapat mengaburkan tujuan utama dakwah sebagai proses transformasi moral dan spiritual. Oleh karena itu, diperlukan penegasan etika komunikasi

dakwah agar aktivitas digital tetap berorientasi pada nilai, bukan semata pada keuntungan ekonomi atau popularitas.

Untuk itu diperlukan langkah strategi yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan. Pertama, penguatan etika komunikasi dakwah digital sebagaimana ditekankan oleh Hadi et al. Kedua, penguatan literasi digital yang menjadi kunci utama, pendakwah perlu memahami cara kerja algoritma tetapi tidak menghilangkan kedalaman materi sementara audiens perlu didorong untuk lebih kritis dalam memilih dan memaknai konten dakwah. Ketiga, pengembangan model dakwah berbasis nilai (*value-oriented content*) perlu dilakukan dengan memadukan daya tarik visual dan kedalaman substansi seperti melalui konten singkat yang mengarahkan pada penjelasan yang lebih komprehensif. Keempat, perlunya peran institusi keagamaan dalam menyediakan pelatihan dakwah digital yang berorientasi pada etika dan literasi media. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya mampu bertahan dalam ekosistem media sosial tetapi juga tetap menjaga orientasinya sebagai proses transformasi moral dan spiritual yang bermakna

Sikap dan Literasi Digital Generasi Muda

Sikap generasi muda terhadap dakwah digital menunjukkan kecenderungan yang adaptif, namun di sisi lain juga rentan terhadap bias informasi. Kemudahan akses serta karakter media sosial yang cepat dan praktis mendorong preferensi terhadap konten yang singkat, visual, dan instan. Hal ini berdampak pada pola pemahaman keagamaan yang sering kali bersifat parsial tanpa proses pendalaman yang memadai. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa generasi muda memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dan cenderung memanfaatkan lebih dari satu platform secara aktif melalui perangkat seluler (Akbar et al., 2023). Dengan demikian, permasalahan utama bukan terletak pada keterbatasan akses informasi, melainkan pada rendahnya kemampuan dalam memverifikasi serta memahami konten keagamaan secara kritis.

Kondisi tersebut menegaskan bahwa literasi digital keagamaan menjadi faktor kunci dalam membentuk kualitas pemahaman generasi muda. Literasi ini tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan media, tetapi juga mencakup kemampuan evaluatif dalam menilai kredibilitas sumber, memahami konteks dalil, serta menyadari adanya pengaruh algoritma dalam membentuk preferensi informasi. Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh kualitas konten yang tidak hanya bersumber pada Al-Qur'an dan hadis, tetapi juga relevan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan audiens (Akbar et al., 2023). Tanpa literasi

yang memadai, media sosial justru berpotensi memperkuat kesalahpahaman serta distorsi terhadap ajaran agama.

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah aplikatif untuk meningkatkan kualitas pemahaman keagamaan di ruang digital. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pembiasaan verifikasi sumber dakwah, membandingkan informasi dengan referensi yang kredibel, serta tidak menyebarkan konten sebelum memahami konteksnya secara menyeluruh. Selain itu, penguatan sikap tabayyun digital menjadi penting agar generasi muda tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga mampu bersikap kritis, selektif, dan bertanggung jawab. Penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman keagamaan apabila konten yang disajikan bersifat edukatif, informatif, dan disampaikan secara mendalam (Akbar et al., 2023) . Oleh karena itu, literasi digital menjadi elemen penting dalam memastikan bahwa dakwah digital mampu memberikan kontribusi yang konstruktif bagi perkembangan pemahaman keagamaan generasi muda.

Tantangan dan Risiko Dakwah Digital

Dakwah melalui media sosial menghadapi tantangan besar dalam memastikan informasi keagamaan benar dan memiliki dasar ilmu yang sah. Ekosistem digital yang berkembang cepat, terbuka, dan melibatkan partisipasi dari banyak orang memungkinkan siapa saja membuat dan menyebarkan konten keagamaan tanpa adanya proses pengecekan yang cukup memadai. Kondisi ini selaras dengan temuan Rahmadhani et al. (2024) yang menegaskan bahwa perkembangan media sosial membuka peluang luas dalam penyebaran dakwah, namun juga diiringi dengan risiko penyebaran konten hoax, ekstremisme, dan kurangnya kompetensi digital. Ini sering terjadi ketika ayat atau hadis dipakai tanpa memperhatikan latar belakangnya atau sumber aslinya. Selain itu, munculnya fenomena "da'i instan" menunjukkan pergeseran kekuasaan dari yang didasarkan pada keahlian ilmiah ke arah popularitas dan merek pribadi di media sosial. Kondisi ini semakin dikuatkan oleh algoritma yang lebih mendorong interaksi, sehingga konten yang berisi emosi, menantang, dan menarik perhatian lebih cepat menyebar dibandingkan penjelasan yang bersifat ilmiah dan pemikiran reflektif. Akibatnya, kemungkinan terjadinya kesalahpahaman dalam memahami agama di kalangan generasi muda semakin besar.

Tantangan lain yang lebih khusus adalah meningkatnya penyebaran informasi palsu dan kurangnya kemampuan literasi digital pengguna. Fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* menyebabkan pengguna hanya menerima informasi yang sesuai dengan preferensi mereka,

sehingga mempersempit perspektif dan menghambat terjadinya dialog keagamaan yang sehat. Dalam artikel Rahmadhani et al. (2024) juga dijelaskan bahwa algoritma media sosial dapat menciptakan filter bubble, yakni dimana pengguna hanya melihat konten yang sejalan dengan pandangan mereka. Sehingga menghambat eksposur terhadap pesan-pesan dakwah yang mungkin tidak sejalan dengan sudut pandang mereka. Selain itu algoritma ini akan menyulitkan pengguna untuk membedakan informasi yang benar dan salah. Tidak menutup kemungkinan konten yang sering dilihat adalah konten yang tidak sesuai fakta walaupun sejalan dengan pemikirannya. Banyaknya informasi yang tidak diverifikasi dapat menyebabkan penyebaran pemahaman yang keliru atau salah tentang ajaran Islam. Dalam situasi tertentu, ruang digital bisa digunakan untuk menyebarkan cerita-cerita ekstrem atau radikal yang bertolak belakang dengan prinsip toleransi dan kesopanan dalam beragama. Generasi muda yang sering menggunakan media sosial tetapi belum bisa berpikir secara kritis dengan baik adalah kelompok yang paling mudah terpengaruh oleh hal-hal tersebut.

Selain itu, karakter media sosial yang menekankan kecepatan dan durasi singkat mendorong penyederhanaan ajaran agama yang kompleks. Pesan-pesan agama sering disampaikan secara singkat tanpa penjelasan yang lengkap, sehingga bisa menyebabkan pemahaman yang tidak lengkap atau bahkan salah. Ketergantungan pada media sosial sebagai sumber utama belajar agama bisa menyebabkan perhatian terhadap penelitian yang lebih dalam, terstruktur, dan berdasarkan sumber yang diakui secara resmi berkurang. Semua situasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan ajaran, tetapi juga merupakan tempat yang penuh dengan tantangan dalam hal ilmu pengetahuan dan nilai etika.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, diperlukan strategi yang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga dapat diterapkan secara nyata, yaitu:

1. Penguatan literasi digital keagamaan secara sistematis, melalui pendidikan yang menekankan kemampuan memverifikasi sumber, memahami konteks dalil, serta menyadari adanya bias algoritma dan kepentingan di balik produksi konten.
2. Sinergi antara otoritas keilmuan dan kemampuan digital, dengan mendorong ulama, akademisi, serta lembaga keagamaan untuk aktif menghadirkan konten yang kredibel, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik media sosial.
3. Pengembangan konten dakwah yang adaptif namun tetap mendalam, misalnya melalui pendekatan storytelling, visual kreatif, dan video singkat yang tetap menjaga substansi pesan

keagamaan.

4. Penguatan etika dalam dakwah digital, dengan mengedepankan nilai kejujuran, tanggung jawab, serta orientasi spiritual, sekaligus menghindari kecenderungan sensasionalisme dan komersialisasi berlebihan.
5. Peningkatan kemampuan berpikir kritis generasi muda, melalui proses pembelajaran berkelanjutan agar mampu bersikap selektif, reflektif, dan tidak mudah menerima informasi tanpa proses evaluasi.

Dengan demikian, literasi digital menjadi elemen kunci dalam menghadapi berbagai risiko dakwah di era digital. Upaya ini perlu didukung oleh kolaborasi antara tokoh keagamaan, institusi pendidikan, dan kreator digital, sehingga media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang pembinaan keagamaan yang kredibel, mendalam, dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip Islam moderat.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan, media sosial memiliki peran strategis dalam pengembangan dakwah Islam moderat di kalangan generasi muda melalui pola komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan berbasis jejaring. Platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X terbukti efektif dalam menyebarkan nilai-nilai wasathiyyah, toleransi, dan keterbukaan terhadap keberagaman melalui format yang sesuai dengan karakter generasi digital. Namun, dominasi algoritma dan budaya popularitas mendorong penyederhanaan ajaran, pergeseran otoritas keagamaan ke arah popularitas, serta kecenderungan komodifikasi konten religius.

Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital keagamaan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kritis dan kontekstual, disertai kemampuan verifikasi sumber serta pemahaman terhadap bias algoritma. Selain itu, kolaborasi antara ulama, akademisi, dan kreator digital menjadi langkah strategis untuk menghadirkan dakwah yang kredibel, adaptif, dan tetap berorientasi pada nilai. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga mampu berfungsi sebagai ruang pembinaan keagamaan yang moderat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, F., Mailin, M., & Ritonga, H. J. (2023). The Effectiveness of Da'wah Through Social-Media in Fostering the Interest of Da'wah Students of Islamic Communication and Broadcasting at

North Sumatra State Islamic University. International Journal of Science and Society, 5(5), 775-785.

Alam, M. S., & Hossain, M. S. (2023). The effectiveness of social media as a medium for Islamic da'wah in the digital era: A systematic literature review. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 8(2), 145–160.

Basir, M. Z. K., Sham, F. M., Tan Abdullah, N. A. M., Sulaiman, M. N., Jafri, F., Ali, A. S., & Wondi, M. H. (2025). Exploring the role of digital da'wah in promoting green initiatives: A mini review. Sustainable Futures, 10, 101099

Fauzi, A., & Karim, M. A. (2024). Social media as a tool for Islamic da'wah in the digital era: Analyzing the benefits and obstacles. Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan, 24(1), 67–82.

Hadi, B. K., Saputra, M. A., Raharjo, D. G., Azizah, A. N., & Zaelani, A. Q. (2025). The Role of Muslim Content Creators in Broadcasting Religious Moderation on Social Media in an Al-Qur'anic Approach "Ummatan Wasato". KnE Social Sciences, 10(14), 692-709.

Iqbal, M., & Asman, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. Jurnal Ilmu Dakwah, 41(2), 172-183.

Kustiawan, W., Zahra, S., Salsabila, K., & Ramayati, R. (2025). Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah dan Pengaruhnya di Kalangan Generasi Muda. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 17169–17176.

Nuriana, Z. I., & Salwa, N. (2024). Digital Da'wah in the Age of Algorithm: A Narrative Review of Communication, Moderation, and Inclusion. Sinergi International Journal of Islamic Studies, 2(4), 242-256.

Rahmadhani, S. A., Pratama, D. I., Putri, R. N. A. Z., & Ludiansyah, A. R. (2025). Potensi dakwah di media sosial TikTok: Peluang dan tantangan Islam di era digital. Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan, 3(2).

Rokibullah, R., & Laksana, M. O. (2025). Peran Dakwah Habib Jafar di Media Sosial dalam Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Remaja. Journal of Da'wah, 3(1), 62-77

Safitri, S. (2025). The role of social media in spreading religious moderation values. Young Journal of Social Sciences and Humanities, 1(1), 99-107.

Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim millennials: How social media influencers reimagine religious authority and Islamic practices.

Religions, 13(4), 335.

Kholisari, D. F. (2025). DAKWAH STYLISH DI ERA DIGITAL DAN KONTESTASI OTORITAS KEAGAMAAN: STUDI KASUS HANAN ATTAKI DAN USTADZ SELEBRITAS INDONESIA. El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 22(13, Januari), 101-119.

Karimah, K., Siregar, K. A., Syakuro, M. A., Fauzizah, N. R., & Fadhil, A. (2026). Generasi Z dan Tantangan Islam di Era Digital. Sujud: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya, 2(1), 694-703.

Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru: Dakwah Gusmus Di Media Sosial. Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat, 5(2), 150-169.

Rifdillah, M., Wahyuddin, W., Muhtarom, A., Mulyosaputro, P., & Vitisia, V. (2024). Pendidikan Islam, New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan. Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora, 7 (1), 28–42.

Santoso, J. (2023). Media Baru Dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim. Maarif, 17(2), 87-104.