

Literasi Dakwah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan Melalui Media Sosial

Mhd. Latip Kahpi dan Ahmad Riski Sulaiman Nasution

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email: latipkahpi@uinsyahada.ac.id dan riskisulaiman37841@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the increase in da'wah literacy of students at the Faculty of Da'wah and Communication Sciences (FDIK) UIN Syahada Padangsidempuan in utilizing social media as a means of spreading Islamic messages in the digital era. The background of this study is based on the phenomenon of increasing da'wah activities on digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube, which are carried out by students independently but have not been scientifically documented. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews, observation of digital activities, and documentation of students' da'wah content. The results of the study show that students have experienced positive developments in terms of da'wah literacy, both in terms of understanding moderate and contextual da'wah messages, technical skills in content production, and digital communication strategies. Although still facing obstacles such as limited access to training and institutional support, students show high initiative in learning independently and building a digital da'wah community. This study concludes that social media is not only a tool for spreading da'wah, but also a collaborative learning space that encourages students to develop da'wah that is more relevant, creative, and adaptive to the needs of the digital community. Recommendations were given to the faculty to strengthen curriculum support, digital preaching training, and the development of media laboratories as a form of response to the dynamics of preaching in.

Keywords: *Da'wah Literacy, Social Media, Digital Communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peningkatan literasi dakwah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Syahada Padangsidempuan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan keislaman di era digital. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya aktivitas dakwah di platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang dilakukan oleh mahasiswa secara mandiri namun belum terdokumentasi secara ilmiah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas digital, dan dokumentasi konten dakwah mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami perkembangan positif dalam hal literasi dakwah, baik dari sisi pemahaman terhadap pesan dakwah yang moderat dan kontekstual, kemampuan teknis dalam produksi konten, maupun strategi komunikasi digital. Meskipun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan akses pelatihan dan dukungan institusional, mahasiswa menunjukkan inisiatif tinggi

dalam belajar secara mandiri dan membangun komunitas dakwah digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran dakwah, tetapi juga ruang belajar kolaboratif yang mendorong mahasiswa untuk mengembangkan dakwah yang lebih relevan, kreatif, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat digital. Rekomendasi diberikan kepada pihak fakultas untuk memperkuat dukungan kurikulum, pelatihan dakwah digital, dan pengembangan laboratorium media sebagai bentuk respons terhadap dinamika dakwah di era 4.0.

Kata Kunci: *Literasi Dakwah, Media Sosial, Komunikasi Digital*

A. PENDAHULUAN

Indonesia mengalami peningkatan tren literasi digital pada tahun 2022 sebesar sekitar 3,54% (Katadata, 2022). Peningkatan positif ini perlu disambut dengan upaya untuk meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan digital, terutama dalam konteks pemanfaatan dakwah Islam. Seperti yang kita ketahui, keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh 55% visual, 38% vokal, dan 7% verbal.¹ Oleh karena itu, seorang da'i harus memperhatikan aspek visual saat menyampaikan materi dakwah. Ini termasuk memperhatikan gerakan, antusiasme da'i, serta teknik atau metode penyampaian materi. Salah satu metode yang dapat dilatih adalah dengan menyisipkan humor yang sopan. Pendekatan semacam ini akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian materi dakwah di lapangan.²

Dakwah memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga ketertiban masyarakat Islam yang harmonis dan damai³. Untuk mencapai tujuan dakwah yang rukun dan damai, diperlukan keterampilan dari para da'i.⁴ Da'i menyampaikan pesan baik melalui lisan maupun tulisan. Ada beberapa sifat dan kriteria utama yang harus dimiliki oleh setiap da'i, yaitu memiliki ilmu yang bermanfaat, beriman kepada Allah SWT, bersabar, berakhlak mulia, dan ikhlas dalam beribadah. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan aktif menyebarkan dakwah melalui media sosial.⁵ Da'i memiliki posisi yang sangat penting dalam menentukan apakah suatu kegiatan dakwah digital dapat diterima atau tidak.

Namun, perubahan pola literasi dan komunikasi di era milenial saat ini memberikan tantangan baru bagi para da'i untuk mentransformasikan distribusi pengetahuan mereka dengan berdakwah secara digital. Salah satu platform yang

¹ Haickal Attallah Naufal, "Literasi Digital," *Perspektif* 1, no. 2 (2021): 195–202, <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>.

² Moh Amiruddin, "Analisis Komparasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2023): 111–34, <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.696>.

³ Muhammad Ariby Zahron, 'Continuous Preaching: Dinamika Sosiokultural Cyberdakwah Program Studi Bahasa Dan Sastra Indonesia', May, 2024.

⁴ Choiriyah Choiriyah, "Syair-Syair Kemas Azhari Al-Palimbani Dalam Kitabnya Badi' Al-Zaman Fi Bayan A'qaid Al-Iman: Analisis Tentang Tujuan Dakwah," *Wardah* 23, no. 2 (2022): 245–64, <https://doi.org/10.19109/wardah.v23i2.15690>.

⁵ Puji Yati et al., "Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagaisarana Pendidikan," *Proceeding Conference On Da'wah and Communication Studies* 2, no. 1 (2023): 50–56, <https://doi.org/10.61994/cdcs.v2i1.85>.

paling banyak digunakan oleh kaum milenial saat ini adalah media sosial, yang memberikan tantangan tersendiri bagi para da'i. Mereka harus menyesuaikan diri dengan media sosial sebagai sarana dakwah. Pemanfaatan media sosial di era digital terbukti sangat efisien dalam menyebarkan pesan keagamaan di kalangan masyarakat⁶. Namun, ada sejumlah tantangan yang dapat dihadapi oleh para da'i dalam berdakwah di media sosial, seperti perubahan paradigma komunikasi, penyebaran konten agama yang tidak terverifikasi (hoax), dan risiko penyebaran pandangan ekstremis⁷.

Perkembangan teknologi informasi, media sosial memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan memiliki peran strategis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Namun, pemanfaatan media sosial untuk dakwah memerlukan tingkat literasi yang memadai agar pesan yang disampaikan tetap relevan, menarik, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya literasi digital dalam dakwah adalah. Studi yang dilakukan oleh Asnidar menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman teknologi dan komunikasi yang baik lebih mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif.⁸ Sementara itu, penelitian Tasruddin menekankan bahwa kendala utama dalam dakwah digital adalah kurangnya keterampilan mahasiswa dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan perkembangan tren media sosial.⁹ Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana literasi dakwah mahasiswa dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat.

6 Nur Syahiirah Izhan Azihan and Khazri Osman, "Cabaran Berdakwah Menerusi Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar Fakulti Pengajian Islam Di Universiti Kebangsaan Malaysia," *Seminar Dakwah & Wahdah Al-Ummah 2022, Interaksi Dakwah Di Malaysia Merentas Zaman*, no. July (2022): 1–26.

7 Hasan Sazali and Ali Mustafa, "New Media Dan Penguatan Moderasi Beragama Di Indonesia," *Jurnal Komunikasi* 17, no. 2 (2023): 167–84, <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art3>.

8 Asnidar, Mansur, and Afdal, "Peranan Dakwah Dalam Media Teknologi Dan Pengaruhnya Di Masyarakat," *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, no. 11 (2022): 767–71, <https://doi.org/10.56338/jks.v5i11.2976>.

9 Ramsiah Tasruddin and Artikel Penelitian, "Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era: A Case Study on the Millennial Generation," *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, no. 1 (2025): 872–81, <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana tingkat literasi dakwah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidimpuan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi mahasiswa serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas literasi dakwah mereka, sehingga dakwah Islam dapat tersampaikan secara lebih profesional dan efektif.

Teori *Uses and Gratifications*

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* untuk membantu peneliti dalam merumuskan hasil penelitian. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa audiens tidak bersifat pasif dalam menerima pesan media; sebaliknya, mereka memiliki motivasi tertentu dalam memilih, mengakses, dan mengonsumsi berbagai bentuk media sesuai dengan kebutuhan mereka.¹⁰ Dalam konteks penelitian ini, teori ini akan membantu menjelaskan bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam berdakwah di era digital.

Teori *Uses and Gratifications* juga dapat digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidimpuan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan literasi dakwah mereka. Kajian ini juga dapat mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi pola penggunaan media sosial dalam dakwah, seperti motivasi pribadi, preferensi platform, jenis konten yang dikonsumsi dan diproduksi, serta tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam proses ini

Literasi Dakwah

Literasi dakwah adalah kemampuan untuk memahami, mengolah, dan menyampaikan pesan-pesan keislaman secara efektif melalui berbagai media dan dalam konteks sosial yang berbeda.¹¹ Dalam konteks dakwah, istilah literasi tidak

¹⁰ Ido Prijana dkk Hadi, *Hakikat Komunikasi Massa*, 2021.

¹¹ Farida Aprianti et al., "Analisis Literasi Digital Dan Kesiapan Dakwah Digital Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Makassar," *SETYAKI : Jurnal Studi Keagamaan Islam* 2, no. 3 (2024): 64–77, <https://doi.org/10.59966/setyaki.v2i3.1470>.

hanya merujuk pada keterampilan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam serta metode yang efektif untuk menyebarkan pesan agama kepada audiens yang beragam.¹² Di era modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi dan globalisasi, literasi dakwah menjadi sangat penting bagi para juru dakwah, akademisi, dan praktisi komunikasi Islam, agar pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan dinamika kehidupan masyarakat.¹³

Salah satu aspek utama dari literasi dakwah adalah pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam, mencakup aspek aqidah, syariah, dan akhlak. Seorang da'i atau juru dakwah harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai sumber-sumber ajaran Islam, seperti Al-Qur'an, hadis, serta kitab-kitab fikih dan tafsir yang menjadi rujukan dalam memahami Islam secara menyeluruh. Tanpa pemahaman yang kuat, dakwah bisa menjadi tidak efektif dan berisiko menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat. Oleh karena itu, seorang da'i perlu terus belajar dan mengembangkan wawasan keislamannya agar dapat menyampaikan pesan dakwah dengan benar, sesuai dengan prinsip Islam yang *rahmatan lil 'alamin*.

Selain pemahaman terhadap ajaran Islam, literasi dakwah juga mencakup keterampilan komunikasi yang baik. Dakwah bukan hanya sekadar menyampaikan ajaran agama, tetapi juga melibatkan aspek psikologi, budaya, dan sosial yang harus diperhatikan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.¹⁴ Dalam hal ini, seorang da'i harus memahami karakteristik audiens yang dihadapi, seperti latar belakang pendidikan, usia, dan kondisi sosial ekonomi mereka. Dengan pendekatan komunikasi yang tepat, pesan dakwah dapat lebih efektif dalam membangun pemahaman dan kesadaran keagamaan di masyarakat.

12 Clara Novita Anggraini et al., "Pembelajaran Literasi Digital Para Pejuang Dakwah Lpd Al Bahjah Cirebon," *Charity* 5, no. 2a (2022): 65, <https://doi.org/10.25124/charity.v5i2a.4690>.

13 Mohamad Faisal Subakti, "Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial," *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (2022): 1–16, <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>.

14 Fahmi Salsabila and Ibnu Fiqhan Muslim, "Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Literasi Digital Untuk Dakwah Di Kalangan Mahasiswa," *Intelektium* 3, no. 1 (2022): 79–88, <https://doi.org/10.37010/int.v3i1.718>.

Era digital saat ini menjadikan literasi dakwah semakin meluas dengan kemampuan memanfaatkan berbagai media komunikasi.¹⁵ Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pengajian tatap muka, tetapi juga dapat dilakukan melalui media sosial, blog, podcast, video dakwah, dan platform digital lainnya.¹⁶ Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam berdakwah menjadi kebutuhan mendesak agar pesan Islam dapat menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Oleh karena itu, seorang da'i harus memahami cara membuat konten dakwah yang menarik, informatif, dan inspiratif agar dapat bersaing dengan berbagai informasi lain yang beredar di dunia maya.

Literasi dakwah juga berperan dalam menangkal hoaks dan misinformasi yang sering kali terkait dengan ajaran Islam. Di tengah arus informasi yang begitu deras, banyak pihak yang menyebarkan berita palsu atau menyalahgunakan ajaran agama untuk kepentingan tertentu. Seorang da'i yang memiliki literasi dakwah yang baik mampu menyaring informasi, membedakan mana yang benar dan mana yang menyesatkan, serta memberikan klarifikasi yang dapat mencegah kesalahpahaman di masyarakat. Dengan demikian, literasi dakwah tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan kebaikan, tetapi juga untuk menjaga kemurnian ajaran Islam dan mencegah penyalahgunaan agama untuk kepentingan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Media Sosial

Media sosial telah menjadi instrumen penting dalam komunikasi dakwah di era digital, di mana penyebaran nilai-nilai Islam dan ajaran kebaikan dapat dilakukan dengan lebih luas, cepat, dan efektif.¹⁷ Sebagai platform komunikasi modern, media sosial memungkinkan para dai, ustaz, akademisi Islam, serta

15 Rila Setyaningsih, "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online," *Tsaqafah* 15, no. 1 (2019): 67, <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v15i1.2947>.

16 Edi Priyanto, "Media Sosial Dan Dakwah Di Era Modern : Dakwah Digital Sebagai Kekuatan Baru," no. May (2025).

17 Bahrn Ali Murtopo, "Peranan Perempuan Dalam Media Sosial," *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial* 2, no. 2 (2018): 14–24, <https://doi.org/10.33507/cakrawala.v2i2.51>.

organisasi keagamaan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih besar tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.¹⁸ Berbagai platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, dan X (Twitter) telah digunakan secara kreatif dalam menyebarkan dakwah melalui berbagai format konten, seperti teks, gambar, video pendek, podcast, hingga siaran langsung (live streaming). Dengan adanya fitur interaksi seperti komentar, diskusi, dan berbagi konten, dakwah yang disampaikan melalui media sosial tidak lagi bersifat satu arah seperti dalam media konvensional, tetapi lebih interaktif, memungkinkan dialog, dan membangun komunitas yang lebih solid di dunia maya.

Media sosial memungkinkan audiens untuk mengakses berbagai macam konten dakwah, mulai dari ceramah ilmiah, kajian tafsir, nasihat keagamaan, hingga dakwah yang dikemas secara ringan dan humoris.¹⁹ Dengan demikian, pendakwah perlu memahami kebutuhan audiens dan menyajikan konten yang sesuai dengan gaya komunikasi dan preferensi mereka. Jika dakwah disajikan dengan format yang menarik dan relevan, maka audiens akan lebih cenderung untuk menerima dan menginternalisasi pesan yang disampaikan.

Selain sebagai sarana penyebaran dakwah, media sosial juga berperan dalam membangun komunitas keislaman yang lebih inklusif dan dinamis. Banyak grup diskusi keagamaan, forum kajian online, hingga komunitas berbasis aplikasi yang menjadi tempat bagi umat Islam untuk berdiskusi, bertanya, dan mendapatkan pencerahan keagamaan. Hal ini mencerminkan perubahan dalam pola komunikasi dakwah dari yang bersifat monolog (satu arah) menjadi dialog (dua arah), di mana audiens tidak hanya sebagai pendengar pasif tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan para pendakwah. Interaktivitas ini juga memberikan peluang bagi dai untuk lebih memahami kebutuhan spiritual masyarakat, menjawab pertanyaan secara langsung, serta meluruskan kesalahpahaman dalam beragama.²⁰

18 amin nasir muhammad nur ghufroon, Psikologi Media Sosial, Pijar Pendar Pustaka Anggota IKAPI, 2017.

19 Tri Endar Yogi Setiadi Saputra et al., "Kebijakan Penggunaan Media Sosial Bagi Generasi Muda," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 3, no. 3 (2025): 1020–23, <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2340>.

20 Hendy Dharma Saputra and Maulana Dimas Syahputra, "Pengaruh Sosial Media Terhadap Kesehatan Mental Remaja The Influence of Social Media on Adolescent Mental Health," *Seminar Nasional Inovasi Dan Tren Teknologi (SINATTI)* 7, no. 2 (2024): 294–99, <https://doi.org/10.35965/ijlf.v7i2.6273>.

Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadapi berbagai tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah maraknya penyebaran informasi keagamaan yang tidak valid atau kurang bertanggung jawab. Kemudahan akses dalam membuat dan menyebarkan konten dakwah di media sosial membuat siapa saja dapat berbicara tentang agama, termasuk mereka yang tidak memiliki kompetensi atau pemahaman yang cukup dalam ilmu keislaman. Hal ini berisiko menimbulkan distorsi ajaran agama, penyebaran hoaks keagamaan, atau bahkan penyalahgunaan dakwah untuk kepentingan tertentu yang dapat merusak keharmonisan umat. Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah untuk memastikan bahwa setiap konten yang disampaikan berbasis pada sumber yang kredibel, memiliki landasan dalil yang kuat, serta disampaikan dengan cara yang hikmah dan bijaksana.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah fenomena dakwah yang bersifat viral tetapi kurang mendalam. Dalam dunia digital, konten dengan gaya komunikasi yang menarik dan menghibur sering kali lebih cepat menyebar dibandingkan dengan ceramah yang panjang dan penuh dalil. Akibatnya, ada kecenderungan bagi sebagian pendakwah untuk lebih fokus pada aspek viralitas daripada substansi pesan yang ingin disampaikan. Hal ini tentu dapat mengurangi esensi dakwah yang seharusnya tidak hanya bertujuan menarik perhatian, tetapi juga membentuk pemahaman yang benar tentang Islam. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, diperlukan keseimbangan antara kreativitas dalam penyampaian pesan dengan kedalaman isi agar dakwah tetap memiliki nilai edukatif yang tinggi.

Lebih jauh, media sosial juga dapat digunakan untuk memperkuat dakwah moderasi beragama, yaitu pendekatan dakwah yang mengedepankan sikap toleran, inklusif, dan damai. Di tengah meningkatnya isu-isu intoleransi dan radikalisme di dunia digital, media sosial dapat menjadi wadah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin*, menjelaskan pentingnya *ukhuwah Islamiyah* (persaudaraan sesama Muslim), *ukhuwah wathaniyah* (persaudaraan kebangsaan), dan *ukhuwah basyariyah* (persaudaraan sesama manusia). Para pendakwah dapat memanfaatkan media sosial untuk mengajak umat beragama agar lebih bijak dalam menyikapi perbedaan, tidak mudah terpancing oleh

provokasi, serta lebih fokus pada nilai-nilai keislaman yang bersifat universal seperti kasih sayang, keadilan, dan kedamaian.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis bagaimana peningkatan literasi dakwah terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan, khususnya dari semester empat hingga delapan, melalui pemanfaatan media sosial. Fokus penelitian diarahkan pada mahasiswa yang aktif terlibat dalam aktivitas dakwah digital, dengan pemilihan subjek dilakukan secara purposif berdasarkan tingkat partisipasi dan konsistensi mereka dalam menyampaikan pesan dakwah di platform digital. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa yang teridentifikasi aktif, observasi partisipatif terhadap aktivitas dakwah mereka di media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok, serta analisis dokumentasi berupa unggahan, komentar, dan bentuk interaksi digital lainnya.

Proses analisis data mengikuti model interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, dilakukan triangulasi sumber dan metode, sehingga diperoleh hasil yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan memberikan pemahaman yang utuh mengenai dinamika peningkatan literasi dakwah mahasiswa di era digital, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung maupun penghambat yang memengaruhi proses tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 25 mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Syahada Padangsidempuan yang aktif menggunakan media sosial untuk kegiatan dakwah, baik melalui Instagram, TikTok, YouTube, maupun WhatsApp. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas media sosial, dan dokumentasi.

Berdasarkan temuan peneliti, diperoleh beberapa hasil utama sebagai berikut:

No	Aspek	Hasil Temuan
1	Pemahaman Dakwah Digital	Mahasiswa memahami pentingnya dakwah di media sosial secara kontekstual.
2	Media Sosial yang Digunakan	Instagram (10 Orang), TikTok (6 Orang), YouTube (5 Orang), WhatsApp (4 Orang).
3	Jenis Konten	Video dakwah singkat, kutipan islami, cerita inspiratif, isu sosial keislaman.
4	Frekuensi Produksi Konten	Rata-rata 2–3 konten dakwah per minggu.
5	Keterampilan yang Berkembang	Menulis naskah, desain grafis, editing video sederhana.
6	Kendala yang Dihadapi	Minim pelatihan, keterbatasan teknis dan kuota internet.
7	Dukungan Kampus	Belum tersedia kurikulum dakwah digital secara khusus.

Penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidimpuan menunjukkan bahwa mereka telah aktif dalam menyebarkan konten dakwah berbasis media sosial. Aktivitas ini diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti tulisan yang berisi pesan-pesan keislaman, video ceramah atau kajian singkat, serta infografis yang dirancang untuk menarik perhatian audiens secara visual. Kehadiran mereka dalam ruang digital mencerminkan kesadaran akan pentingnya media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama di era digital saat ini.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh mahasiswa dalam proses produksi dan distribusi konten dakwah mereka. Salah satu tantangan utama adalah kualitas konten

yang masih perlu ditingkatkan. Beberapa mahasiswa mungkin telah memiliki pemahaman yang baik tentang isi pesan dakwah, tetapi belum memiliki keterampilan yang memadai dalam menyajikan pesan tersebut dengan cara yang menarik dan profesional. Konten yang kurang berkualitas, baik dari segi isi maupun visual, dapat mengurangi efektivitas pesan yang disampaikan dan bahkan berisiko tidak mendapatkan perhatian dari audiens.

Selain itu, pemahaman teknologi juga menjadi kendala bagi sebagian mahasiswa. Tidak semua mahasiswa memiliki kemampuan yang sama dalam mengoperasikan perangkat lunak untuk mengedit video, merancang infografis, atau mengelola platform media sosial dengan strategi yang optimal. Beberapa mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam mengedit video agar lebih menarik atau dalam menyusun narasi visual yang informatif. Dalam era digital yang sangat kompetitif ini, penguasaan teknologi menjadi aspek penting agar konten dakwah dapat bersaing dengan berbagai jenis konten lain yang beredar di media sosial.

Konsistensi dalam menyampaikan pesan dakwah juga menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Beberapa mahasiswa mungkin aktif dalam membuat dan menyebarkan konten pada awalnya, tetapi kemudian mengalami penurunan semangat atau kurang memiliki jadwal yang konsisten dalam mengunggah materi dakwah mereka. Konsistensi ini penting untuk membangun audiens yang loyal dan meningkatkan dampak dakwah digital secara berkelanjutan.

Melihat berbagai kendala yang dihadapi, diperlukan upaya strategis untuk meningkatkan efektivitas dakwah mahasiswa melalui media sosial. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan intensif yang berfokus pada peningkatan kapasitas literasi dakwah digital. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti teknik penulisan konten yang menarik, pengeditan video yang profesional, pembuatan infografis yang informatif, serta strategi pengelolaan media sosial agar lebih optimal. Dengan adanya pelatihan ini, mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan memiliki daya tarik yang lebih besar di media sosial.

Selain pelatihan, pendampingan juga diperlukan agar mahasiswa dapat terus mendapatkan bimbingan dalam mengembangkan konten dakwah mereka.

Pendampingan ini dapat dilakukan oleh dosen atau praktisi media yang memiliki pengalaman dalam produksi konten digital. Dengan adanya pendampingan, mahasiswa dapat memperoleh masukan yang lebih konstruktif, meningkatkan kualitas konten mereka secara bertahap, serta tetap termotivasi untuk terus aktif dalam berdakwah melalui media sosial.

Peningkatan kapasitas literasi dakwah digital mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan bukan hanya akan berdampak pada keberhasilan individu dalam berdakwah, tetapi juga akan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas di era digital ini. Dengan konten yang berkualitas, pemanfaatan teknologi yang maksimal, serta konsistensi dalam penyampaian pesan, mahasiswa dapat menjadi agen dakwah yang lebih efektif dan profesional dalam menyebarkan kebaikan melalui media sosial..

D. PENUTUP

Hasil penelitian tentang peningkatan literasi dakwah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan melalui media sosial menunjukkan bahwa platform digital telah berperan sebagai medium strategis yang efektif dalam mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menyampaikan pesan-pesan Islam secara kreatif, relevan dengan konteks, dan komunikatif. Terdapat perkembangan signifikan dalam pemahaman mereka terhadap nilai-nilai dakwah yang moderat, kemampuan menyusun narasi digital yang menarik, serta keterampilan teknis dalam menciptakan konten dakwah berupa video singkat, infografis, hingga kutipan-kutipan keagamaan.

Keunggulan proses ini terlihat dari inisiatif mahasiswa dalam mengelola potensi dakwah digital secara mandiri, kemampuan mereka dalam menyesuaikan diri dengan dinamika media sosial, serta kesediaan untuk merespons isu-isu sosial melalui sudut pandang Islam yang damai dan solutif. Meski demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala, seperti keterbatasan dalam penguasaan teknis produksi konten yang lebih profesional, kurangnya pelatihan sistematis yang difasilitasi lembaga, serta belum terintegrasinya pembelajaran dakwah digital dalam

kurikulum secara optimal. Faktor pendukung lainnya yang masih lemah adalah terbatasnya infrastruktur, seperti akses internet dan perangkat produksi yang memadai, yang turut memengaruhi kualitas serta jangkauan penyebaran dakwah mahasiswa.

Oleh karena itu, dibutuhkan langkah penguatan kelembagaan, antara lain dengan menyediakan laboratorium media dakwah, menyelenggarakan pelatihan berkala mengenai strategi komunikasi digital, dan menjalin kerja sama antara mahasiswa, dosen, serta praktisi dakwah digital. Temuan ini membuka ruang bagi pengembangan model literasi dakwah digital berbasis kampus yang dapat direplikasi di berbagai Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN). Di samping itu, riset lanjutan disarankan untuk mengkaji dampak konten dakwah digital terhadap transformasi pemahaman keagamaan audiens secara lebih komprehensif dan terukur. Dengan demikian, upaya peningkatan literasi dakwah melalui media sosial tidak hanya menjadi bagian dari aktivitas akademik, melainkan juga kontribusi nyata mahasiswa dalam membangun peradaban Islam yang inklusif dan progresif di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, Moh. "Analisis Komparasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2023): 111–34. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.696>.
- Anggraini, Clara Novita, Mirah Pratiwi, Dudi Rustandi, Devi Tri Aprilianza, Ocha Trisepta Rachmadiani, and Dewa Ayu Aksamala Gangga Paramitha. "Pembelajaran Literasi Digital Para Pejuang Dakwah Lpd Al Bahjah Cirebon." *Charity* 5, no. 2a (2022): 65. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i2a.4690>.
- Aprianti, Farida, Hijrayanti Sari, Rodiah, and A. Hawariah. "Analisis Literasi Digital Dan Kesiapan Dakwah Digital Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Makassar." *SETYAKI: Jurnal Studi Keagamaan Islam* 2, no. 3 (2024): 64–77. <https://doi.org/10.59966/setyaki.v2i3.1470>.
- Asnidar, Mansur, and Afdal. "Peranan Dakwah Dalam Media Teknologi Dan Pengaruhnya Di Masyarakat." *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, no. 11 (2022): 767–71. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i11.2976>.
- Choiriyah, Choiriyah. "Syair-Syair Kemas Azhari Al-Palimbani Dalam Kitabnya Badi' Al-Zaman Fi Bayan A'qaid Al-Iman: Analisis Tentang Tujuan Dakwah." *Wardah* 23, no. 2 (2022): 245–64. <https://doi.org/10.19109/wardah.v23i2.15690>.
- Hadi, Ido Prijana dkk. *Hakikat Komunikasi Massa*, 2021.
- muhammad nur ghufroon, amin nasir. *Psikologi Media Sosial. Pijar Pendar Pustaka Anggota IKAPI*, 2017.
- Murtopo, Bahrhun Ali. "Peranan Perempuan Dalam Media Sosial." *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial* 2, no. 2 (2018): 14–24. <https://doi.org/10.33507/cakrawala.v2i2.51>.
- Naufal, Haickal Attallah. "Literasi Digital." *Perspektif* 1, no. 2 (2021): 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>.
- Nur Syahiirah Izhan Azihan, and Khazri Osman. "Cabaran Berdakwah Menerusi Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar Fakulti Pengajian Islam Di Universiti Kebangsaan Malaysia." *Seminar Dakwah & Wahdah Al-Ummah 2022, Interaksi Dakwah Di Malaysia Merentas Zaman*, no. July (2022): 1–26.
- Priyanto, Edi. "Media Sosial Dan Dakwah Di Era Modern : Dakwah Digital Sebagai Kekuatan Baru," no. May (2025).
- Puji Yati, Melliza Putri, Septa Yulia Putri, Jovita Junia, Ria Susanti, and Amanda Clara Natalia. "Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagaisarana Pendidikan." *Proceeding Conference On Da'wah and Communication Studies* 2, no. 1 (2023): 50–56. <https://doi.org/10.61994/cdcs.v2i1.85>.

- Salsabila, Fahmi, and Ibnu Fiqhan Muslim. "Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Literasi Digital Untuk Dakwah Di Kalangan Mahasiswa." *Intelektium* 3, no. 1 (2022): 79–88. <https://doi.org/10.37010/int.v3i1.718>.
- Saputra, Hendy Dharma, and Maulana Dimas Syahputra. "Pengaruh Sosial Media Terhadap Kesehatan Mental Remaja The Influence of Social Media on Adolescent Mental Health." *Seminar Nasional Inovasi Dan Tren Teknologi (SINATTI)* 7, no. 2 (2024): 294–99. <https://doi.org/10.35965/ijlf.v7i2.6273>.
- Saputra, Tri Endar Yogi Setiadi, Irsyam Surahim, Syachrir Syamsuddin, Nur Gita Jamilda, and Khaedir Al-Maskati. "Kebijakan Penggunaan Media Sosial Bagi Generasi Muda." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 3, no. 3 (2025): 1020–23. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i3.2340>.
- Sazali, Hasan, and Ali Mustafa. "New Media Dan Penguatan Moderasi Beragama Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi* 17, no. 2 (2023): 167–84. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art3>.
- Setyaningsih, Rila. "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online." *Tsaqafah* 15, no. 1 (2019): 67. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v15i1.2947>.
- Subakti, Mohamad Faisal. "Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial." *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (2022): 1–16. <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>.
- Tasruddin, Ramsiah, and Artikel Penelitian. "Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era: A Case Study on the Millennial Generation." *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, no. 1 (2025): 872–81. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>.
- Zahron, Muhammad Ariby. "Continuous Preaching : Dinamika Sosiokultural Cyber Dakwah Program Studi Bahasa Dan Sastra Indonesia," no. May (2024).