

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dakwah dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan atau prosedur yang tujuan utamanya adalah untuk mendorong dan mengarahkan manusia menuju jalan yang telah Allah SWT terima. Lebih mendasar lagi, dakwah adalah kewajiban moral dan spiritual seorang Muslim untuk berbagi kebajikan keadilan, kebaikan, dan kebenaran dengan orang lain. Dakwah melampaui sekadar berbagi ajaran agama. Seorang dakwah menggunakan Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad (saw) untuk mengingatkan orang agar senantiasa menaati semua perintah Allah SWT dan menjauhi hal-hal yang dilarang. Kedua sumber utama ajaran Islam ini berisi pelajaran tentang berbagai topik, termasuk iman, Ibadah, akhlak, dan hubungan sosial, semuanya bertujuan untuk membentuk kepribadian seorang Muslim menjadi pribadi yang taat, berpengetahuan, dan bertindak secara moral. Secara umum, untuk mewujudkan kehidupan yang damai, sejahtera, dan diberkati sesuai dengan arahan Allah SWT, dakwah adalah proses komunikasi yang persuasif, edukatif, dan transformatif yang mengajak individu untuk memahami, menghargai, dan mengamalkan ajaran Islam secara keseluruhan.<sup>1</sup>

Dalam kegiatan dakwah, cara penyampaian pesan memiliki peran yang sangat penting. Dakwah tidak hanya sekadar berbicara atau menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga memerlukan metode dan pendekatan yang baik, benar, tepat, serta efektif agar pesan dakwah dapat diterima dengan maksimal oleh sasaran atau *mad'u* (objek dakwah). Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan adanya strategi komunikasi dakwah yang terencana dan terarah. Strategi komunikasi dakwah berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan bagaimana pesan keislaman disampaikan mulai dari pemilihan bahasa, media, hingga pendekatan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Seorang

---

<sup>1</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Prenada, 2009) h. 201.

dai harus mampu menyesuaikan gaya penyampaian dengan latar belakang sosial, budaya, pendidikan, bahkan psikologis dari masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Dengan demikian, pesan dakwah dapat diterima dengan hati terbuka dan mampu memberikan pengaruh positif dalam kehidupan sehari-hari.<sup>2</sup>

Penerapan strategi dakwah yang kurang tepat justru dapat menimbulkan dampak negatif, seperti kesalahpahaman, penolakan, bahkan munculnya citra buruk terhadap Islam. Ketika pesan disampaikan dengan cara yang tidak sesuai, masyarakat mungkin menilai dakwah sebagai sesuatu yang kaku, menakutkan, atau memaksa. Padahal, hakikat dakwah adalah mengajak dengan penuh hikmah, kasih sayang, dan keteladanan. Kehadiran media sosial kini memiliki peranan yang sangat signifikan dalam aktivitas dakwah. Media ini berfungsi sebagai sarana penghubung antara pendakwah dan masyarakat, memungkinkan pesan-pesan dakwah tersampaikan kepada khalayak luas tanpa terikat oleh batas jarak maupun waktu. Melalui platform digital, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang, bahkan hingga ke berbagai daerah atau negara, dengan cara yang cepat, efisien, dan interaktif.

Penyebaran dakwah melalui media sosial dapat dilakukan dengan memanfaatkan beragam perangkat teknologi seperti ponsel, komputer, maupun televisi. Bentuk penyampaiannya pun sangat beragam, mulai dari konten visual (gambar, infografis, tulisan), audio (podcast, rekaman ceramah), hingga audio-visual (video dakwah, siaran langsung, atau film pendek). Dengan variasi format ini, pesan dakwah menjadi lebih menarik, mudah dipahami, dan mampu menyesuaikan diri dengan preferensi audiens modern yang akrab dengan teknologi digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga sarana strategis dalam memperluas jangkauan dakwah, memperkuat interaksi antara dai dan mad'u, serta membangun kesadaran keagamaan yang relevan dengan dinamika kehidupan masyarakat di era digital. Tidak hanya itu, siapa pun kini dapat menjadi bagian dari penyebar

---

<sup>2</sup> Putri.N.S, "Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban" *Jurnal An-Nida* vol. 2, No. 4, 2020, h. 181.

dakwah melalui akun pribadi mereka di media sosial. Dakwah tidak lagi dimonopoli oleh tokoh-tokoh agama konvensional, melainkan menjadi aktivitas yang lebih partisipatif dan inklusif. Hal ini memunculkan fenomena dai digital atau influencer Muslim yang memiliki pengaruh besar, khususnya di kalangan generasi muda.<sup>3</sup>

Saat ini, media sosial telah berkembang menjadi salah satu platform terbesar yang memiliki pengaruh besar terhadap cara manusia berkomunikasi. Kehadirannya tidak hanya memudahkan proses pertukaran informasi, tetapi juga menjadikannya lebih interaktif, dinamis, dan terbuka. Melalui media sosial, komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan memungkinkan setiap individu untuk saling berinteraksi, menanggapi, dan berkontribusi secara langsung dalam berbagai bentuk percakapan digital. Untuk memastikan ajaran Islam sampai kepada audiens targetnya, media sosial harus digunakan sesuai dengan perkembangan zaman. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai media, termasuk media visual (teks, gambar diam dan bergerak), media audio (hanya suara), dan media audio-visual (termasuk visual dan suara, seperti video).<sup>4</sup>

Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga memberikan berbagai manfaat yang luas bagi penggunanya. Platform ini membuka peluang besar untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam beragam bidang kehidupan, seperti sosial, politik, ekonomi, hingga keagamaan. Melalui media sosial, masyarakat dapat bertukar informasi, membangun jaringan, berdiskusi, serta mengekspresikan pendapat dengan lebih bebas dan terbuka. Di Indonesia, penggunaan media sosial menunjukkan angka yang sangat signifikan. Dari total penduduk sekitar 285 juta jiwa, pada Februari 2025 tercatat sekitar 143 juta orang atau sekitar 50,2% dari populasi aktif menggunakan media sosial hal ini

---

<sup>3</sup> Estuningtyas, R. D. "Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi," *Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, Vol.2, No.1, 2024, h. 75-86.

<sup>4</sup> Samsudin, D., & Putri, I. M. "Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol.7, No.2, 2023, h. 125-138.

meningkat 2,9% dari tahun sebelumnya, dengan tambahan 4 juta pengguna baru.<sup>5</sup>



Gambar 1.1 Survey pengguna internet di Indonesia

Dengan rata-rata penggunaan harian delapan hingga empat belas jam, Indonesia adalah salah satu dari sepuluh negara dengan tingkat kecanduan media sosial tertinggi. Setiap tahun, pola ini terus menguat. Indonesia kini memiliki 151 juta pengguna media sosial aktif, meningkat sekitar 2,9% dari tahun sebelumnya, menurut laporan We Are Social Februari 2025. Menurut data ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia dan telah menciptakan banyak peluang untuk berbagai kegiatan, seperti dakwah digital, promosi, dan penyebaran informasi.

Milenial, Generasi Z, dan Generasi X hanyalah beberapa dari generasi yang menggunakan media sosial di Indonesia. Jika berbicara tentang penggunaan media sosial, generasi Z adalah yang paling aktif dan dominan dari ketiganya. Generasi ini memiliki tingkat adaptasi dan ketergantungan yang tinggi pada dunia maya karena mereka dibesarkan dalam lingkungan yang

<sup>5</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, “Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta Orang pada Tahun 2025,” Tagar.co, 12 Maret 2025, <https://tagar.co/pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-orang-pada-tahun-2025/>

sangat dekat dengan teknologi digital dan internet. Lahir antara tahun 1995 dan 2012, Generasi Z adalah generasi terbaru di dunia modern, menurut Stillman. Karena mereka telah berinteraksi dengan perangkat digital dan jaringan online sejak kecil, mereka sering disebut sebagai "generasi net" atau "generasi internet." Generasi ini beradaptasi lebih cepat karena mereka terpapar teknologi sejak usia muda.<sup>6</sup>

Sejalan dengan pendapat tersebut, Noordiono juga menegaskan bahwa generasi Z telah mengenal dan menggunakan teknologi sejak usia sangat muda. Mereka menunjukkan minat yang tinggi terhadap berbagai inovasi digital serta memiliki kemampuan yang baik dalam mengoperasikan berbagai platform teknologi. Oleh karena itu, generasi Z sering dianggap sebagai generasi yang melek teknologi dan menjadi pendorong utama dalam perkembangan serta pemanfaatan media sosial di era digital saat ini.<sup>7</sup>

Media digital telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat. Media sosial dan internet telah sepenuhnya mengubah cara orang berkomunikasi, bertukar informasi, dan memperoleh pengetahuan. Penyebaran ajaran agama adalah salah satu dari banyak aspek kehidupan yang telah terpengaruh oleh perkembangan ini. Tindakan menyebarkan agama Islam, yang dikenal sebagai dakwah, tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pertemuan tatap muka. Saat ini, berbagai media digital, termasuk media sosial, blog, podcast, dan streaming video, dapat digunakan untuk dakwah. Hambatan geografis bukan lagi penghalang bagi penyebaran pesan Islam berkat penggunaan media digital dalam dakwah.<sup>8</sup>

Pada kenyataannya, menyebarkan dakwah Islam melalui media sosial merupakan tantangan, terutama bagi generasi muda. Meskipun generasi ini dikenal sangat melek teknologi dan aktif di berbagai platform digital, ada

---

<sup>6</sup> Stilman, "Analisis Peran Dakwah Terhadap Generasi Z" *Jurnal Studi Komunikasi* Vol. 1, No. 4, 2019, h. 87.

<sup>7</sup> Samsudin, D., & Putri, I. M. "Etika dan Strategi Komunikasi,"....., h. 107.

<sup>8</sup> Ibnu Kasir, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern," *An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, Vol. 11, No. 1, 2024, h. 144.

beberapa kekurangan. Di satu sisi, media sosial menawarkan banyak peluang bagi dakwah Islam untuk menyebar dengan cepat dan luas. Namun, kebebasan dan keterbukaannya juga memungkinkan orang yang kurang hati-hati untuk menyalahgunakan atau salah menafsirkan pesan-pesan dakwah Islam, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.<sup>9</sup>

Namun, penyebaran dakwah di media sosial juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam penafsiran ajaran Islam. Tidak jarang pesan yang disampaikan melalui konten digital dipahami secara berbeda dari makna sebenarnya yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. Hal ini disebabkan karena media sosial sering kali bersifat komunikasi satu arah pendakwah menyampaikan pesan tanpa adanya ruang dialog atau klarifikasi langsung dari audiens. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka makna sejati dari ajaran Islam bisa saja terdistorsi dan kehilangan esensinya. Di sisi lain, bagi banyak kalangan generasi muda, dakwah konvensional yang dilakukan di masjid sering dianggap kurang menarik. Mereka cenderung melihat kegiatan tersebut sebagai sesuatu yang kaku, formal, dan tidak sesuai dengan gaya komunikasi mereka yang lebih dinamis dan kreatif. Tema-tema yang dibahas dalam dakwah tradisional sering kali dinilai tidak relevan dengan realitas dan tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Ditambah lagi, cara penyampaian yang monoton dan kurang interaktif membuat dakwah di masjid sulit menarik perhatian generasi muda. Oleh karena itu, generasi muda masa kini memegang peranan penting dalam mengubah arah dan bentuk dakwah di Indonesia. Mereka mendorong pergeseran paradigma dari metode dakwah tradisional yang bersifat konvensional menuju bentuk dakwah virtual yang lebih modern, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Melalui pendekatan ini, pesan-pesan Islam dapat dikemas secara lebih menarik, interaktif, dan relevan dengan kehidupan masyarakat di era digital.

Upaya dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan digitalisasi media sosial untuk dapat lebih menarik di kalangan muda telah dilakukan oleh Majelis

---

<sup>9</sup> Andriani. I. M, "Aktualisasi Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok" *Journal Of Islamic Communication Studies*, Vol. 2, No. 3, 2022, h. 69.

Ta'lim & Sholawat I'natut Tholibin di Kp Wanasaba, RT 01 RW 01, Desa Toyomerto, Kecamatan Kramatwatu, Kabupaten Serang Provinsi Banten. Media sosial instagramnya @mtitofficial Majelis tersebut menjadi simbol semangat persatuan umat Islam, karena menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan kesatuan tanpa membedakan perbedaan pandangan atau khilafiyah di antara sesama Muslim. Perbedaan yang dimaksud mencakup variasi dalam penetapan hukum Islam maupun perbedaan dalam mazhab yang dianut oleh masing-masing kelompok. Dalam konteks ini, semangat persatuan diwujudkan melalui penguatan ukhuwah Islamiyah, yaitu rasa persaudaraan yang tumbuh atas dasar keimanan dan ajaran Islam. Persaudaraan ini tidak hanya mencerminkan kebersamaan dalam menjalankan ibadah, tetapi juga menegaskan pentingnya saling menghormati, menghargai perbedaan, serta menjaga keharmonisan di antara umat Islam demi terciptanya kesatuan dan kedamaian dalam kehidupan beragama.

Majelis Taklim dan Sholawat I'natut Tholibin memiliki posisi strategis sebagai salah satu lembaga dakwah di masyarakat yang berfokus pada pembinaan spiritual, penguatan pemahaman Islam, serta penanaman nilai-nilai religius melalui kegiatan keagamaan baik secara luring maupun daring. Dalam konteks penelitian ini, majelis tersebut relevan karena telah melakukan transformasi dakwah dengan memanfaatkan media sosial sehingga memungkinkan pesan dakwah tersampaikan secara lebih luas, terutama kepada generasi muda.



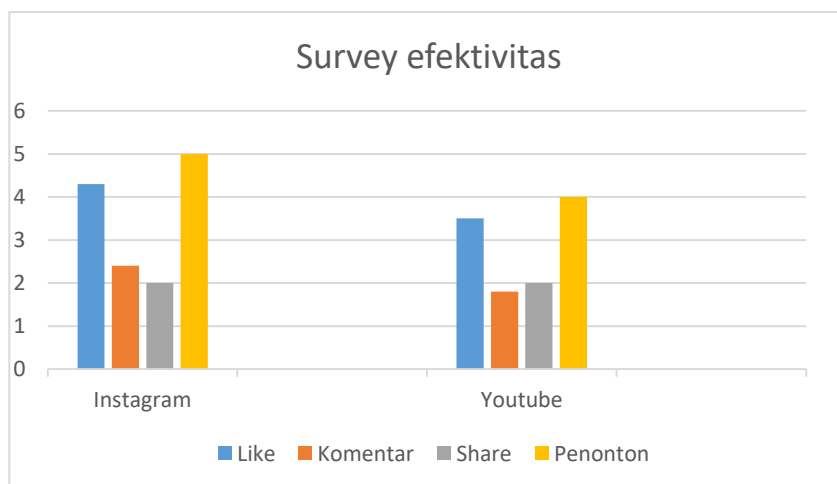
Gambar 1.2 Profil Instagram Majelis Ta'lim dan Sholawat I'natut Tholibin

Melalui kegiatan majelis ta'lim pembacaan sholawat dan pembelajaran Al-Qur'an yang rutin dilakukan. Menyempurnakan kebutuhan Masyarakat modern dan menyelaraskan perkembangan zaman yang membuktikan bahwa majelis ini bukan hanya sekedar Lembaga keagamaan biasa, melainkan agen dakwah yang aktif dan progresif. Kemudian keterlibatan generasi muda menjadi alasan penting mengapa majelis ini dipilih sebagai objek penelitian, karena generasi muda merupakan kelompok yang intens berinteraksi dengan teknologi digital dan media sosial. Di tengah derasnya perkembangan informasi dan konten yang tidak selalu edukatif, peran dakwah menjadi semakin penting untuk memberikan arah, nilai, serta panduan moral. I'natut Tholibin memilih untuk "mendatangi" generasi muda melalui platform yang mereka gunakan, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Ini menunjukkan adanya kesadaran strategis untuk melakukan dakwah berbasis digital agar lebih relevan dan mudah diterima oleh kelompok usia tersebut.

Majelis ini menunjukkan kemampuan adaptasi dakwah terhadap perubahan zaman, terutama melalui produksi konten dakwah kreatif, visual yang menarik, pesan-pesan singkat, dan penyampaian yang sesuai dengan gaya komunikasi generasi Z. Dengan demikian, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang masjid atau majelis pengajian tradisional, tetapi hadir dalam ruang digital

yang menjadi habitat sehari-hari generasi muda. keberadaan majelis ini memberikan contoh nyata bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat diterapkan secara efektif di era media sosial. Melalui akun resmi @mtitofficial, I'anatut Tholibin mampu membangun kedekatan dengan jamaah muda melalui interaksi digital, komentar dua arah, dan konten inspiratif. Hal ini memperlihatkan bahwa dakwah digital dapat menjadi jembatan yang memperkuat hubungan spiritual antara dai dan generasi milenial maupun generasi Z.

Penerapan strategi dakwah digital melalui akun @mtitofficial telah membuahkan hasil yang nyata jika dilihat dari data lapangan. Melalui survei yang telah dilakukan, terlihat bahwa performa akun ini di media sosial seperti Instagram dan TikTok terus menanjak dari hari ke hari. Indikator keberhasilan ini tercermin dari antusiasme audiens yang sangat tinggi, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah tayangan video, akumulasi *like*, serta respons positif dalam kolom komentar. Sebagai bentuk transparansi dan bukti efektivitas strategi tersebut, berikut adalah rincian data yang disajikan dalam bentuk diagram di bawah ini:



Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dakwah melalui media sosial telah muncul sebagai taktik kunci untuk menyebarkan ajaran agama, khususnya kepada generasi muda yang sangat aktif dan melek teknologi. Media sosial memungkinkan untuk terhubung dengan kaum muda secara cepat dan luas. Namun, ada sejumlah kendala dalam penggunaan dakwah digital, termasuk kemungkinan salah tafsir khutbah dan kurangnya komunikasi dua arah antara pendakwah dan jamaah. Diperlukan metode penyebaran dakwah yang lebih inovatif, menarik, dan kreatif untuk mengatasi kendala-kendala ini. Majelis Ta'lim dan Solawat I'natu Tholibin adalah dua contoh organisasi yang menggunakan berbagai saluran media sosial untuk menyampaikan konten dakwah yang menghibur, mendidik, dan bermakna secara religius. Melalui cara ini, pesan-pesan Islam dapat tersampaikan dengan lebih relevan dan mudah diterima oleh generasi muda. Dengan strategi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman, Majelis Ta'lim dan solawat I'natu tholibin berpotensi menjadi jembatan yang efektif antara generasi muda dan nilai-nilai keislaman. Pendekatan yang segar dan sesuai dengan karakteristik generasi digital ini diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan anak muda dalam kegiatan keagamaan, sekaligus memperkuat pemahaman dan kecintaan mereka terhadap ajaran Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Menurut latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana persepsi generasi muda terhadap dakwah digital yang dilakukan oleh Majelis Ta'lim dan solawat I'natu tholibin?
2. Bagaimana Dampak Dakwah Digital Yang Dilakukan Oleh Majelis Ta'lim dan Solawat I'natutholibin Terhadap Generasi Muda ?
3. Bagaimana Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Majelis Ta'lim dan solawat I'natu tholibin dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah digital di kalangan generasi muda?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat dari permasalahan yang diatas, dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi generasi muda terhadap dakwah digital yang dilakukan oleh Majelis Ta'lim dan solawat I'natu tholibin
2. Untuk mengetahui Dampak Dakwah Digital Yang Dilakukan Oleh Majelis Ta'lim dan Solawat I'natutholibin Terhadap Generasi Muda
3. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Majelis Ta'lim dan solawat I'natu tholibin dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah digital di kalangan generasi muda

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan pembelajaran maupun rujukan ilmiah bagi para akademisi yang bergerak dalam disiplin ilmu sejenis, baik dalam kajian ilmu agama Islam maupun dalam bidang ilmu komunikasi

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis peneliti yang dilakukan penulis ini dapat memberikan sumbangsih kepada:

##### a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan penulis dan peneliti dengan memberi mereka kesempatan untuk mempraktikkan pemikiran ilmiah melalui penyusunan dan penulisan laporan penelitian.

##### b. Bagi Masyarakat

Studi ini, yang berfokus pada peran media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan Islam di kalangan generasi muda di Desa Wanasaba, Kecamatan Kramatwatu, Serang, Banten, diharapkan dapat memberikan masukan kepada masyarakat.

c. Bagi Akademisi

Dalam menulis artikel ilmiah, para sarjana dari UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan lainnya dapat menemukan penelitian ini bermanfaat.

## E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai bahan kajian yang ditulis dalam hal ini, adapun yang digunakan untuk memperoleh penelitian dan tinjauan itu antara lain, penelitian tentang penyebaran pesan islam melalui media sosial, yaitu :

*Pertama*, Skripsi yang ditulis oleh Muchamad Rafli Naufaldhi berjudul “*Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi kasus Real Masjid 2.0*” Kesimpulan yang diambil dari dari penelitian ini adalah dakwah melalui media sosial telah menjadi strategi penting dan efektif dalam menjangkau generasi muda kelompok yang sangat aktif di dunia. Media sosial telah muncul sebagai saluran utama untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang lebih menarik, imajinatif, dan partisipatif yang sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini. Sebagai studi kasus utama, Realmasjid 2.0 menunjukkan bagaimana teknik komunikasi dakwah yang inovatif dapat menyampaikan ajaran agama dengan cara yang relevan, kontemporer, dan mudah diterima oleh generasi digital.<sup>10</sup> Penggunaan metodologi kualitatif dan pembahasan dakwah digital serupa dengan penelitian ini; objek penelitiannya berbeda.

*Kedua*, Artikel yang ditulis oleh Ririn Jamiah, Hemlan Elhany, & Rudini yang berjudul “*Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat*”<sup>11</sup> Kesimpulan makalah ini adalah bahwa penulis menemukan tiga konsekuensi saat menyebarkan pesan dakwah Islam melalui media sosial. Pertama adalah

---

<sup>10</sup> Rafli Naufaldi, “Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi kasus Real Masjid 2.0”, (Universitas Islam Indonesia : 2024).

<sup>11</sup> Ririn Jamiah, “Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat,” *Ath-Thariq : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 07, No. 01, 2023.

Efek Kognitif, yang menyatakan bahwa pesan dakwah Islam yang dikirim melalui WhatsApp dan Instagram dapat memperluas kesadaran publik. Kedua adalah Efek Afektif, yang menyatakan bahwa sangat sedikit orang yang menerapkan ajaran dakwah Islam ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ketiga, ada Efek Perilaku, yang menyatakan bahwa hanya sebagian kecil dari populasi yang menerapkan pelajaran yang dipetik dari khutbah dakwah Islam ke dalam kehidupan sehari-hari mereka dan bahkan mempraktikkannya dengan orang lain. Penyampaian pesan dakwah Islam melalui media sosial kepada masyarakat Desa Mulyojati tidak efektif. Dari tiga efek proses penyampaian pesan dakwah Islam, hanya efek kognitif yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama remaja. Sebagian besar penduduk Desa Mulyojati, terutama remaja, menggunakan Instagram dan WhatsApp untuk mencari dan berbagi informasi terkait pesan dakwah Islam. Mereka memperoleh wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun, tidak semuanya menerapkan isi pesan dakwah Islam dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun demikian, sebagian menerapkannya, meskipun tidak setiap hari, tetapi mereka selalu berusaha untuk mengimplementasikannya. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya meliputi penggunaan metode kualitatif dan kesamaan subjek yang diteliti, yaitu membahas peran media sosial dalam menyampaikan pesan-pesan Islami. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan masyarakat di Kecamatan Mulyojati, Kabupaten Metro Barat, sedangkan penelitian penulis menggunakan kaum muda dari Desa Wanasaba, Serang, Banten.

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Desi Anggraini yang berjudul “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampain Pesan Dakwah”, 2019.<sup>12</sup> Tesis ini menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah sangat efektif. Artinya, media sosial dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk menemukan materi dakwah yang terdapat di akun @islamdakwahcom dan untuk menyebarkan pesan dakwah

---

<sup>12</sup> Desi Anggraini, *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*, <https://repository.radenintan.ac.id>. Diakses pada 3 januari 2025.

tentang akhlak, keyakinan, dan syariat. Objek penelitian dalam studi ini tidak terbatas, sedangkan penelitian penulis menggunakan pemuda Desa Wanasaba, Serang, Banten sebagai objek penelitian. Studi ini serupa dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan metode kualitatif dan subjek penelitian sama-sama menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan pesan dakwah.

*Keempat*, Artikel yang ditulis oleh Ibnu Kasir & Syahrol Awali yang berjudul “Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern” UNISAI, 2024.<sup>13</sup> Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat banyak jalan baru untuk menyebarkan pesan Islam secara sukses di era kontemporer berkat dakwah digital. Akademisi Muslim dan tokoh-tokoh terkemuka dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan menawarkan nasihat serta informasi yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari dengan menggunakan media sosial dan teknologi. Meskipun demikian, dakwah tradisional masih sangat berharga, terutama dalam menciptakan hubungan spiritual dan emosional yang mendalam melalui komunikasi tatap muka. Dengan demikian, strategi yang lebih komprehensif dan menyeluruh untuk menyebarkan pesan Islam dapat dicapai dengan menggabungkan dakwah tradisional dan digital. Penggunaan metodologi kualitatif dan konsep dakwah digital serupa dengan penelitian ini. Perbedaannya adalah objek penelitian dalam studi ini adalah era saat ini, menggunakan generasi muda Kampung Wanasaba Serang Banten sebagai objek penelitiannya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah kerangka yang menjelaskan gambaran dari isi karya ilmiah hal ini bertujuan untuk mempermudah penulis untuk melakukan penelitian. Dalam sistematika pembahasan ini, penulis membagi dalam lima bagian:

---

<sup>13</sup> Ibnu Kasir, “ Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern,” *An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, Vol.11, No.1, 2024.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah, yang mencakup berbagai pembenaran atas perlunya melakukan penelitian ini, disajikan dalam bab ini bersama dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika pembahasan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan tentang kajian Pustaka yang akan menjelaskan secara runtut konsep yang digunakan secara mendetail dan landasan teori yang berisi tentang teori yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, Teknik pengumpulan data, analisis data.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini memuat tentang gambaran umum objek lokasi penelitian, menguraikan hasil dari temuan temuan.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban pokok masalah dan saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan dengan harapan dapat menjadikan masukan untuk penelitian selanjutnya