



**DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MUDA: ANALISIS POTENSI,
CABARAN DAN STRATEGI MELALUI MEDIA SOSIAL**

Mohd Afdaluddin Md Zin*¹ & Muaz Mohd Noor²

¹Fakulti Keilmuan Islam, UNIMEL, Batu 28, Kuala Sungai Baru,
78200 Melaka, Malaysia

²Academy of Contemporary Islamic Studies, UiTM Cawangan Melaka,
71800, Alor Gajah, Melaka, Malaysia.

*afdhaluddinm718@gmail.com (Corresponding Author)

DOI: <https://doi.org/10.24191/ejitu.v8i2.9655>

Abstract

E-JITU

Acceptance date:
26 June 2025

Valuation date:
30 September 2025

Publication date:
01 October 2025

Artikel ini membincangkan penggunaan media sosial sebagai medium dakwah dalam kalangan generasi muda, dengan memberi tumpuan kepada potensi, cabaran, dan strategi keberkesanan dakwah digital. Kajian ini menggunakan pendekatan perpustakaan dengan meneliti sumber sekunder seperti artikel jurnal, buku, laporan penyelidikan, dan kertas persidangan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa media sosial berpotensi besar sebagai wadah dakwah kerana sifatnya yang mudah diakses, interaktif, dan selari dengan gaya hidup generasi muda. Namun, cabaran yang timbul termasuk penyebaran maklumat palsu, isu kredibiliti pendakwah, serta fenomena ketagihan media sosial yang boleh melemahkan nilai agama. Bagi memastikan keberkesanan dakwah digital, strategi holistik diperlukan dengan menekankan ilmu agama yang sahih, kreativiti konten, dan etika digital. Penulis merumuskan bahawa media sosial mampu menjadi “masjid maya” yang efektif sekiranya dimanfaatkan secara bijak, seimbang, dan berlandaskan syariat.

Kata kunci: Media sosial, dakwah digital, generasi muda, strategi dakwah, literasi digital.

**SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM FOR DA’WAH: POTENTIALS AND
CHALLENGES IN ENGAGING THE YOUNG GENERATION**

Abstract

This article explores the use of social media as a medium for Islamic da’wah among young generations, focusing on its potential, challenges, and strategies for enhancing digital da’wah effectiveness. The study adopts a library research design by reviewing secondary sources such as journal articles, books, research reports, and conference

papers. Findings indicate that social media holds significant potential as a platform for da'wah due to its accessibility, interactivity, and alignment with the digital lifestyle of youth. However, several challenges arise, including the spread of misinformation, issues of preacher credibility, and the phenomenon of social media addiction that may weaken religious values. To ensure effective digital da'wah, a holistic strategy is required by emphasizing authentic Islamic knowledge, creative content, and digital ethics. The study concludes that social media can serve as a "virtual mosque" that effectively strengthens Islamic understanding when utilized wisely, responsibly, and in accordance with sharia principles.

Keywords: Social media, digital da'wah, youth, da'wah strategies, digital literacy.

PENGENALAN

Pada masa kini, media sosial bukan lagi sesuatu yang asing dalam kehidupan manusia. Ia telah menjadi alat penting untuk memudahkan pelbagai urusan serta berperanan sebagai medium komunikasi yang kondusif. Namun begitu, media sosial mempunyai dua sisi kebaikan dan keburukan. Dari sudut positif, sekiranya ia digunakan untuk menyebarkan perkara yang bermanfaat, maka media sosial mampu menjadi jalan dakwah yang besar nilainya. Hal ini selaras dengan sabda Nabi SAW: "Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat." Media sosial juga memberi peluang besar untuk menyebarkan mesej Islam dengan cepat dan meluas tanpa batas tempat. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube, dakwah boleh disampaikan dalam bentuk yang kreatif seperti video pendek, gambar, atau tulisan ringkas. Cara ini lebih dekat dengan generasi muda yang memang terbiasa dengan teknologi. Selain itu, dakwah di media sosial lebih murah berbanding ceramah bersemuka, malah membolehkan pendakwah berinteraksi terus dengan orang ramai. Oleh itu, media sosial bukan sekadar hiburan, tetapi juga boleh menjadi ruang penting untuk memperkukuh kefahaman agama dan mengeratkan ukhuwah.

Namun begitu, media sosial juga ada sisi yang merisaukan. Jika tidak digunakan dengan baik, ia boleh menjadi tempat penyebaran fitnah, maklumat palsu, dan perdebatan yang tidak bermanfaat. Ramai anak muda juga terdedah kepada ketagihan media sosial hingga melalaikan ibadah dan pelajaran. Selain itu, hiburan berlebihan yang mudah diakses boleh membawa kepada gaya hidup hedonisme serta melemahkan nilai moral. Hal ini menunjukkan bahawa media sosial boleh menjadi pedang bermata dua sama ada mendekatkan manusia kepada kebaikan atau menjerumuskan mereka ke arah keburukan.

Secara keseluruhannya, media sosial merupakan satu fenomena yang tidak dapat dipisahkan daripada kehidupan masyarakat masa kini. Ia membawa potensi besar sebagai medium dakwah, khususnya kepada generasi muda yang dekat dengan teknologi, kerana mesej Islam dapat disampaikan dengan lebih pantas, kreatif, dan mudah diakses. Namun, pada masa yang sama, media sosial juga menuntut kebijaksanaan dalam penggunaannya kerana ia boleh membuka ruang kepada fitnah, hiburan melampau, serta ketagihan yang memberi kesan buruk terhadap nilai agama dan akhlak. Justeru, media sosial harus

digunakan secara seimbang dengan mengambil peluang positifnya untuk memperkukuh kefahaman Islam dan ukhuwah, sambil berwaspada terhadap sisi negatif yang boleh merosakkan individu dan masyarakat.

OBJETIF KAJIAN

1. Menilai potensi media sosial sebagai medium dakwah.
2. Mengenal pasti cabaran dakwah digital.
3. Mencadangkan strategi untuk meningkatkan keberkesanan dakwah di media sosial.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan metodologi berdasarkan kajian perpustakaan. Sumber utama bagi kajian ini diperoleh daripada pembacaan ilmiah seperti artikel, jurnal, buku kajian lepas dan juga persidangan yang berkaitan dengan tajuk ini.

Bagi memenuhi objektif pertama, iaitu menilai potensi media sosial sebagai medium dakwah, kajian ini meneliti penulisan yang mengupas peranan platform digital dalam menyebarkan mesej Islam serta keberkesanannya menarik minat generasi muda. Untuk objektif kedua, iaitu mengenal pasti cabaran dakwah digital, tumpuan diberikan kepada kajian-kajian yang membincangkan isu penyalahgunaan media sosial, penularan maklumat palsu, pengaruh hiburan melampau, serta kecenderungan kepada ketagihan dalam kalangan pengguna. Sementara itu, bagi objektif ketiga, iaitu mencadangkan strategi untuk meningkatkan keberkesanan dakwah di media sosial, penulis merujuk kepada cadangan dan strategi daripada literatur terdahulu. Antaranya termasuklah peranan pendakwah digital, inisiatif organisasi Islam, serta penggunaan pendekatan yang lebih kreatif agar mesej dakwah sesuai dengan kehendak masyarakat moden.

Secara keseluruhannya, pendekatan ini membolehkan kajian merumuskan satu kerangka konseptual yang kukuh berasaskan dapatan akademik tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung.

KAJIAN LITERATUR

Potensi Media Sosial sebagai Medium Dakwah

Media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam menyampaikan mesej Islam pada era digital. Nurul Nisha dan Mohd Radzman (2025) menegaskan bahawa kadar penggunaan media sosial yang tinggi di Malaysia mewujudkan peluang besar untuk menyampaikan mesej dakwah secara lebih cepat dan meluas. Bentuk penyampaian seperti infografik, video ringkas, dan artikel digital dianggap lebih menarik perhatian pengguna, khususnya generasi muda. Kajian Omar (2015) yang menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) mendapati mahasiswa menerima media sosial sebagai medium dakwah kerana kemudahannya diakses dan sesuai dengan gaya hidup mereka. Selaras dengan itu, Zafri et al. (2023) menunjukkan bahawa dakwah interaktif melalui

media sosial memberi kesan positif kepada golongan belia kerana mereka boleh berinteraksi dengan kandungan dakwah secara terus. Kesemua dapatan ini membuktikan bahawa media sosial bukan sahaja relevan, malah efektif sebagai medium penyampaian dakwah Islam sekiranya digunakan secara bijak.

Penulis dapat simpulkan bahawa, potensi ini bukan sahaja terletak pada capaian teknologi, tetapi juga pada aspek psikologi masyarakat moden yang lebih cenderung kepada bentuk komunikasi visual, ringkas, dan segera. Justeru, keberkesanan dakwah di media sosial banyak bergantung kepada sejauh mana pendakwah memahami corak pemikiran generasi digital serta menyesuaikan mesej Islam dengan gaya komunikasi mereka.

Cabaran Dakwah Digital

Walaupun berpotensi besar, media sosial turut membawa cabaran yang signifikan. Tamuri dan Hussin (2020) membincangkan bahawa salah satu cabaran utama ialah jurang antara pendidik dan pelajar dalam memahami penggunaan media sosial, di samping risiko terhadap akidah generasi muda. Dalam konteks Malaysia, Manaf et al. (2019) menekankan bahawa media baru boleh menjadi peluang atau ancaman, bergantung kepada bagaimana ia dikendalikan. Antara isu utama ialah penyebaran maklumat palsu, perdebatan yang tidak berlandaskan adab, serta pengaruh budaya negatif. Kajian Bahrudin dan Waehama (2021) turut menegaskan bahawa wujud masalah kredibiliti dalam dakwah digital, kerana tidak semua pendakwah mempunyai autoriti ilmu yang jelas. Hal ini menunjukkan bahawa media sosial bersifat “pedang bermata dua” yang memerlukan kawalan, panduan, dan pemantauan agar mesej dakwah tidak disalahgunakan.

Pandangan penulis, cabaran ini sebenarnya mencerminkan kelemahan struktur kawalan dan literasi digital dalam kalangan masyarakat Islam sendiri. Jika masyarakat tidak dibekalkan dengan kemahiran menilai sumber, mereka mudah terpengaruh dengan maklumat yang menyeleweng. Oleh itu, cabaran ini bukan sekadar teknikal, tetapi juga menyentuh soal keilmuan, etika, dan kebertanggungjawaban dalam menyampaikan dakwah.

Strategi Meningkatkan Keberkesanan Dakwah Digital

Untuk memastikan dakwah digital lebih berkesan, beberapa strategi telah dicadangkan dalam literatur terdahulu. Syihabudin dan Rahman (2021) menekankan kepentingan metodologi dakwah yang sistematik dengan memanfaatkan teknologi digital bagi menyokong misi amar ma'ruf nahi munkar. Kajian Faridah et al. (2022) pula menegaskan bahawa strategi dakwah perlu menyesuaikan diri dengan kecenderungan audiens, iaitu menyampaikan mesej secara ringkas, menarik, dan kreatif. Misbah (2021) menyorot penggunaan influencer agama di platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok sebagai salah satu strategi kontemporari yang berkesan menarik minat golongan muda.

Selain itu, Ibad (2023) menekankan pentingnya literasi digital dalam kalangan pendakwah supaya kandungan yang disebarkan tidak terjerumus kepada misinformasi. Sementara itu, Jamil et al. (2025) menunjukkan bagaimana organisasi belia Islam di Indonesia menggunakan data dan kandungan kreatif untuk memperluaskan capaian dakwah melalui media sosial. Kesemua cadangan ini menggambarkan bahawa dakwah digital memerlukan gabungan pengetahuan agama, kreativiti konten, serta literasi digital yang mantap agar ia mampu menarik generasi muda tanpa mengabaikan prinsip syariah.

Secara keseluruhannya, kajian literatur menunjukkan bahawa media sosial mempunyai potensi besar sebagai medium dakwah kerana sifatnya yang mudah diakses, interaktif, dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda. Namun, ia juga berdepan cabaran seperti penyebaran maklumat palsu, isu kredibiliti pendakwah, serta pengaruh budaya negatif. Oleh itu, keberkesanan dakwah digital sangat bergantung pada strategi yang digunakan, termasuklah kreativiti dalam penyampaian, pemanfaatan teknologi, serta penguasaan literasi digital oleh para pendakwah.

ISU DAN PERMASALAHAN KAJIAN

Perkembangan teknologi maklumat telah menjadikan media sosial sebagai salah satu medium komunikasi utama masyarakat moden. Menurut laporan statistik, kadar penembusan internet dan media sosial di Malaysia melebihi 80% daripada jumlah penduduk, dengan majoriti pengguna terdiri daripada golongan muda (Nurul Nisha & Mohd Radzman, 2025). Keadaan ini memberikan peluang besar kepada usaha dakwah Islam untuk menyampaikan mesej agama secara pantas, meluas, dan interaktif (Omar, 2015; Zafri et al., 2023).

Namun begitu, perkembangan positif ini turut disertai dengan beberapa isu kritikal. Antaranya, media sosial sering menjadi ruang penyebaran maklumat palsu, fitnah, serta perdebatan tidak beretika yang boleh menjejaskan keharmonian masyarakat (Manaf et al., 2019). Tambahan pula, kajian Tamuri dan Hussin (2020) menunjukkan wujud jurang kefahaman antara pendidik dan pelajar terhadap penggunaan media sosial, yang secara tidak langsung memberi kesan kepada keberkesanan dakwah digital. Isu lain yang turut timbul ialah masalah kredibiliti pendakwah maya yang tidak mempunyai autoriti ilmu yang jelas, sehingga berpotensi menimbulkan kekeliruan dalam kalangan pengguna (Bahrudin & Waehama, 2021).

Di samping itu, fenomena ketagihan media sosial dalam kalangan belia membawa implikasi negatif terhadap tumpuan ibadah, pengurusan masa, serta gaya hidup yang cenderung ke arah hedonisme (Tamuri & Hussin, 2020). Situasi ini menimbulkan persoalan sama ada media sosial benar-benar mampu menjadi medium dakwah yang berkesan atau sekadar ruang hiburan yang melemahkan nilai moral generasi muda.

Walaupun terdapat pelbagai strategi dakwah digital yang dicadangkan oleh penyelidik terdahulu, termasuk penggunaan metodologi sistematik (Syihabudin & Rahman, 2021), pendekatan kreatif yang menyesuaikan diri dengan audiens (Faridah et al., 2022), serta

penglibatan influencer agama (Misbah, 2021), namun keberkesanannya masih belum diuji secara menyeluruh. Hal ini disebabkan kurangnya literasi digital dalam kalangan pendakwah (Ibad, 2023) dan ketiadaan kerangka bersepadu antara ilmu agama, kreativiti konten, serta etika digital (Jamil et al., 2025). Oleh itu, permasalahan utama yang ingin dikaji ialah bagaimana media sosial dapat digunakan secara optimum sebagai medium dakwah untuk generasi muda, dalam keadaan ia juga mengandungi cabaran besar yang boleh menggagalkan misi dakwah Islam jika tidak ditangani dengan strategi yang tepat.

ANALISIS DAN DAPATAN KAJIAN

Media Sosial sebagai Wadah Dakwah Kontemporari

Media sosial kini telah menjadi sebahagian daripada kehidupan harian masyarakat, khususnya golongan muda. Kajian Nurul Nisha dan Radzman (2025) menunjukkan kadar penembusan internet di Malaysia melebihi 80%, dengan majoriti pengguna aktif berusia antara 18 hingga 34 tahun. Ini menjadikan media sosial bukan sekadar ruang perhubungan sosial, tetapi juga medan strategik untuk dakwah Islam. Potensi ini semakin jelas apabila mesej agama dapat disebarkan dengan kos yang lebih rendah berbanding kaedah tradisional seperti ceramah atau kuliah bersemuka.

Kajian Omar (2015) menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) bagi mengukur sikap mahasiswa terhadap penggunaan media sosial untuk dakwah. Hasil kajiannya mendapati bahawa media sosial diterima sebagai medium yang relevan kerana ia mudah diakses, mesra pengguna, dan selari dengan gaya hidup digital mahasiswa. Hal ini membuktikan bahawa generasi muda lebih cenderung menerima dakwah dalam bentuk yang santai, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi mereka.

Zafri et al. (2023) menambah bahawa dakwah interaktif di media sosial bukan sahaja berfungsi sebagai penyampai maklumat, tetapi juga membentuk ruang dialog antara pendakwah dan audiens. Contohnya, sesi soal jawab secara langsung di platform Instagram atau TikTok membolehkan audiens mendapatkan jawapan segera tentang persoalan agama mereka. Ini secara tidak langsung meningkatkan hubungan emosional dan kepercayaan audiens terhadap pendakwah.

Dari sudut penulis, potensi ini menunjukkan bahawa media sosial boleh dilihat sebagai satu bentuk “masjid maya” di mana umat Islam dapat menimba ilmu, berinteraksi, dan membina komuniti tanpa terikat dengan sempadan geografi. Jika dimanfaatkan secara bijak, ia mampu menjadi medan dakwah yang inklusif, cepat, dan efektif dalam menguatkan kefahaman agama generasi muda.

Halangan dan Risiko dalam Dakwah Digital

Di sebalik potensi yang besar, dapatan literatur menegaskan bahawa media sosial juga membawa cabaran yang signifikan. Menurut Tamuri dan Hussin (2020), antara cabaran utama ialah jurang kefahaman antara pendidik dan pelajar. Ramai pendidik masih

menggunakan kaedah tradisional yang mungkin kurang sesuai dengan budaya digital generasi muda, manakala pelajar pula lebih terdedah kepada maklumat yang bercampur aduk di media sosial. Jurang ini boleh menyebabkan mesej dakwah sukar disampaikan secara berkesan.

Manaf et al. (2019) pula menekankan sifat media sosial sebagai pedang bermata dua. Walaupun ia boleh menjadi ruang penyebaran mesej Islam, ia juga sering menjadi saluran maklumat palsu, fitnah, serta perdebatan yang tidak berlandaskan adab Islami. Fenomena cyberbullying, perbalahan politik yang menggunakan agama, serta penyebaran ideologi ekstrem juga sering kali berlaku dalam ekosistem media sosial.

Selain itu, Bahrudin dan Waehama (2021) menegaskan isu kredibiliti pendakwah digital. Tidak semua yang tampil di media sosial membawa ilmu agama yang sahih, malah ada yang menyebarkan pandangan peribadi tanpa sandaran ilmiah. Hal ini boleh menimbulkan kekeliruan dalam kalangan audiens, lebih-lebih lagi generasi muda yang cenderung mempercayai kandungan yang popular berbanding yang benar.

Tambahan pula, ketagihan media sosial dalam kalangan belia menimbulkan isu baharu. Remaja dan mahasiswa sering menghabiskan masa berjam-jam di media sosial, menyebabkan mereka lalai terhadap ibadah, akademik, dan tanggungjawab sosial (Tamuri & Hussin, 2020). Kesan lain ialah terdedah kepada hiburan melampau yang menyuburkan budaya hedonistik, sekaligus bertentangan dengan nilai Islam.

Pandangan penulis, cabaran ini menggambarkan bahawa dakwah digital tidak boleh dipisahkan daripada isu etika, literasi media, dan tanggungjawab sosial. Tanpa garis panduan dan kesedaran yang jelas, media sosial berpotensi merosakkan lebih daripada membina.

Strategi Meningkatkan Keberkesanan Dakwah Digital

Bagi memastikan media sosial berfungsi sebagai ruang dakwah yang berkesan, penyelidik terdahulu telah mencadangkan pelbagai strategi. Syihabudin dan Rahman (2021) menekankan bahawa dakwah digital memerlukan metodologi yang sistematik dan perancangan yang rapi, sama seperti perancangan dakwah tradisional. Teknologi digital perlu dimanfaatkan bukan sekadar sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai medium menyebarkan nilai Islam dengan pendekatan moden.

Kajian Faridah et al. (2022) menegaskan bahawa mesej dakwah mesti disesuaikan dengan kecenderungan audiens. Generasi muda misalnya lebih menyukai mesej yang ringkas, mudah difahami, dan disampaikan secara kreatif. Contoh yang sering digunakan ialah video TikTok berdurasi pendek yang menyelitkan nilai agama dengan cara santai tetapi tetap berkesan.

Misbah (2021) pula mengetengahkan strategi kontemporari iaitu penggunaan influencer agama. Kehadiran pendakwah muda di Instagram, YouTube, dan TikTok dengan gaya

penyampaian yang mesra audiens telah berjaya menarik minat belia untuk mendekati ajaran Islam. Namun, strategi ini memerlukan kawalan agar mesej yang dibawa tetap berpaksikan prinsip syariah, bukan semata-mata populariti.

Kajian Ibad (2023) menekankan keperluan literasi digital dalam kalangan pendakwah. Tanpa penguasaan literasi ini, pendakwah mudah terjebak dalam penyebaran maklumat tidak tepat atau terikut dengan gaya komunikasi yang tidak beretika. Oleh itu, latihan literasi digital dianggap satu keperluan asas bagi pendakwah moden.

Jamil et al. (2025) pula memberi contoh praktikal bagaimana organisasi belia Islam menggunakan data analitik media sosial untuk memahami trend audiens, selain menghasilkan kandungan kreatif seperti animasi, short films, dan podcast. Pendekatan ini membuktikan bahawa gabungan teknologi dan kreativiti mampu memperluaskan capaian dakwah ke tahap yang lebih sistematik.

Pandangan penulis, strategi dakwah digital yang berkesan mesti menggabungkan tiga elemen utama:

- Ilmu agama yang sahih supaya mesej yang disampaikan mempunyai autoriti.
- Kreativiti konten agar mesej dakwah lebih mudah diterima generasi muda.
- Etika digital supaya pendakwah menjaga adab, kredibiliti, dan kebertanggungjawaban dalam ruang maya.

Berdasarkan analisis yang dibuat, penulis dapat disimpulkan bahawa media sosial merupakan medan dakwah yang amat relevan pada era digital. Kadar penggunaan internet yang tinggi serta kecenderungan generasi muda terhadap teknologi menjadikan media sosial sebagai “masjid maya” yang terbuka luas untuk menyampaikan mesej Islam secara kreatif, pantas, dan meluas. Jika digunakan dengan bijak, ia mampu mengukuhkan kefahaman agama serta membina komuniti maya yang positif.

Namun begitu, cabaran yang timbul tidak boleh dipandang ringan. Jurang kefahaman antara pendakwah dan audiens, penyebaran maklumat palsu, isu kredibiliti pendakwah, serta ketagihan media sosial adalah antara faktor yang berpotensi merencatkan keberkesanan dakwah digital. Keadaan ini memperlihatkan bahawa media sosial bersifat pedang bermata dua, ia boleh menjadi jalan mendekatkan manusia kepada Islam, tetapi pada masa sama mampu menjerumuskan mereka kepada kelalaian dan kerosakan nilai jika tidak dikawal.

Oleh itu, strategi dakwah digital perlu dibangunkan secara sistematik dengan mengambil kira realiti sosial dan budaya pengguna. Pendekatan yang menekankan ilmu agama yang sahih, kreativiti konten, serta etika digital menjadi asas penting dalam memastikan mesej Islam sampai dengan cara yang berkesan dan beradab. Peranan influencer agama, organisasi Islam, dan latihan literasi digital juga tidak boleh diketepikan kerana ia membantu memperkukuh autoriti dan ketelusan dalam penyampaian dakwah.

Secara keseluruhannya, penulis berpandangan bahawa keberkesanan dakwah digital terletak pada keseimbangan antara kesahihan ilmu, kebijaksanaan menyampaikan mesej dengan cara moden, dan kepekaan terhadap cabaran etika dunia maya. Dengan gabungan elemen-elemen ini, media sosial bukan sahaja berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat menjadi wahana penting dalam membimbing generasi muda menuju kefahaman Islam yang lebih mendalam dan membina.

KESIMPULAN

Secara ringkasnya, media sosial hadir sebagai ruang dakwah kontemporari yang sangat besar pengaruhnya, khususnya kepada generasi muda. Potensi yang ditawarkan amat luas kerana ia membolehkan mesej Islam disebarkan dengan pantas, kreatif, dan kos yang rendah. Namun, pada masa yang sama, media sosial juga membawa cabaran besar seperti penyebaran maklumat palsu, isu kredibiliti pendakwah, dan budaya ketagihan yang boleh melemahkan nilai agama.

Justeru, keberkesanan dakwah digital sangat bergantung kepada sejauh mana pendakwah mampu mengimbangi antara ilmu yang sahih, kreativiti penyampaian, dan etika digital. Dengan keseimbangan ini, media sosial bukan sahaja dapat berperanan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai wahana penting untuk memperkukuh kefahaman Islam, membina ukhuwah, serta membimbing generasi muda ke arah kehidupan yang lebih berakhlak dan berlandaskan syariat.

RUJUKAN

- Bahrudin, & Waehama, W. (2021). Social and cultural implications of da'wah through social media. *Journal of Islamic Studies*, 10(2), 45–58.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jis/article/view/36728>
- Faridah, F., Rahmawati, N., & Suryana, D. (2022). Strategi dakwah di media sosial. *Retorika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 20(1), 12–25.
<https://journal.uiad.ac.id/index.php/retorika/article/view/3737>
- Ibad, M. N. (2023). Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok. *Qudwah: Jurnal Dakwah dan Sosial Kemasyarakatan*, 6(2), 77–89.
<https://ejournal.stainh.ac.id/index.php/qudwah/article/view/145>
- Jamil, A. S., Rahman, H., & Fadhilah, R. (2025). Dari masjid ke media: Strategi dakwah digital berbasis data dan konten kreatif pemuda Muhammadiyah Jawa Timur. *Nusantara Hasanah Journal*, 2(1), 55–68.
<https://nusantarahasanaajournal.com/index.php/nhj/article/view/1612>
- Manaf, A. M., Mohamad, F., & Yusof, N. (2019). Da'wah through new media in Malaysia: Opportunities or challenges? *Jurnal al-Hikmah*, 11(1), 23–36.
<https://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/306>



- Misbah, H. (2021). Strategi pemasaran digital dalam dakwah Islam kontemporari. Jurnal YADIM, 2(1), 89–104. <https://www.e-jurnal.yadim.com.my/index.php/jurnal-yadim/article/view/276>
- Nurul Nisha, M. S., & Basinon, M. R. (2025). Media sosial memacu transformasi dakwah Islam era digital. Buletin Fakulti Pengurusan dan Perniagaan UiTM, 5(2), 14–19. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/111306>
- Omar, F. I. (2015). Penerimaan media sosial sebagai medium dakwah dalam kalangan mahasiswa KUIS. Jurnal Komunikasi Islam, 3(1), 33–47. <https://jmm.uis.edu.my/index.php/jurnal/article/view/84>
- Syihabudin, B., & Rahman, A. N. (2021). Strategi dakwah digital: Meningkatkan misi dakwah dan amar ma'ruf nahi munkar. Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 6(1), 101–115. <https://journal.staialmasthuriyah.ac.id/index.php/albalagh/article/view/3>
- Tamuri, A. H., & Hussin, N. H. (2020). Cabaran pendidikan Islam di era media sosial. At-Tarbawiy: Jurnal Pendidikan Islam, 12(2), 65–79. <https://attarbawiy.uis.edu.my/index.php/jurnal/article/view/84>
- Zafri, Z., Abdullah, S., & Karim, M. (2023). Dakwah interaktif terhadap golongan belia melalui media sosial. Jurnal Fatwa Malaysia, 18(1), 45–59.