

Peran Media Sosial Dalam Dakwah Dan Komunikasi Di Era Society 5.0

Sonia Fijri¹, Piona Sesilia², Sarah Pratama³, Linda Rista⁴, Reyvaldo Pramudia Ananta⁵, M.

Ikhsan⁶

¹²³⁴⁵⁶⁷UIN Raden Fatah Palembang

*Corresponding Email : Soniafijri6@gmail.com

ABSTRACK

This study discusses the role of social media in the context of Da'wah and communication in the era of Society 5.0. Society 5.0 is a transforming upheaval that integrates the physical and digital worlds through advanced technologies. Social Media has played an important role in connecting religious leaders, preachers, and devotees with a wider and diverse audience. In the context of Da'wah, social media allows religious leaders to spread religious messages, lectures, and religious education. Tway interaction allows for questions, discussions, and clarifications that deepen religious understanding. Social Media is also used to raise funds for religious and charitable purposes, as well as disseminate information about religious events and festivals.

This study uses qualitative methods such as data from various sources, including literature, secondary data, and interviews if any, analyzed qualitatively to identify patterns, trends, and implications of the role of social media in the context of Da'wah and religious communication in the Era of Society 5.0. This research is based on data collection and analysis that integrates literature, secondary data, and if relavant, direct views of stakeholders. With this method the research can provide a comprehensive understanding of the topic discussed in the abstract.

Keyword : Social Media, Da'wah, And Comunication

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran media sosial dalam konteks Dakwah dan Komunikasi di Era Society 5.0. Society 5.0 adalah gejala transformasi yang mengintegrasikan dunia fisik dan digital melalui teknologi canggih. Media sosial telah memainkan peran penting dalam menghubungkan para pemimpin agama, da'i, dan umat dengan audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam konteks dakwah, media sosial memungkinkan para pemimpin agama untuk menyebarkan pesan keagamaan, ceramah, dan pendidikan agama. Interaksi dua arah memungkinkan pertanyaan, diskusi, dan klarifikasi yang memperdalam pemahaman agama. Media sosial juga digunakan untuk menggalang dana untuk tujuan keagamaan dan amal, serta menyebarkan informasi tentang acara keagamaan dan festival.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu seperti data dari berbagai sumber, termasuk literature, data sekunder, dan wawancara jika ada, dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tren, dan implikasi peran media sosial dalam konteks Dakwah dan Komunikasi Agama di Era Society 5.0. Penelitian ini didasarkan pada pengumpulan dan analisis data yang mengintegrasikan literature, data sekunder, dan jika relavan, pandangan langsung dari pemangku kepentingan. Dengan metode ini penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang topic yang dibahas dalam abstrak tersebut.

Kata Kunci : Media Sosial, Da;wah , Dan Komunikasi

Pendahuluan

Perkembangan dalam teknologi informasi dan komunikasi memicu transformasi digital yang mengubah tatanan dalam dunia industri (Sugiono, 2020). Digitalisasi hingga artificial intelligence atau teknologi kecerdasan buatan telah menguasai hampir seluruh kehidupan manusia. Saat ini kita telah memasuki peradaban baru yang memiliki konsep kemajuan intelektual yang disebut Revolusi Industri 4.0. Untuk mengantisipasi terjadinya gejala disrupsi akibat dampak dari Revolusi Industri 4.0 yang memiliki potensi memperkecil peran manusia serta menggerus jati diri kemanusiaan, hal tersebut menyebabkan munculnya konsep Smart Society 5.0.

Penelitian ini membahas peran media sosial dalam konteks Dakwah dan Komunikasi di Era Society 5.0. Society 5.0 adalah gejala transformasi yang mengintegrasikan dunia fisik dan digital melalui teknologi canggih. Media sosial telah memainkan peran penting dalam menghubungkan para pemimpin agama, da'i, dan umat dengan audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam konteks dakwah, media sosial memungkinkan para pemimpin agama untuk menyebarkan pesan keagamaan, ceramah, dan pendidikan agama. Interaksi dua arah memungkinkan pertanyaan, diskusi, dan klarifikasi yang memperdalam pemahaman agama. Media sosial juga digunakan untuk menggalang dana untuk tujuan keagamaan dan amal, serta menyebarkan informasi tentang acara keagamaan.

Dakwah adalah suatu proses penyampaian, ajakan atau seruan kepada orang lain atau kepada masyarakat agar mau memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama secara sadar, sehingga membangkitkan dan mengembalikan potensi fitri orang itu, dan dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat. Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut pakar seperti, Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepadanya dan pada ajaran yang dibawa para utusannya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintahnya.

Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi dapat berbentuk verbal dan nonverbal. Menurut Agus M.Hardjana (2016 :15) "Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan".

Metode

Pada artikel ini menggunakan metode penelitian pustaka (library research). Dimana pada artikel ini terdapat metode pengumpulan data membaca dan mencatat serta mengolah bahan artikel. Selain itu artikel ini juga berfokus pada objek yang di cari dengan sumber informasi dari buku dan jurnal. Data-data yang di cari pada artikel ini berupa buku serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penerapan media sosial dalam dakwah dan komunikasi di era society 5.0. Selain metode

pustaka (library research) artikel ini juga menggunakan metode mencari kerangka-kerangka data yang di butuhkan dalam artikel melalui penelusuran data lewat internet yang menyediakan fasilitas online yang baik serta memadai.

Hasil dan Pembahasan

Era social society 5.0 berkaitan dengan istilah smart society dimana segala sesuatu ditujukan pada kesejahteraan manusia. Pendapat ini didukung pakar Jepang Okamoto (2019) yang berpendapat, "Society 5.0 merupakan representasi sejarah perkembangan masyarakat ke-5. Dimana secara kronologis perkembangannya dimuai dari era dimana masyarakat memiliki pola untuk melakukan pemburuan (Society 1.0), berlanjut ke era pertanian (society 2.0), industri (Society 3.0) dan informasi (4.0)" (Setiawan dan Lenawati: 2020).

Adapun sejarah lahirnya society 5.0 berasal dari negeri matahari terbit yakni Jepang. Awalnya konsep ini merupakan image kehidupan mendatang yang didambakan. Lebih lanjut bangsa Jepang memberi distingsi terkait era industri 4.0 dan society 5.0. Berbeda dengan era industri 4.0 yang menyoroti aspek produksi namun era smart society berpusat pada kesejahteraan manusia secara berkelanjutan di balik tumbuh kembang teknologi (Susilawati: 2021).

Pemaparan di atas menunjukkan dinamika masa yang terus berubah dan berkembang. Perubahan demi perubahan ditunjang keterampilan dan piranti teknologi yang semakin canggih. Sebagaimana di era revolusi industri, produksi teknologi berkembang kian masif. Hal ini memicu disrupsi di seluruh elemen masyarakat. Baik aspek sosial budaya, pendidikan, dan ekonomi berlomba-lomba mengupgrade. Tiada lain konsekuensi bagi yang tidak adaptif adalah mati terbelakang. Sebagaimana contoh real saat ini banyak tumbuh pekerjaan baru mengikis pekerjaan tradisional.

Konsep smart society menempatkan SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai tujuan utama di tengah pesatnya gejolak teknologi. Tiada lain disrupsi besar-besaran terkait big data, IOT (Internet of Things), dan robot diperuntukkan kesejahteraan manusia. Maka hemat penulils, pijakan awal menyongsong era smart society yakni perlu kesadaran untuk senantiasa terbuka, tanggap, adaptif, dan berbenah terhadap perubahan. Bukan sebaliknya alergi atau malah menutup mata. Hal ini senada dengan isyarat Allah SWT pada firmannya QS. 13:11 yang menegaskan pentingnya manusia untuk berubah dan berbenah demi kebaikan.

Berkaca pada sejarah baiknya umat islam mampu menjadi pionir dunia sebagaimana masa keemasan Khilafah terdahulu. Kala itu umat islam tak hanya fokus pada penguasaan ilmu agama saja, namun diperkaya dengan science serta aneka temuan teknologi yang memajukan peradaban. Puncak intelektual ini pun membuat bangsa barat ramai berguru. Hanya saja degredasi moral dan perpecahan di kalangan umat islam menjadikan eksistensinya redup dan terpaksa melepaskan jubah kejayaannya

(Fauzi dan Jannah: 2021). Pemaparan tersebut menjadi motivasi bagi umat islam di zaman ini untuk senantiasa haus ilmu. Pandangan penulis, di samping memperdalam ilmu agama baiknya tidak meninggalkan ilmu lain seperti bidang digital. Hal ini amat menunjang umat islam agar tidak terbelakang, lebih dari itu dapat mendukungnya menjadi generasi penggerak era smart society 5.0.

A. Peran media sosial dalam Dakwah & Komunikasi di Era Society 5.0

Dalam era Society 5.0, peran media sosial dalam dakwah dan komunikasi sangat signifikan. Media sosial memungkinkan para pemuka agama dan komunitas keagamaan untuk terhubung dengan audiens yang lebih luas, menyebarkan pesan-pesan keagamaan, menyediakan pendidikan agama, serta memfasilitasi diskusi dan pertukaran ide di antara para pengikut. Hal ini memungkinkan terciptanya jaringan yang kuat dan inklusif dalam memperluas dan menguatkan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat yang semakin terhubung digital.

B. Peran dakwah & Komunikasi di Era Society 5.0

Di era 5.0, peran dakwah komunikasi menjadi sangat penting karena teknologi dan konektivitas yang semakin maju. Dakwah tidak hanya tentang menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menjadi tentang menggunakan media dan teknologi modern untuk menyebarkan nilai-nilai positif serta mendukung dialog antarbudaya yang lebih luas dan inklusif. Dakwah komunikasi bisa memanfaatkan platform digital, media sosial, dan berbagai teknologi lainnya untuk mencapai audiens yang lebih besar dan beragam.

C. Strategi efektif Media sosial dalam dakwah di Era society 5.0

1. Konten Beragam

Hadirkan berbagai konten menarik (tulisan, gambar, video, podcast) untuk audiens yang beragam.

2. Interaksi Langsung

Gunakan live streaming dan sesi tanya jawab untuk interaksi langsung.

3. Kolaborasi Komunitas

Gabungkan komunitas agama untuk promosikan toleransi.

4. Pemantauan Responsif

Pantau tanggapan audiens dan respon secara bijaksana.

5. Edukasi Agama

Sediakan informasi edukatif tentang ajaran agama.

6. Keamanan & Etika

Pastikan etika, keamanan, hindari konten kontroversial.

D. Pola Komunikasi melalui Media sosial pada Era Society 5.0

Pola komunikasi melalui media sosial dalam dakwah dan komunikasi di era Society 5.0 cenderung lebih terbuka, interaktif, dan inklusif. Media sosial memungkinkan para pemuka agama untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, mempromosikan dialog dua arah, serta memfasilitasi pertukaran informasi dan pemikiran secara cepat dan global. Ini menciptakan pola komunikasi yang lebih dinamis, memperluas jangkauan pesan keagamaan, dan memperkuat keterlibatan antara pemuka agama dan komunitasnya.

E. Manfaat peran media sosial dalam dakwah dan komunikasi di Era society 5.0

Media sosial memiliki peran penting dalam dakwah dan komunikasi di era Society 5.0 karena memungkinkan berbagi pesan dakwah secara luas dan cepat kepada banyak orang. Platform media sosial memungkinkan para dai atau penceramah untuk mencapai audiens yang lebih besar, berinteraksi langsung dengan mereka, dan menyebarkan informasi keberagaman agama serta nilai-nilai positif secara efisien. Dalam era Society 5.0, di mana teknologi dan manusia semakin terintegrasi, media sosial menjadi alat yang sangat berguna untuk memperluas jangkauan pesan-pesan keagamaan dan kemanusiaan.

F. Jenis Media Sosial

Kaplan dan Haelein (2010) membedakan media sosial kedalam enam kategori; kegiatan kolaboratif (contoh Wikipedia), blog dan microblog (contoh Twitter), kumpulan konten berupa video sharing (contoh Youtube), situs jejaring sosial (contoh Facebook), dunia permainan atau games (contoh World of Warcraft) dan dunia maya sosial (contoh second life). Sedangkan O'Relly (2011) mengelompokkan Facebook, Twitter, dan Youtube sebagai jejaring sosial saja.

Dari beberapa jenis media sosial yang ada beberapa kategori media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat dan berpotensi dipakai untuk kepentingan dakwah seperti jejaring sosial online, blog dan mailing list group serta youtube

Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti peran penting media sosial dalam dakwah dan komunikasi di era Society 5.0. Media sosial memfasilitasi penyiaran pesan keagamaan, interaksi dua arah, serta memperluas jangkauan nilai-nilai positif. Komunikasi melalui platform media sosial menjadi lebih terbuka, interaktif, dan inklusif, memungkinkan dialog yang lebih luas antara pemuka agama dan audiensnya. Strategi efektif dalam dakwah melalui media sosial mencakup variasi konten, interaksi langsung, kolaborasi komunitas, pemantauan responsif, edukasi agama, keamanan, dan memperhatikan etika dalam konten yang disebar.

Dakwah adalah suatu proses penyampaian, ajakan atau seruan kepada orang lain atau kepada masyarakat agar mau memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama secara sadar, sehingga

membangkitkan dan mengembalikan potensi fitri orang itu, dan dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat. Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi dapat berbentuk verbal dan nonverbal.

References

- Departemen Pendidikan Nasional. 2003. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2004. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Expert Report Microsoft. 2019. Digital interaction and empathy. The Challenges And Opportunities Of Combining Technology With Artificial Intelligence.
- Kemdikbud. 2017. Gerakan Literasi Nasional. Jakarta: Kemdikbud.
- Aisyah, N., & et al. (2022). Multidimensional Dakwah Era Cyberspace Melalui Literasi Digital di Ma'had Aly Nurul Jadid. *Jurnal Cendekia*, 14(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.37850/cendekia>
- Burhanuddin, A. M., & et al. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial. *Orasi: Jurnal DakwahDanKomunikasi*, 10(2), 236246. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>
- Yaqin, Ainul. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Empati Peserta Didik dan Metode Pengembangannya. *Jurnal Tarbiyah Islamia: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*. Universitas Islam Majapahit (UNIM) Mojokerto. Vol.11. No.1