

## Monitoring Dakwah Online di Media Sosial

Muhammad Munir

*Institut Al Fithrah Surabaya (Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah),  
email muhammadmunir@alfithrah.ac.id*

### Abstrak

Dakwah di media sosial semakin mengalami peminat yang sangat banyak hal ini disebabkan karena kemudahan dalam mengakses dan memproduksinya. Dalam hal ini memerlukan sebuah monitoring pada setiap masyarakat modern yang mengupload konten dakwah di media sosial, monitoring ini bertujuan untuk melihat seberapa penting para mad'u mengikuti dan mengabaikan. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Metode pengumpulan data teks, seperti dokumen, wawancara, atau catatan lapangan, kemudian menganalisisnya dengan cara mengidentifikasi pola, tema, atau makna yang muncul dari teks tersebut. Sumber data dalam penelitian ini dari instagram, youtube dan Tiktok. Tujuan utama dari analisis konten adalah untuk mengungkap pola, tema, atau makna yang terkandung di dalam teks tersebut. Langkah-langkah dalam analisis konten 1) Penentuan Unit Analisis, 2) Pengkodean, 3) Kategorisasi, 4) Interpretasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan tentang Monitoring Dakwah Online dan Aktivitas Dakwah, Monitoring Kriteria Da'i Online, Monitoring Respon Dakwah Online, Monitoring Problem Dakwah Online, Monitoring Pemerintah pada Dakwah Online.

**Kata Kunci:** Monitoring, Dakwah Online, Teori Uses dan Gratifikasi

### Abstract

*Da'wah on social media is increasingly experiencing a lot of interest, this is due to the ease of accessing and producing it. In this case, it requires monitoring of every modern society that uploads preaching content on social media. This monitoring aims to see how important it is for mad'u to follow and ignore it. Qualitative research method with a content analysis approach. A method of collecting text data, such as documents, interviews, or field notes, then analyzing it by identifying patterns, themes, or meanings that emerge from the text. The data sources in this research are Instagram, YouTube and Tiktok. The main goal of content analysis is to uncover patterns, themes, or meanings contained in the text. Steps in content analysis 1) Determining the Unit of Analysis, 2) Coding, 3) Categorization, 4) Interpretation. The results of this research reveal about Monitoring Online Da'wah and Da'wah Activities, Monitoring Criteria for Online Da'wah, Monitoring Responses to Online Da'wah, Monitoring Online Da'wah Problems, Monitoring the Government on Online Da'wah.*

**Keywords:** Monitoring, Dakwah Online, Theory Uses and Gratification

## PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat modern sangat beragam, salah satunya adalah munculnya kedominanan masyarakat pada media sosial. Dakwah di media sosial semakin mengalami peminat yang sangat banyak hal ini disebabkan karena kemudahan dalam mengakses dan memproduksinya. Dalam hal ini memerlukan sebuah monitoring pada setiap masyarakat modern yang mengupload konten dakwah di media sosial, monitoring ini bertujuan untuk

melihat seberapa penting para mad'u mengikuti dan mengabaikan. Dalam kegiatan dakwah monitoring ini sangatlah penting sehingga masyarakat faham apa yang diberikan dalam menyampaikan dakwah dan hal apa yang harus diikuti dalam kehidupan sosial. Dalam hal ini menjadi pertanyaan besar masyarakat modern pada saat ini, mengakses konten dakwah hanya karena materinya, performennya atau karena figurnya. Hal inilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini sehingga peneliti mengangkat penelitian ini dengan serius karena dalam monitoring dakwah online di media sosial sangatlah minim sehingga setiap orang bisa memberikan konten dakwah walaupun sumber dan pengetahuannya minim.

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk berbagai kegiatan komunikasi dan interaksi antara individu, kelompok, dan organisasi. Salah satu aspek yang semakin berkembang dalam penggunaan media sosial adalah dakwah online. Dakwah online merupakan upaya menyebarkan pesan-pesan agama atau moralitas melalui platform-platform digital, seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan lain sebagainya. Fenomena ini menjadi semakin signifikan mengingat penetrasi internet yang semakin meluas di berbagai belahan dunia, bahkan di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan. (Cahyono, 2016)

Dakwah online memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan metode dakwah konvensional. Dakwah online memungkinkan pesan-pesan agama atau moralitas untuk disampaikan kepada audiens yang lebih luas, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Dengan menggunakan media sosial, seorang da'i atau penceramah dapat mencapai orang-orang dari berbagai belahan dunia tanpa harus secara fisik hadir di lokasi tersebut. Dakwah online memungkinkan pesan-pesan agama atau moralitas untuk disampaikan dengan lebih kreatif dan menarik. Berbagai konten multimedia seperti video, gambar, dan infografis dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna oleh audiens. (Puji Yati dkk., 2023) Dakwah online memungkinkan interaksi dua arah antara penceramah dan audiens. Melalui komentar, pesan pribadi, atau forum diskusi, audiens dapat berinteraksi langsung dengan penceramah, bertanya, berdiskusi, atau bahkan memberikan masukan.

Namun, meskipun dakwah online menawarkan banyak keuntungan, namun juga memiliki tantangan tersendiri. Salah satunya adalah tantangan dalam memantau dan mengelola konten dakwah yang disebar di media sosial. Seiring dengan meningkatnya jumlah konten dakwah online, baik yang disebar oleh individu maupun organisasi, maka perlu adanya mekanisme monitoring yang efektif untuk memastikan bahwa konten-konten tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip agama yang benar, tidak menyesatkan, dan tidak menimbulkan konflik atau ketegangan sosial. (Rakhmawati, 2016)

Penelitian tentang monitoring dakwah online di media sosial memiliki relevansi yang besar dalam konteks ini. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus membahas tentang topik ini secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dengan melakukan analisis mendalam tentang bagaimana dakwah online di media sosial dipantau, diatur, dan dikelola oleh berbagai pihak, termasuk individu, organisasi dakwah, dan pemerintah. Dalam penelitian ini terdapat pendekatan interdisipliner yang menggabungkan konsep dan metode dari berbagai disiplin ilmu, termasuk ilmu komunikasi, sosiologi, ilmu komputer, dan studi agama. Pendekatan interdisipliner ini

diperlukan mengingat kompleksitas fenomena dakwah online di media sosial yang melibatkan berbagai aspek teknis, sosial, dan kultural.

Secara khusus, penelitian ini akan fokus pada beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana konten dakwah online di media sosial diproduksi dan disebarkan oleh individu dan organisasi? Apa saja kriteria atau standar penerimaan masyarakat dalam memantau dan mengevaluasi konten dakwah online? Bagaimana masyarakat memilih da'i sehingga menjadi konten dakwah online yang diminati? Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam memantau konten dakwah online? Bagaimana peran pemerintah dan platform media sosial dalam memantau dan mengelola konten dakwah online?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena dakwah online di media sosial dan konsekuensi-konsekuensi sosial, budaya, dan politiknya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi berbagai pihak, termasuk individu, organisasi dakwah, pemerintah, dan platform media sosial, dalam mengembangkan mekanisme monitoring yang lebih efektif untuk mengelola konten dakwah online.

Konsep dalam monitoring dakwah online di media sosial merupakan suatu proses yang penting dalam mengelola dan memperluas jangkauan pesan-pesan dakwah. Dalam era digital seperti sekarang ini, media sosial menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh para da'i, ustadz, dan penceramah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Namun, hanya sekedar menyebarkan pesan tidaklah cukup. Penting bagi para pengelola dakwah online untuk memonitor respon dan interaksi dari audiens di media sosial. Dalam penelitian ini, akan dibahas secara detail konsep monitoring dakwah online di media sosial, termasuk pentingnya, metode-metode yang dapat digunakan, tantangan yang dihadapi, dan manfaat dari monitoring tersebut.

Pentingnya monitoring dakwah online di media sosial dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, monitoring memungkinkan para pengelola dakwah untuk mengetahui sejauh mana pesan-pesan da'i tersebar dan diterima oleh audiens. Dengan mengetahui jumlah like, share, dan komentar, masyarakat modern dapat menilai seberapa efektif pesan-pesan tersebut dalam mencapai target audiens. Kedua, monitoring juga memungkinkan untuk mendeteksi potensi konten-konten yang viral atau berpotensi kontroversial. Dengan demikian, para pengelola dakwah dapat lebih proaktif dalam menangani isu-isu sensitif yang muncul di media sosial. Ketiga, monitoring juga dapat membantu dalam memahami profil audiens yang lebih baik. Dengan menganalisis data demografis dan perilaku online dari audiens, para pengelola dakwah dapat mengarahkan pesan-pesan da'i dengan lebih tepat sasaran.

Metode dalam monitoring dakwah online di media sosial adalah metode dengan analisis media sosial seperti Google Analytics, Hootsuite, atau Sprout Social. Tools ini memungkinkan para pengelola dakwah untuk melacak kinerja konten-konten da'i di berbagai platform media sosial, termasuk jumlah like, share, dan komentar, serta menganalisis data demografis dan perilaku audiens. Selain itu, metode manual juga dapat dilakukan dengan melakukan pencarian langsung di platform media sosial untuk melihat respon dan interaksi dari audiens terhadap konten-konten dakwah. Metode ini membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, namun dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang persepsi dan tanggapan audiens terhadap pesan-pesan dakwah.

Tantangan dalam Monitoring Dakwah Online di Media Sosial adalah tantangan dalam mengelola volume data yang besar. Dengan jumlah konten yang diposting setiap hari di berbagai platform media sosial, para pengelola dakwah seringkali kesulitan untuk melacak dan menganalisis semua informasi yang tersedia. Selain itu, ada juga tantangan dalam menginterpretasikan data yang diperoleh. Terkadang, jumlah like atau share yang tinggi tidak selalu mencerminkan efektivitas pesan dakwah, karena bisa jadi konten tersebut hanya menjadi kontroversi atau menjadi bahan tertawaan di media sosial. Oleh karena itu, penting bagi para pengelola dakwah untuk tidak hanya fokus pada metrik-metrik kuantitatif, namun juga memperhatikan konteks dan kualitas interaksi dari audiens. (Hendra, & Saputri, 2020)

Manfaat Monitoring Dakwah Online di Media Sosial adalah meningkatkan efektivitas dakwah. Dengan memahami lebih baik respon dan preferensi audiens, para pengelola dakwah dapat mengoptimalkan strategi konten dakwah dalam mencapai lebih banyak orang dan mempengaruhi masyarakat modern secara positif. Selain itu, monitoring juga dapat membantu dalam membangun komunitas yang lebih kuat di media sosial. Dengan berinteraksi secara aktif dengan audiens dan merespons pertanyaan atau masukan dari masyarakat online, para pengelola dakwah dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan memperluas jangkauan dakwahnya. Monitoring dapat berfungsi sebagai alat untuk mengukur dan mengevaluasi keberhasilan kampanye dakwah. Dengan melacak kinerja konten-konten dakwah dari waktu ke waktu, para pengelola dakwah dapat mengetahui apa yang berhasil dan apa yang tidak, serta melakukan perubahan strategi jika diperlukan. (Ummah, 2023)

Monitoring dakwah online di media sosial merupakan suatu proses yang penting dalam mengelola dan memperluas jangkauan pesan-pesan dakwah. Dengan menggunakan berbagai metode monitoring yang tersedia, para pengelola dakwah dapat memahami lebih baik respon dan interaksi audiens, serta mengoptimalkan strategi konten da'i untuk mencapai lebih banyak viewers. Meskipun memiliki tantangan, manfaat dari monitoring dakwah online di media sosial sangatlah signifikan, termasuk dalam meningkatkan efektivitas dakwah, membangun komunitas yang lebih kuat, dan mengukur keberhasilan kampanye dakwah. (Arsam, 2013) Oleh karena itu, para pengelola dakwah perlu untuk mengakui pentingnya monitoring ini dan mengintegrasikannya ke dalam strategi dakwah di media sosial.

## **METODE**

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memahami dan menganalisis data kualitatif yang bersifat teks. Dalam metode ini, peneliti mengumpulkan data teks, seperti dokumen, wawancara, atau catatan lapangan, kemudian menganalisisnya dengan cara mengidentifikasi pola, tema, atau makna yang muncul dari teks tersebut. Analisis konten memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap konteks dan teks yang dikaji serta memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang tersembunyi di dalamnya. Analisis konten adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami pesan yang terdapat dalam teks, baik itu dokumen tertulis, rekaman audio, atau video. Sumber data dalam penelitian ini dari instagram, youtube dan Tiktok. Tujuan utama dari analisis konten adalah untuk mengungkap pola, tema, atau makna yang terkandung di dalam teks tersebut. Langkah-langkah dalam analisis konten 1) Penentuan Unit Analisis, 2) Pengkodean, 3) Kategorisasi, 4) Interpretasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dalam penelitian ini adalah menjawab dari pertanyaan peneliti yang sudah di buat dalam penelitian ini. Dakwah Online dan Aktivitas Dakwah? Apa saja kriteria atau standar penerimaan masyarakat dalam memantau dan mengevaluasi konten dakwah online? Bagaimana masyarakat memilih da'i sehingga menjadi konten dakwah online yang diminati? Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam memantau konten dakwah online? Bagaimana peran pemerintah dan platform media sosial dalam memantau dan mengelola konten dakwah online?. Dengan menggunakan sumber data dari Instagram, Tiktok dan Youtube.

### **Monitoring Dakwah Online dan Aktivitas Dakwah**

Konten dakwah online di media sosial diproduksi dan disebarakan oleh individu dan organisasi dengan berbagai cara. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh AM dalam sebuah wawancara “Dalam menyebarkan sebuah konten baik secara individu atau organisasi memilih platform media sosial yang paling sesuai dengan target audiens. Platform yang populer untuk konten dakwah termasuk YouTube, Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok.” (Wawancara Informan 1) Sedangkan pendapat lain seperti yang di utarakan oleh NP adalah “sebagai seorang pegiat media sosial penting untuk memahami siapa target audiens dari konten dakwah yang akan diproduksi. Hal ini membantu dalam menentukan jenis konten, bahasa, dan gaya yang paling efektif untuk mencapai audiens.” (Wawancara Informan 2)

Sedangkan Pandangan IR tentang konten dakwah yang disebarakan adalah “konten dakwah bisa berupa tulisan, gambar, audio, video, atau kombinasi dari beberapa format tersebut. Konten ini harus dibuat dengan mempertimbangkan pesan-pesan dakwah yang ingin disampaikan dan karakteristik platform media sosial yang dipilih.” (Wawancara Informan 3) Selain menyebarkan konten, penting juga untuk berinteraksi dengan audiens. Ini bisa dilakukan dengan membalas komentar, mengadakan sesi tanya jawab, atau mengajak audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi. Hal ini senada dengan pendapat AH yang berpendapat bahwa “konten dakwah ini selain menjadikan booming harus bisa memberikan persuaif yang inten pada masyarakat.” (Wawancara Informan 4)

Sedangkan dalam pandangan MAA “dalam era digital saat ini, para dai perlu mengembangkan platform dakwah digital. Selain melaksanakan dakwah konvensional tatap muka, dakwah digital dapat memanfaatkan data base dan sistem informasi digital. Video ini membahas pentingnya dakwah digital.” (Channel Youtube Anshar Akil “Media Dakwah Kontemporer: Pentingnya Dakwah Digital”)

Dalam berdakwah tidak hanya dilakukan dalam aktivitasnya di mimbar. Bedakwah bisa dilakukan di dunia maya dan ketika seseorang berdakwah di dunia maya dapat menggunakan streaming menggunakan live streaming menggunakan siaran langsung yang bermanfaat bisa di simpan. Pendapat Anshar Akil ini memberikan pola pikir kepada para da'i bahwa dakwah konvensional telah mendapatkan rivalitas dan hal ini tidak bisa menunggu, masyarakat luas harus memikirkan harus seperti apa konten dakwah yang harus dilakukan oleh para da'i baik secara langsung dan online. Dalam hal ini memerlukan pemantauan dan penyesuaian yang bertugas penting untuk memantau respons dan umpan balik dari audiens

serta menyesuaikan strategi produksi konten berdasarkan hasil evaluasi tersebut.

Teori Uses dan Gratifikasi adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami mengapa dan bagaimana orang menggunakan media massa atau platform online tertentu. Teori ini menekankan bahwa individu memiliki kebutuhan dan motivasi yang beragam yang memandu mereka untuk mengonsumsi konten media. Dalam konteks monitoring dakwah online dan aktivitas dakwah, teori ini sangat relevan karena dapat membantu kita memahami mengapa dan bagaimana orang-orang terlibat dalam kegiatan dakwah melalui platform online. (Siregar & Surya, 2022)

Pertama, dari perspektif "uses", kita dapat melihat bagaimana orang menggunakan media sosial dan platform online lainnya sebagai alat untuk menyebarkan pesan dakwah. Masyarakat online menggunakan platform-platform ini untuk berbagi informasi agama, mengirimkan ceramah atau kutipan agama, atau berpartisipasi dalam diskusi dan debat agama. Dengan memahami bagaimana orang menggunakan media ini, kita dapat mengidentifikasi pola-pola perilaku yang dapat memengaruhi efektivitas dan jangkauan dakwah online.

Kedua, dari perspektif "gratifikasi", dapat melihat apa yang orang cari atau terima dari berpartisipasi dalam aktivitas dakwah online. Masyarakat akan mencari pemenuhan kebutuhan spiritual, kepuasan dalam berkontribusi pada penyebaran agama, atau mencari pengakuan sosial atau dukungan dari komunitas agama. Dengan memahami gratifikasi-gratifikasi ini, masyarakat online dapat menyusun strategi dakwah online yang lebih efektif, yang mengakomodasi kebutuhan dan motivasi para audiens.

### **Monitoring Kriteria Da'i Online**

Kriteria seorang da'i online dapat dibagi menjadi beberapa aspek yang mencakup keahlian dalam berkomunikasi, pengetahuan agama yang solid, kemampuan untuk merangkul perbedaan, serta integritas dan etika dalam berdakwah. Seorang da'i online harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, termasuk kemampuan menulis dan berbicara yang efektif dalam berbagai platform digital seperti media sosial, blog, dan platform streaming. Da'i perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama dan mampu menyampaikannya dengan jelas dan relevan kepada audiens. Menurut saya, ada beberapa kriteria kunci yang harus dimiliki oleh seorang da'i online. Pertama-tama, kemampuan komunikasi yang baik sangat penting. Mereka harus bisa menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik agar dapat dipahami oleh audiens mereka. Selain itu, pengetahuan agama yang mendalam juga penting, serta integritas yang tinggi dalam menjalankan ajaran Islam. (Wawancara Informan 5 NS)

Seorang da'i online harus aktif berinteraksi dengan audiens. Responsifitas sangat penting dalam menjawab pertanyaan dan merespons komentar dari pengikut *da'i (mad'u)*. Da'i juga harus memastikan bahwa interaksi da'i selalu dilakukan dengan sikap yang ramah dan hormat. (Wawancara Informan 1 AM) Kemampuan beradaptasi sangat penting karena dunia online terus berkembang. Seorang da'i online harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dan tren media sosial agar tetap relevan. Mereka juga harus kreatif dalam menyampaikan pesan agar dapat menarik perhatian audiens mereka di tengah-tengah persaingan informasi yang semakin ketat. (Wawancara Informan 2 NP) Etika bermedia sosial adalah hal yang sangat penting dalam menjadi seorang da'i online. Mereka harus memahami batasan-batasan dalam berinteraksi dengan audiens, serta memastikan bahwa pesan yang

disampaikan selalu mencerminkan nilai-nilai Islam. Penggunaan bahasa yang sopan dan hormat juga sangat penting dalam konteks ini. (Wawancara Informan 3 IR)

Salah satu tantangan terbesar bagi seorang da'i online adalah mempertahankan konsistensi dalam menyampaikan pesan dan membangun kepercayaan dari pengikut mereka. Selain itu, mereka juga harus tetap memperbarui pengetahuan mereka agar tetap relevan dalam menyampaikan pesan Islam di era digital ini. (Wawancara Informan 4 AH) Integritas dan etika sangat penting bagi seorang da'i online. Da'i perlu menjaga kesucian dan kebenaran ajaran agama dalam setiap konten yang da'i sampaikan, serta menjauhi perilaku dan praktik yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Seorang Da'i juga harus bertanggung jawab atas penggunaan platform digital dan memastikan bahwa dakwah yang disampaikan memberikan manfaat yang positif bagi audiens. Dengan memenuhi kriteria ini, seorang da'i online dapat menjadi agen perubahan yang positif dalam memperkuat iman dan memperluas pengetahuan agama di era digital ini.

Teori Uses dan Gratifikasi merupakan konsep yang penting dalam memahami perilaku manusia dalam mengonsumsi media, termasuk ketika masyarakat online mengikuti konten-konten dakwah online dari seorang da'i. Monitoring kriteria da'i online merupakan salah satu bentuk aplikasi dari teori tersebut dalam konteks spesifik. Pertama, teori Uses and Gratifications menyatakan bahwa individu memiliki motivasi yang berbeda dalam menggunakan media, dan masyarakat online memilih media sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kepuasan yang diinginkan sehingga mendapatkan informasi. Dalam konteks da'i online, masyarakat akan mengikuti konten tersebut karena audiens (mad'u) mencari pemahaman lebih dalam tentang agama, inspirasi spiritual, atau sekadar mencari hiburan. (Siregar & Surya, 2022)

Selanjutnya, terkait dengan monitoring kriteria da'i online, Teori Uses dan Gratifikasi menunjukkan bahwa pengguna media memiliki kontrol penuh atas apa yang masyarakat konsumsi. Masyarakat online akan memilih untuk mengikuti da'i tertentu berdasarkan kriteria, seperti keahlian agama, gaya penyampaian, kejujuran, dan sebagainya. Hal ini mencerminkan kebutuhan individu untuk memperoleh kepuasan yang sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai pribadi. Dengan memahami teori ini, pembahasan tentang monitoring kriteria da'i online dapat menyoroiti bagaimana pengguna media secara aktif memilih dan menilai konten yang masyarakat konsumsi. Masyarakat akan menilai seorang da'i berdasarkan pada sejauh mana kontennya memberikan pemahaman yang mendalam, relevansi dengan kehidupan sehari-hari, atau kejujuran dalam menyampaikan ajaran agama. Selain itu, pembahasan juga dapat memperhatikan bagaimana pengguna media dapat mengontrol interaksi dengan konten tersebut, misalnya dengan memberikan umpan balik atau dengan memilih untuk berhenti mengikuti jika konten tidak memenuhi harapan masyarakat.

### **Monitoring Respon Dakwah Online**

Respon dakwah online adalah refleksi dari dinamika modernisasi dalam penyebaran agama. Melalui platform-platform digital, para dai dan ulama dapat mengkomunikasikan pesan-pesan agama kepada audiens yang lebih luas secara cepat dan efisien. Dakwah online memungkinkan untuk interaksi langsung antara penceramah dan pemirsa, memungkinkan pertukaran ide dan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran agama. Selain itu, dakwah online juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah

secara viral, menciptakan pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini dan sikap masyarakat terhadap agama. Namun, seperti halnya media sosial pada umumnya, dakwah online juga rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak valid atau ekstremisme. Oleh karena itu, penting bagi para penceramah dan ulama untuk menggunakan platform ini dengan bijak, memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai agama yang sebenarnya dan mampu membawa dampak positif bagi masyarakat luas.

"Saya merasa bahwa dakwah online sangat membantu dalam menyebarkan pesan-pesan kebaikan dan nilai-nilai agama. Melalui platform-platform digital, kita dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk mereka yang mungkin sulit dijangkau secara konvensional." (Wawancara Informan 3 IR) berbeda pendapat dengan Informan 4 AH "Meskipun dakwah online memiliki potensi yang besar, kita juga perlu berhati-hati terhadap konten-konten yang tidak terverifikasi atau bahkan berpotensi merugikan. Penting bagi para penggiat dakwah online untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang sejati dan tidak menimbulkan konflik atau kesalahpahaman." Informan 1 memberikan penjelasan terkait "Salah satu tantangan utama dalam dakwah online adalah memahami dan menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan teknologi dan tren digital. Selain itu, ada juga tantangan dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan di antara masyarakat online yang sering kali skeptis terhadap informasi yang mereka temui di internet."

"Dakwah online memungkinkan kita untuk berbagi pengetahuan agama dengan lebih cepat dan efisien. Dengan menggunakan media sosial, misalnya, kita dapat mengirimkan pesan-pesan pendek yang mudah dipahami dan mudah diakses oleh banyak orang. Ini membuka peluang untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka secara real-time." (Wawancara Informan 3 NP) "Saya berharap bahwa dakwah online akan terus berkembang dan menjadi lebih terstruktur. Dengan adanya koordinasi yang baik antara para penggiat dakwah online, kita dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman dan positif di dunia maya, di mana nilai-nilai keagamaan dapat tersebar dengan baik dan menginspirasi banyak orang." (Wawancara Informan 3 NS)

Dalam konteks dakwah online, penggunaan teori ini dapat membantu dalam memahami perilaku audiens yang terlibat dalam aktivitas dakwah di platform-platform digital. Misalnya, seseorang akan menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang agama, mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam, atau mencari inspirasi untuk praktik keagamaan. Dalam melakukan monitoring respon dakwah online, pemahaman terhadap kebutuhan dan gratifikasi audiens menjadi kunci. Dengan memahami apa yang dicari dan diinginkan oleh audiens, para pengelola dakwah dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif. Masyarakat dapat menyesuaikan konten, format, dan saluran komunikasi yang digunakan untuk lebih baik memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada audiens. (Surbakti dkk., 2023)

Selain itu, dengan menggunakan teori ini, para pengelola dakwah juga dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana audiens merespons konten dakwah yang disajikan. Masyarakat dapat melihat apakah konten tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan audiens, atau apakah ada kebutuhan yang belum terpenuhi yang dapat dijadikan fokus untuk meningkatkan efektivitas dakwah online. Dengan memadukan teori

Uses dan Gratifikasi dengan monitoring respon dakwah online, para pengelola dakwah dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan dan keinginan audiens. Ini memungkinkan dakwah online menjadi lebih relevan dan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam penyebaran nilai-nilai agama dan spiritualitas di era digital ini.

### **Monitoring Problem Dakwah Online**

Monitoring masalah dalam dakwah online adalah langkah penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disebarluaskan sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkan dan tidak menimbulkan kerugian. "Pemantauan masalah dalam dakwah online membutuhkan pendekatan yang holistik dan terencana. Langkah pertama dalam proses ini adalah menetapkan parameter yang jelas untuk menilai konten dakwah yang dihasilkan. Ini termasuk penilaian terhadap akurasi informasi, kesesuaian dengan ajaran agama, dan potensi dampak negatif yang akan timbul. Setelah parameter ditetapkan, dilakukan pengawasan terhadap konten yang disebarluaskan melalui berbagai platform online, termasuk media sosial, situs web, dan saluran streaming. Pemantauan ini dapat dilakukan secara manual oleh tim yang ditunjuk atau dengan menggunakan algoritma dan perangkat lunak khusus untuk mendeteksi konten yang mencurigakan atau tidak sesuai. Selain itu, penting juga untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemantauan ini dengan memberikan sarana untuk melaporkan konten yang dianggap problematik. Dengan pendekatan yang komprehensif dan melibatkan berbagai pihak, diharapkan masalah dalam dakwah online dapat diidentifikasi dan ditangani dengan lebih efektif untuk menjaga integritas pesan-pesan dakwah yang disebarluaskan." (Wawancara Informan 4 AH)

Proses pemantauan masalah dalam dakwah online merupakan bagian penting dari upaya kami untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disebarluaskan sesuai dengan nilai-nilai yang kami anut dan tidak menimbulkan kerugian. Kami memiliki tim khusus yang bertanggung jawab untuk melakukan pemantauan ini secara teratur. Pertama, kami menetapkan parameter yang jelas untuk menilai konten dakwah yang dihasilkan, seperti akurasi informasi, kesesuaian dengan ajaran agama, dan potensi dampak negatif yang akan muncul. Kemudian, kami melakukan pemantauan aktif terhadap konten yang disebarluaskan melalui berbagai platform online, termasuk media sosial, situs web, dan saluran streaming. Tim kami melakukan pengawasan ini secara manual, sambil juga memanfaatkan algoritma dan perangkat lunak khusus untuk mendeteksi konten yang mencurigakan atau tidak sesuai. Selain itu, kami mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemantauan ini dengan memberikan sarana untuk melaporkan konten yang dianggap problematik. Kami percaya bahwa pendekatan yang komprehensif dan melibatkan berbagai pihak adalah kunci untuk mengidentifikasi dan menangani masalah dalam dakwah online dengan efektif. (Wawancara Informan 2 NP)

Salah satu tantangan utama yang kami hadapi dalam melakukan pemantauan masalah dalam dakwah online adalah volume konten yang terus meningkat dengan cepat di berbagai platform digital. Memantau konten secara manual dapat menjadi sangat melelahkan dan tidak efisien. Selain itu, konten-konten yang problematik seringkali dapat muncul secara tiba-tiba dan menyebar dengan cepat sebelum kami sempat menanganinya. Oleh karena itu, kami terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi proses pemantauan kami dengan memanfaatkan

teknologi dan alat-alat otomatisasi, serta dengan meningkatkan kerjasama dengan platform-platform online untuk mengidentifikasi dan menghapus konten yang melanggar kebijakan. (Wawancara Informan 1 AM)

Jika kami menemukan konten yang dianggap problematik dalam dakwah online, langkah-langkah segera diambil untuk menanganinya. Konten tersebut dapat segera dihapus dari platform atau disunting untuk memperbaiki ketidaksesuaian yang ada. Selain itu, kami juga melakukan komunikasi langsung dengan pengguna yang bertanggung jawab atas konten tersebut untuk memberikan klarifikasi atau arahan lebih lanjut. Jika diperlukan, kami juga melibatkan pihak berwenang atau lembaga yang berwenang untuk menangani masalah tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. (Wawancara Informan 3 IR)

Dalam mengatasi masalah monitoring di dalam dakwah online, pengetahuan tentang teori Uses and Gratifikasi dapat menjadi landasan untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku pengguna. Misalnya, dengan memahami tujuan penggunaan dan kepuasan yang diperoleh dari konten dakwah online, da'i dapat mengidentifikasi apakah pengguna cenderung terjebak dalam informasi yang bersifat ekstrem atau apakah audiens (mad'u) lebih terbuka terhadap pemahaman yang beragam. Dengan pemahaman ini, da'i dapat merancang strategi monitoring yang lebih efektif untuk memastikan bahwa konten dakwah yang disajikan secara online tetap sejalan dengan nilai-nilai moderat dan tidak merugikan. (Siregar & Surya, 2022)

### **Monitoring Pemerintah pada Dakwah Online**

Pemerintah memiliki peran penting dalam memantau dakwah online guna memastikan bahwa konten yang disebarkan sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkan dan tidak menimbulkan masalah keamanan atau ketertiban publik. Proses pemantauan dilakukan melalui berbagai mekanisme dan lembaga yang bertugas mengawasi konten-konten di ruang digital. Pertama, pemerintah seringkali memiliki badan atau lembaga khusus yang bertanggung jawab atas pengawasan konten online, seperti Kominfo atau Badan Siber dan Sandi Negara. Mereka menggunakan teknologi pemantauan dan analisis data untuk mengidentifikasi konten-konten yang melanggar hukum atau kebijakan yang ada. Selain itu, pemerintah juga bekerja sama dengan platform-platform online dan penyedia layanan internet untuk memfasilitasi penghapusan konten yang melanggar standar. Selain memantau, pemerintah juga terlibat dalam menyusun regulasi dan kebijakan yang berkaitan dengan dakwah online guna memastikan bahwa kegiatan tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang diinginkan, seperti toleransi, keberagaman, dan menghindari radikalisme. Dengan demikian, pemerintah berperan sebagai pengawas dan regulator dalam ekosistem dakwah online, menjaga agar pesan-pesan yang disebarkan tetap sesuai dengan kepentingan publik dan tidak menimbulkan ancaman terhadap keamanan dan stabilitas negara.

“Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam memantau dan mengatur dakwah online. Kami memiliki badan atau lembaga khusus yang bertanggung jawab atas pengawasan konten online, seperti Kominfo atau Badan Siber dan Sandi Negara. Kami menggunakan teknologi pemantauan dan analisis data untuk mengidentifikasi konten-konten yang melanggar hukum atau kebijakan yang ada. Kami juga berkolaborasi dengan platform-platform online dan penyedia layanan internet untuk memfasilitasi penghapusan konten yang melanggar standar. Ini penting untuk menjaga agar ruang digital tetap aman dan teratur.”

(Wawancara Informan 6 HJ)

“Tantangan khusus dalam memantau dakwah online adalah volume konten yang terus meningkat di platform-platform digital. Memantau konten secara manual menjadi sangat sulit dan tidak efisien. Selain itu, ada juga tantangan dalam mengidentifikasi konten yang problematik secara cepat, karena konten-konten tersebut seringkali dapat menyebar dengan cepat sebelum kita dapat menanganinya. Oleh karena itu, kami terus meningkatkan teknologi dan strategi pemantauan kami.” (Wawancara Informan 7 AS)

“Kolaborasi pemerintah dengan platform-platform online harus erat dengan platform-platform online dan penyedia layanan internet. Kami berkomunikasi secara teratur dengan mereka untuk membahas kebijakan dan prosedur penghapusan konten yang melanggar standar. Kami juga mendorong mereka untuk meningkatkan sistem pemantauan dan filterisasi konten yang tidak sesuai. Kolaborasi ini sangat penting dalam menjaga keamanan dan keteraturan ruang digital.” (Wawancara Informan 8 IB)

“Langkah-langkah konkret yang diambil jika konten dakwah online dianggap melanggar aturan atau kebijakan. Konten dakwah online yang dianggap melanggar aturan atau kebijakan yang ada, langkah-langkah segera diambil. Konten tersebut dapat segera dihapus dari platform atau disunting untuk memperbaiki ketidaksesuaian yang ada. Kami juga dapat mengambil tindakan hukum jika diperlukan, terutama jika konten tersebut melanggar hukum negara. Hal ini dilakukan untuk menjaga integritas ruang digital dan mencegah penyebaran informasi yang merugikan atau potensial membahayakan.” (Wawancara Informan 9 UM)

“Pengaturan dakwah online berharap untuk terus meningkatkan efektivitas pemantauan dan pengaturan dakwah online. Kami akan terus bekerja sama dengan semua pihak terkait, termasuk platform-platform online, masyarakat sipil, dan lembaga internasional, untuk menciptakan lingkungan digital yang aman, teratur, dan bermanfaat bagi semua orang. Kami juga akan terus mengembangkan regulasi dan kebijakan yang relevan untuk mengatasi tantangan dan perkembangan baru dalam dunia digital.” (Wawancara Informan 10 JT)

Dalam konteks dakwah online, teori Uses dan Gratifikasi memiliki relevansi yang signifikan. Teori ini menyelidiki alasan mengapa orang mengonsumsi media tertentu dan apa yang masyarakat dapatkan atau "gratifikasi" dari konsumsi tersebut. Ketika diterapkan pada monitoring pemerintah terhadap dakwah online, teori ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang perilaku pengguna dan dampaknya. Pemerintah sering kali melakukan monitoring terhadap dakwah online untuk berbagai tujuan, termasuk mengendalikan penyebaran ideologi yang dianggap mengancam stabilitas sosial atau keamanan negara. Dalam kerangka ini, Uses and Gratifications Theory membantu memahami mengapa individu mengonsumsi konten dakwah online dan apa yang masyarakat cari dari konsumsi tersebut. (Siregar & Surya, 2022)

Ada beberapa gratifikasi yang dicari oleh individu dalam mengonsumsi dakwah online, termasuk pemenuhan spiritual, pencarian informasi, interaksi sosial, dan hiburan. Bagi sebagian orang, dakwah online merupakan sumber inspirasi dan dukungan spiritual. Bagi yang lain, hal ini bisa menjadi cara untuk memperoleh pengetahuan tentang ajaran agama atau untuk terlibat dalam diskusi dan komunitas online. Tetapi, ketika pemerintah

memonitor aktivitas dakwah online, hal itu dapat mempengaruhi cara individu memperoleh gratifikasi dari konsumsi media. Misalnya, jika individu merasa bahwa aktivitasnya dipantau oleh pemerintah, masyarakat akan merasa kurang nyaman untuk berpartisipasi dalam diskusi atau mencari informasi tertentu. Ini dapat mengubah motif konsumsi media dari pemenuhan kebutuhan pribadi menjadi kebutuhan untuk menghindari pengawasan atau penindasan. (Siregar & Surya, 2022)

Dalam mengkaji dampak monitoring pemerintah terhadap dakwah online, perlu dipertimbangkan bagaimana kegiatan ini memengaruhi dinamika antara pemerintah dan masyarakat serta bagaimana hal itu dapat memengaruhi kebebasan berbicara dan beragama. Seiring dengan itu, penting juga untuk mempertimbangkan peran teknologi dalam memfasilitasi atau menghambat upaya pemerintah untuk memonitor dan mengontrol konten dakwah online. Dengan demikian, pembahasan mengenai teori Uses dan Gratifikasi terkait monitoring pemerintah pada dakwah online membuka ruang untuk memahami motivasi individu dalam mengonsumsi konten agama secara daring dan bagaimana pengawasan pemerintah dapat memengaruhi pengalaman dan perilaku mereka dalam ruang digital.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Dalam kesimpulan ini terdapat beberapa poin penting antara lain adalah Dakwah Online dan Aktivitas Dakwah. Kriteria atau standar penerimaan masyarakat dalam memantau dan mengevaluasi konten dakwah online. Pemilihan masyarakat pada da'i sehingga menjadi konten dakwah online yang diminati. Tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam memantau konten dakwah online. Peran pemerintah dan platform media sosial dalam memantau dan mengelola konten dakwah online. Dalam penelitian ini menggunakan Teori Uses dan Gratifikasi merupakan konsep yang penting dalam memahami perilaku manusia dalam mengonsumsi media. Penggunaan teori ini dapat membantu dalam memahami perilaku audiens yang terlibat dalam aktivitas dakwah di platform-platform digital. Pengetahuan tentang teori Uses dan Gratifikasi dapat menjadi landasan untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku pengguna. Teori ini menyelidiki alasan mengapa orang mengonsumsi media tertentu dan apa yang masyarakat dapatkan atau "gratifikasi" dari konsumsi tersebut. Monitoring pemerintah terhadap dakwah online, perlu dipertimbangkan bagaimana kegiatan ini memengaruhi dinamika antara pemerintah dan masyarakat serta bagaimana hal itu dapat memengaruhi kebebasan berbicara dan beragama.

### **Saran**

Berdasarkan hasil temuan yang diteliti maka penelitian ini memerlukan saran dan kritik dari peneliti selanjutnya. Poin-poin yang sudah dibahas di atas masih memerlukan pengkajian lebih mendalam lagi khususnya dalam teori uses and gratifikasi dalam memonitoring dakwah online karena semakin maraknya dakwah online diperlukan monitoring baik dari Masyarakat maupun lembaga penerintahan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arsam. (2013). Monitoring Dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap Kegiatan "Dialog Interaktif" Takmir Masjid Ash-Shiddiq ). *At-Tabasyir*, 1(1).

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1).
- Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial. *Al Hikmah*, 7(1).
- Puji Yati, Melliza Putri, Septa Yulia Putri, Jovita Junia, Ria Susanti, & Amanda Clara Natalia. (2023). Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagaisarana Pendidikan. *Proceeding Conference On Da'wah and Communication Studies*, 2(1), 50–56. <https://doi.org/10.61994/cdcs.v2i1.85>
- Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah. *At-Tabsyir*, 4(1).
- Siregar, A. S., & Surya, M. A. (2022). Analisis Use And Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah Virtual. *An-Nadwah*, 28(2).
- Surbakti, M. F. A., Mutiawati, M., & Ritonga, H. J. (2023). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital. *Al-DYAS*, 2(2), 298–306. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153>
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1).