

STRATEGI PENYIARAN EFEKTIF DI MEDIA MASSA DAN DIGITAL DALAM PERSPEKTIF HADIS

A. Fadli, Zulfahmi Alwi, Arifuddin Ahmad, Sumarni Sumai

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Sulawesi Selatan. Indonesia

Institut Agama Islam parepare, Sulawesi Selatan. Indonesia

andimuhfadli75@gmail.com, zulfahmi.alwi@uin-alauddin.ac.id,

arifuddin.ahmad@uin-alauddin.ac.id, sumarnisumai@iainpare.ac.id

Abstrak

Article History

Received : 06-01-2025

Revised : 21-04-2025

Accepted : 01-05-2025

Keywords:

Strategy, Mass Media,
Thematic Hadith.

Mass media broadcasting has a strategic role in shaping public opinion and disseminating information widely. In the perspective of Islamic communication, broadcasting not only functions as a means of communication, but also as a medium to convey messages of truth that originate from the Qur'an and Sunnah. This study aims to analyze effective mass media broadcasting strategies based on the guidance of the hadiths of the Prophet. This study examines how the principles of Islamic communication, such as honesty, clarity, and aesthetics in delivering messages, can be applied in modern broadcasting to increase its impact and effectiveness. The method used is a literature review of relevant hadiths. The results of the study show that effective broadcasting must be oriented towards truth, creativity, and relevance of the message, and use methods that are appropriate to the needs of the audience. Digital technology provides great opportunities to increase audience interaction and involvement, so that messages of goodness can be delivered widely and measurably. In conclusion, the mass media broadcasting strategy based on the perspective of Islamic communication is able to produce message delivery that is not only informative, but also builds moral and spiritual values. This makes mass media broadcasting an important instrument in preaching and the formation of a better society.

Pendahuluan

Media massa memiliki potensi yang sangat besar dalam penyebaran informasi dan pesan-pesan Islam. Media massa, baik cetak maupun elektronik sangat efektif sebagai saluran komunikasi dengan akses jangkauan yang lebih luas, bahkan di era teknologi ini seluruh informasi dapat secara langsung dikonsumsi tanpa ada lagi jarak dan batas-batas negara. (Emilsyah Nur, 2021:52) Begitupun pesan-pesan keislaman disampaikan secara lebih luas, bersentuhan langsung dengan masyarakat secara langsung dengan berbagai macam latar

belakang. Penyiaran pesan-pesan Islam, atau syiar Islam di Media Massa tidak hanya sebatas mengabarkan tentang paham-paham keislaman, tetapi lebih jauh melalui media massa akan dapat membentuk pemahaman masyarakat yang lebih substansial dan lebih mendalam tentang ajaran-ajaran Islam yang universal, Nilai-nilai Islam yang bersentuhan langsung dengan sosio-kultur masyarakat, dan penjelasan-penjelasan tentang ajaran Islam yang masih kurang dipahami oleh sebagian umat. (Rohman, 2020:25)

Penulis menganalisis bahwa media massa sangat strategis dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat secara langsung melalui berbagai program-program keagamaan yang disiarkan di televisi, radio, atau melalui platform digital lainnya. Misalnya melalui ceramah, kajian Islam, diskusi dengan tema-tema yang menghubungkan antara nilai-nilai Islam dengan tema-tema kontemporer, disamping media massa menjadi alat yang sangat efektif dalam mengedukasi tentang tata cara beribadah, mengedukasi tentang etika, moralitas dan cara hidup yang sesuai dengan ciri keislaman mengikuti perkembangan zaman. Media massa sangat efektif dalam membentuk pemahaman dan menunjukkan peran-peran motivasional dalam membangun kehidupan beragama yang harmonis, menguatkan keimanan, membangun keseimbangan kehidupan dunia dan akhirat.

Dengan kata lain, penyiaran Islam di media massa memiliki peran yang sangat luas dan penting dalam membangun masyarakat yang lebih baik, tidak hanya dari sisi keagamaan, tetapi juga dari sisi sosial dan moral. (Munardi, 2021:76) Oleh karena itu, strategi penyiaran yang efektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam perlu dikembangkan agar pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang menarik, relevan, dan dapat diterima oleh audiens dengan cara yang positif. Dalam konteks ini, peran media massa sebagai agen perubahan dalam membentuk masyarakat yang berakhlak mulia dan hidup sesuai dengan ajaran Islam sangatlah vital.

Dalam konteks ini, komunikasi Islami yang didasarkan pada prinsip-prinsip hadis Nabi Muhammad SAW dapat menjadi dasar yang kuat untuk merancang strategi penyiaran yang efektif. Hadis, sebagai salah satu sumber utama ajaran Islam, memberikan banyak pedoman mengenai cara berkomunikasi yang efektif dan penuh hikmah. Oleh karena itu, memahami hubungan antara komunikasi Islami dalam hadis dan strategi penyiaran di media massa menjadi sangat penting untuk mengoptimalkan fungsi media dalam memberikan pesan atau dakwah. Penelitian ini mengkaji bagaimana prinsip-prinsip komunikasi dalam hadis dapat diterapkan dalam strategi penyiaran Islam di media massa, dengan tujuan meningkatkan efektivitas dakwah Islam di era digital.

Dalam upaya ini, penelitian ini juga mempertimbangkan tantangan dan peluang yang dihadapi media massa dalam menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif kepada audiens yang beragam.

Penyiaran Islam di media massa telah menjadi topik yang mendapat perhatian dalam berbagai penelitian akademik. Menurut beberapa studi, penggunaan media massa dalam dakwah Islam dapat mengubah cara umat Islam memahami dan mempraktikkan ajaran agama mereka, terutama di era digital yang penuh tantangan. (Aslam, 2018:45)

Salah satu teori komunikasi yang sering dikaitkan dengan dakwah Islam adalah komunikasi yang berbasis pada prinsip kejujuran, kebijaksanaan, dan

manfaat. Dalam kode etik dan 9 elemen jurnalistik karya Bill Covach dan Tom, sangat sejalan dan menekankan prinsip tersebut. Hal ini sesuai dengan banyak hadis yang mengajarkan pentingnya berbicara dengan cara yang baik dan tidak menyakiti perasaan orang lain. (Husain, 2018:112) Misalnya, Rasulullah SAW bersabda: “Sampaikan dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari), yang menunjukkan pentingnya penyampaian pesan yang jelas dan sederhana agar dapat dipahami oleh semua kalangan. (Bukhari, 2010:3461)

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi dakwah melalui media massa yang efektif harus melibatkan penggunaan bahasa yang santun dan sesuai dengan konteks sosial audiens. (Nizam, 2020:38) Ini menunjukkan bahwa media massa dapat berperan sebagai saluran yang kuat dalam menyampaikan pesan dakwah Islam, tetapi hanya jika dilakukan dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam mengenai bagaimana prinsip komunikasi Islami dalam hadis dapat diterapkan dalam penyiaran Islam melalui media massa. Data diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai jurnal, buku, dan artikel yang relevan, serta wawancara dengan praktisi media dakwah. Analisis dilakukan dengan cara membandingkan prinsip-prinsip komunikasi dalam hadis dengan praktik penyiaran yang ada di media massa saat ini.

Pembahasan

Hadis-hadis tentang prinsip komunikasi media massa

Hadis-hadis tentang strategi penyiaran Islam melalui media massa, sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Penyiaran Dakwah

Ṣaḥīḥ Muslim Nomor Hadis: 1893

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ يِ قَالَ عَنْ أَبِي مَسْعُودٍ النَّوَّصَارِ

Artinya:

Dari Abu Mas'ud al-Anshari, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda, “Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang melakukannya”. (Muslim, 1991:1050)

Hadis diatas selain terdapat pada Ṣaḥīḥ Muslim pada Bab Fadḥlu al-Ta'awun 'ala al-Birri wa al-Taḳwa (Keutamaan Saling Membantu dalam Kebaikan dan Ketakwaan), juga terdapat pada Sunan Abi Dawud pada Bab al-Adab Nomor Hadis: 5129, (Sulaiman, 2008:232) terdapat pula pada kitab Jāmi' al-Tirmidzī (Sunan Tirmidzi) pada Bab tentang keutamaan menunjukkan kepada kebaikan Nomor Hadis: 2670. (Tirmizi, 1998:317)

Abu Mas'ud al-Ansari (عَبْدُ اللَّهِ بْنِ قَيْسِ النَّصَارِ يِ) adalah seorang sahabat Nabi Muhammad SAW dari kalangan Anshar, tepatnya dari suku Khazraj di Madinah. Nama lengkapnya adalah *Abdullah bin Qais al-Ansari*. Beliau dikenal dengan julukan *Abu Mas'ud* dan merupakan salah satu sahabat yang sangat dihormati oleh Nabi SAW. (Muslim, 1991:1050)

Abu Mas'ud adalah seorang yang dikenal karena ketakwaannya dan merupakan salah seorang yang berperan aktif dalam banyak pertempuran besar, termasuk dalam *Perang Badar* dan *Perang Uhud*. Beliau juga dikenal sebagai

seorang pengajar dan banyak meriwayatkan hadis-hadis dari Nabi SAW. Hadis yang Anda sebutkan, yaitu *"Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang melakukannya,"* termasuk salah satu hadis yang diriwayatkan oleh Abu Mas'ud. (Dawud, 2008:232)

Semua perawi dalam sanad ini berstatus *tsiqah* (terpercaya) yang diriwayatkan secara *muttashil* (bersambung) tanpa ada cacat dalam sanad. Hadis ini adalah *Shahih* karena diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam kitabnya yang telah disepakati sebagai salah satu kitab hadis sahih.

Kondisi yang makin kompleks saat ini, ada teori di media massa tentang 9 elemen Jurnalis karya Bill Kovach dan Tom, yang menekankan tentang pentingnya berita yang dan benar, dan di perkuat pula kode etik jurnalis Indonesia yang menganut tentang prinsip keberimbangan serta melarang menyebarkan fitnah, pronografi dan terkait sara.

2. Penyampaian Pesan yang Tepat Sasaran HR. Bukhari, Nomor. 127

حدثنا محمد بن سلام، حدثنا عبدة بن سليمان، عن هشام بن عروة، عن أبيه، عن عائشة رضي الله
. قولوا للناس ما يفهمون صلى الله عليه وسلم. قل رسول الله: . عنها قالت

Artinya:

"Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Salam, telah menceritakan kepada kami Abduh bin Sulayman, dari Hisham bin Urwah, dari ayahnya, dari Aisyah Radiyallahu 'anha ia berkata: Rasulullah Sallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: 'Bicarakanlah kepada manusia sesuai dengan apa yang mereka pahami'".(Bukhari, 1987:44)

Penjelasan sanad dan status hadis:

1. Muhammad bin Salam

Nama lengkap: Muhammad bin Salam al-Baykandi. Status: Tsiqah (terpercaya), seorang perawi yang digunakan Imam al-Bukhari. Ia wafat pada tahun 225 H. (Hajar, 1404:139)

2. 'Abdah bin Sulayman

Nama lengkapnya adalah عبدة بن سليمان الكلبي. Dia adalah seorang perawi yang tsiqah (terpercaya) dan juga digunakan oleh Imam Bukhari serta Muslim. Ia wafat pada tahun 213 H. (Hajar, 1404:364)

3. Hisham bin 'Urwah

Nama lengkapnya adalah هشام بن عروة بن الزبير بن العوام. Ia adalah seorang tabi'in yang tsiqah, tetapi sebagian ulama mengkritik riwayatnya ketika berada di Irak. Namun, riwayatnya tetap diterima oleh al-Bukhari dan Muslim, terkenal sebagai perawi hadis dari ayahnya. Ia wafat pada tahun 146 H. (Hajar, 1404:49)

4. 'Urwah bin az-Zubair

Nama lengkapnya adalah عروة بن الزبير بن العوام. Ia adalah seorang tabi'in besar, faqih, dan tsiqah. Ia adalah anak dari sahabat az-Zubair bin al-'Awwam رضي الله عنه dan Asma' binti Abu Bakar رضي الله عنها. Ia wafat pada tahun 94 H. (Hajar, 1404:146)

5. 'Aisyah radiyallahu 'anha.

Aisyah adalah salah satu istri Rasulullah صلى الله عليه وسلم yang dikenal sebagai Ummul Mukminin dan seorang perawi hadis terbesar dari kalangan wanita. Ia

wafat pada tahun 58 H. (Hajar, 1970:231) Dengan demikian, Hadis ini berstatus Shahih. Sanadnya kuat karena semua perawinya tsiqah (terpercaya) dan matan hadisnya tidak bertentangan dengan dalil lainnya. Imam al-Bukhari menggunakan hadis ini untuk menjelaskan pentingnya menyampaikan ilmu sesuai dengan kemampuan pemahaman pendengar.

Ulama klasik seperti Al-Ghazali juga mengajarkan, bahwa setiap orang memiliki tingkat pemahaman yang berbeda sehingga cara penyampaian pesan pun harus disesuaikan. Ada yang lebih mudah menerima melalui nasehat, sementara yang membutuhkan pendekatan yang lebih tegas. Begitupula dengan ulama kontemporer seperti Dr Yusuf Alqaradawi, menekankan pentingnya menyampaikan pesan berdasarkan kondisi sosial yang ada. Pesan dakwah tidak boleh hanya berdasarkanteks klasik, tapi harus relevan dengan konteks zaman dan masalah sosial yang di hadapi masyarakat.

6. Interaktivitas dan Keterlibatan Audiens Ṣaḥīḥ al-Bukhārī Nomor Hadis: 2446.

"الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا." فِي صَلَاةِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ 'عَنْ أَبِي مُوسَى عَنِ النَّبِيِّ

Artinya: Dari Abu Musa al-Asy'ari رضي الله عنه, dari Nabi ﷺ, beliau bersabda: "Seorang mukmin dengan mukmin lainnya bagaikan satu bangunan, yang satu memperkuat yang lainnya." (Bukhari, 1987:150)

Penjelasan sanad hadis:

Abu Musa al-Asy'ari (Abu Musa al-Ash'ari) adalah seorang sahabat Nabi ﷺ yang terkenal dengan kebijaksanaan dan kedalamannya dalam agama. Ia berasal dari suku Azd yang beriman dan menjadi salah satu tokoh penting dalam sejarah Islam. Abu Musa al-Asy'ari, yang dikenal dengan kekuatan hafalannya dan kedudukannya di kalangan sahabat. (Bukhari, 1987:150)

Status hadis: Hadis ini merupakan hadis yang sahih dengan sanad yang kuat, yang menunjukkan pentingnya kerjasama, solidaritas, dan saling mendukung antar sesama mukmin. Dalam kehidupan sehari-hari, hadis ini mengajarkan bahwa umat Islam harus saling memperkuat satu sama lain dalam kebaikan, sebagaimana bagian-bagian dalam bangunan yang saling mendukung untuk menjaga kestabilan dan kekuatan keseluruhan. Hadis ini diriwayatkan dalam Sahih al-Bukhari dan Sahih Muslim, yang berarti derajatnya adalah Shahih (sahih). Sahih berarti hadis ini memiliki sanad yang kuat dan dapat diterima sebagai sumber ajaran Islam yang sah. (Bukhari, 1987:1160)

7. Kreativitas dalam Penyajian Konten Dakwah Sahih Muslim Nomor Hadis: 131

إِنَّ أَلَّا جَمِيلٌ يُحِبُّ. "قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ :

Artinya:

Dari Abu Hurairah radiyallahu anhu ia berkata: Rasulullah Sallallahu 'Alaihi Wasallam bersabda: "Sesungguhnya Allah itu indah dan mencintai keindahan." (Muslim, 1991:1245)

Status hadis:

Abu Hurairah (nama lengkapnya Abu Hurairah 'Abd al-Rahman bin Sakhr al-Dawsi al-Yamani) adalah salah satu sahabat Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam yang paling terkenal dalam hal banyaknya riwayat hadis. Nama

"Abu Hurairah" sendiri berarti "Bapak Kucing Kecil" yang diberikan kepadanya karena beliau sering membawa seekor kucing kecil. Beliau adalah seorang dari suku Daws, yang berasal dari Yaman. Abu Hurairah termasuk di antara sahabat yang paling banyak meriwayatkan hadis, dengan lebih dari 5.000 hadis yang diriwayatkannya. Hal ini menjadikannya sebagai perawi hadis yang sangat produktif, meskipun ia hanya menghabiskan sekitar 3 tahun bersama Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam, yakni antara tahun 7 H hingga 10 H. Sebagai seorang sahabat yang sangat dekat dengan Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam, Abu Hurairah dikenal karena keilmuannya dan kedalamannya dalam memahami ajaran Islam. Beliau dikenal dengan kesetiannya kepada Nabi ﷺ, serta kecermatannya dalam menghafal hadis-hadis. Abu Hurairah juga terkenal dengan kemauan kerasnya untuk selalu berada di dekat Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam dan berusaha untuk mendalami setiap ajaran yang disampaikan. (Muslim, 1991:1245)

8. Pengukuran Dampak dan Efektivitas Penyiaran Sahih Muslim, Hadis nomor 118

إِنَّ أَحَدَ أَلْوَانِ قَوْلِ أَصْدَقَ مِنْ " : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ وَأَحْسَنَ هُدًى هُدًى مُحَمَّدٍ ﷺ. "كِتَابِ اللَّهِ،

Artinya: *Dari Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah ﷺ bersabda: "Sesungguhnya di antara perkataan yang paling benar adalah kitab Allah, dan sebaik-baik petunjuk adalah petunjuk Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam".* (Muslim, 1995:20)

Penjelasan Sanad:

Abdullah bin Mas'ud adalah salah seorang sahabat Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam yang sangat terkenal karena kedalaman pengetahuannya tentang agama, Al-Qur'an, dan sunnah. Beliau berasal dari suku Hudhail, yang terletak di wilayah Makkah. Abdullah bin Mas'ud adalah salah seorang yang pertama memeluk Islam dan termasuk dalam kelompok *As-Sabiqun al-Awwalun* (orang-orang yang pertama kali memeluk Islam). Beliau dikenal sebagai salah satu dari "*Ahl al-Suffah*", yaitu sahabat yang tinggal di sebuah tempat di masjid Nabi di Madinah untuk belajar dan berdakwah. Abdullah bin Mas'ud adalah orang yang sangat dekat dengan Nabi Muhammad ﷺ dan sering menjadi salah seorang yang diutus untuk menyampaikan wahyu atau memberikan penjelasan tentang agama kepada umat Islam. Beliau juga terkenal sebagai pembaca dan penghafal Al-Qur'an. Selain itu, Abdullah bin Mas'ud adalah salah seorang sahabat yang banyak meriwayatkan hadis dari Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam. Abdullah bin Mas'ud adalah sahabat yang memiliki kedalaman ilmu, dan beliau juga dikenal dengan kefasihan dan ketelitian dalam memahami teks-teks agama. Oleh karena itu, banyak hadis yang diriwayatkan oleh beliau yang dianggap sangat terpercaya dan memiliki otoritas tinggi. (Muslim, 1995:20)

Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu 'anhu tidak hanya dikenal sebagai seorang sahabat yang memiliki kedalaman dalam ilmu agama, tetapi juga sebagai seorang yang aktif menyebarkan pengetahuan dan memberikan nasihat yang bijaksana kepada umat Islam pada masa hidupnya.

Beberapa ulama kontemporer seperti Dr Yusuf dan Dr Zakir menyarankan penggunaan media massa untuk menyebarkan pesan dakwah dan mengukur

dampaknya melalui respon audien, frekuensi interaksi serta jumlah penonto atau pengikut.

Strategi Penyiaran Efektif Media Massa Di Era Digital

Media massa memegang peranan vital dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam kepada khalayak luas. Dalam konteks ini, media massa tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk opini publik, menanamkan nilai-nilai moral, serta memberikan pendidikan kepada masyarakat. Pentingnya peran ini semakin terasa di tengah kebutuhan umat akan panduan hidup yang sesuai dengan prinsip Islam. Melalui pendekatan yang strategis, media massa mampu menjadi jembatan antara ulama dan masyarakat, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh semua kalangan. (Nurfitria, 2022:89)

Kemajuan teknologi digital telah memperluas cakupan media massa yang sebelumnya didominasi oleh televisi, radio, dan surat kabar. Kini, platform digital seperti media sosial, blog, podcast, dan YouTube menjadi alat yang semakin populer dalam penyiaran dakwah. Berkat teknologi ini, pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih beragam tanpa batasan geografis dan waktu. Selain itu, interaktivitas platform digital memberikan peluang bagi para dai untuk berkomunikasi langsung dengan audiens, menciptakan hubungan yang lebih personal dan mendalam. (Ummah dkk, 2023:151)

Namun, dalam memanfaatkan teknologi ini, dibutuhkan strategi penyiaran yang tepat agar pesan dakwah tetap relevan di tengah perubahan zaman. Para penyiar dakwah perlu memahami tren digital, memanfaatkan teknologi dengan kreatif, dan menghadirkan konten yang menarik namun tetap berbasis pada ajaran Islam. Dengan pendekatan yang adaptif, media dakwah tidak hanya dapat menjangkau lebih banyak orang, tetapi juga mampu menciptakan dampak positif yang lebih besar dalam membangun masyarakat yang bermoral dan berilmu. (Romadoni dkk., 2020)

Beberapa strategi penyiaran yang efektif media massa dalam dakwah, sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Penyiaran Dakwah

Di era digital, teknologi menjadi alat yang sangat kuat untuk menyampaikan pesan. Pemanfaatan platform seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih banyak berinteraksi dengan perangkat digital. Menurut Hidayat & media sosial memberikan ruang bagi pesan dakwah untuk disebarkan dengan cepat dan interaktif. Konten dakwah yang disajikan secara kreatif di media sosial akan lebih mudah menarik perhatian audiens, terutama dengan penggunaan visual dan video pendek. (Hidayat dkk, 2020:125)

Media sosial memungkinkan dakwah dilakukan dengan lebih fleksibel dan dinamis, tanpa terikat pada waktu dan ruang. Penyiaran dakwah melalui media digital juga memungkinkan audiens untuk memberikan *feedback* secara langsung, yang dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan mereka dengan pesan yang disampaikan. (Yunus dkk, 2019:45)

Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Abu Mas'ud al-Ansari radhiyallahu 'anhu berbunyi: "مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ" mengandung pesan penting tentang membagikan kebaikan dan mendorong orang lain untuk berbuat baik.

Dalam konteks strategi pemanfaatan teknologi digital dalam penyiaran media massa, prinsip ini sangat relevan. Penyiaran media massa saat ini tidak hanya berbicara tentang distribusi informasi, tetapi juga tentang mempromosikan nilai-nilai positif dan kebaikan melalui berbagai platform digital. Dalam konteks dakwah digital, media sosial menawarkan platform yang sangat efektif untuk menerapkan prinsip ini. Dakwah melalui media digital memungkinkan penyebaran pesan kebaikan ke audiens yang lebih luas, serta memberikan kesempatan bagi audiens untuk berpartisipasi aktif dalam menyebarkan kebaikan tersebut.

Misalnya, seorang da'i atau pembuat konten dakwah dapat mengajak audiens untuk berbagi informasi positif, seperti artikel tentang kebaikan, video motivasi, atau tips kehidupan Islami. Setiap kali audiens membagikan konten tersebut kepada orang lain, mereka bukan hanya menyebarkan kebaikan, tetapi juga memperoleh pahala yang setara dengan orang yang melakukan kebaikan tersebut. Dengan feedback yang langsung dapat diberikan oleh audiens, ini menciptakan interaksi yang lebih dinamis dan meningkatkan efektivitas penyiaran dakwah, sejalan dengan pesan hadis yang mendorong untuk terus menyebarkan kebaikan.

Media sosial, sebagai alat yang fleksibel, memungkinkan setiap individu untuk menjadi agen perubahan, dengan berbagi kebaikan yang tidak hanya menguntungkan diri sendiri, tetapi juga memberi dampak positif kepada orang lain, yang akhirnya kembali pada mereka dalam bentuk pahala.

2. Penyampaian Pesan yang Tepat Sasaran

Penyampaian pesan dakwah yang efektif harus disesuaikan dengan karakteristik audiens. Dalam konteks media digital, ini berarti penyampaian pesan harus disesuaikan dengan platform yang digunakan. Misalnya, pesan dakwah yang disampaikan melalui Twitter cenderung singkat dan padat, sementara di YouTube bisa berupa video berdurasi lebih panjang dengan narasi yang lebih mendalam.

Sidiq menjelaskan bahwa pesan dakwah yang disampaikan di media sosial harus mempertimbangkan karakteristik pengguna platform tersebut, seperti preferensi audiens yang lebih muda di TikTok dan Instagram yang lebih menyukai konten visual. Hal ini perlu diperhatikan agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tidak terabaikan begitu saja. (sidiq dkk, 2021:101)

Dalam hadis *قُولُوا لِلنَّاسِ مَا يَفْهَمُونَ* mengandung pesan penting terkait cara menyampaikan informasi dengan memperhatikan pemahaman audiens. Rasulullah *Sallallahu 'Alaihi Wasallam* mengajarkan kita untuk berkomunikasi dengan cara yang mudah dipahami oleh pendengarnya, sesuai dengan konteks dan tingkat pemahaman mereka. Dalam penyiaran media massa, prinsip ini sangat relevan, terutama dalam konteks penyampaian pesan yang tepat sasaran. Dalam konteks hadis ini, makna tepat sasaran yang dimaksud adalah *pertama*, Pemilihan bahasa yang Sesuai dengan Audiens: Salah satu pelajaran penting dari hadis ini adalah pentingnya memilih bahasa yang mudah dipahami oleh audiens. Dalam penyiaran media massa, baik itu melalui televisi, radio, atau platform digital, penting bagi penyiar, host ataupun presenter pembuat konten untuk mengetahui siapa audiens mereka dan menyampaikan pesan dalam bahasa atau format yang sesuai dengan level pemahaman mereka. Sebagai contoh, dalam penyiaran dakwah, konten harus disesuaikan dengan usia, latar belakang, dan

kebutuhan audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik.

Kedua, Menyederhanakan pesan tanpa mengurangi esensi Hadis ini juga mengajarkan untuk menyederhanakan pesan agar dapat dipahami oleh audiens yang mungkin belum memiliki pemahaman yang mendalam. Dalam konteks media massa, penyederhanaan pesan ini sangat penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah atau kampanye sosial dapat diterima dengan baik oleh masyarakat umum, tanpa kehilangan makna inti. Ini bisa dilakukan dengan menggunakan format yang lebih mudah dipahami, seperti infografis, video singkat, atau postingan yang jelas dan langsung ke inti permasalahan. *Ketiga*, Kesesuaian dengan Konten yang Diharapkan oleh Audiens: Media massa memiliki beragam audiens dengan kebutuhan dan pemahaman yang berbeda. Oleh karena itu, seperti yang disarankan dalam hadis ini, pesan yang disampaikan haruslah disesuaikan dengan apa yang dipahami oleh audiens. Dalam hal ini, penyiar atau pembuat konten harus melakukan riset atau survei untuk mengetahui jenis informasi yang dibutuhkan oleh audiens mereka. Dengan demikian, konten yang disiarkan dapat lebih tepat sasaran dan memberikan dampak yang lebih besar.

Keempat, Interaktivitas dan Umpan Balik Audiens: Penyiaran media massa melalui platform digital memungkinkan adanya interaksi langsung dengan audiens melalui komentar, like, atau berbagi. Hal ini memungkinkan pembuat konten untuk lebih memahami tingkat pemahaman audiens dan menyesuaikan pesan mereka berdasarkan umpan balik tersebut. Misalnya, jika audiens menunjukkan kesulitan memahami suatu konsep, pembuat konten dapat mengubah pendekatan atau menyajikan pesan dengan cara yang lebih sederhana. Hadis ini mengingatkan tentang pentingnya penyampaian pesan dengan cara yang tepat agar audiens dapat memahami dan menerima pesan yang disampaikan. Dalam dunia media massa yang serba cepat dan beragam audiensnya, penting bagi penyiar atau pembuat konten untuk memahami audiens mereka dan menyampaikan informasi sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, pesan yang disampaikan akan lebih efektif, memberikan dampak yang lebih besar, dan lebih tepat sasaran.

3. Interaktivitas dan Keterlibatan Audiens

Keterlibatan audiens menjadi salah satu faktor kunci dalam strategi penyiaran media massa di era digital. Dengan menggunakan platform digital, audiens tidak hanya menjadi penerima pesan tetapi juga dapat berinteraksi dengan konten yang disajikan. Nurdiansyah (2020) dalam *Jurnal Komunikasi Islam* mencatat bahwa interaktivitas ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara penyiar dakwah dan audiens. Pesan dakwah yang dapat memicu diskusi, pertanyaan, atau bahkan diskusi di kolom komentar dapat memperdalam pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. (Nurdiansyah, 2020:67)

Hadis yang berbunyi: *أَلْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا*. Hadis ini disampaikan oleh Rasulullah *Sallallahu 'Alaihi Wasallam* untuk menggambarkan bagaimana hubungan antara sesama mukmin harus bersifat saling mendukung, menguatkan, dan melengkapi seperti sebuah bangunan yang kokoh karena saling menopang. Tiap komponen dalam bangunan memiliki peran masing-masing, tetapi semuanya berkontribusi dalam menciptakan struktur yang kuat dan bermanfaat.

Dalam konteks penyiaran media massa di era digital, prinsip dari hadis ini dapat diterapkan dalam membangun interaksi yang kuat dan keterlibatan audiens untuk menciptakan ekosistem media yang efektif, kolaboratif, dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Berikut penjelasannya:

a. Interaksi Sebagai Penguatan Pesan

Seperti hubungan sesama mukmin yang saling menguatkan, media digital memungkinkan adanya interaksi antara penyiar atau pembuat konten dengan audiens. Interaksi ini menciptakan hubungan yang lebih dekat dan kepercayaan yang kuat. Misalnya, melalui fitur komentar, live streaming, dan feedback real-time, audiens dapat memberikan masukan yang membangun dan memperkuat kualitas konten yang disajikan.

b. Audiens sebagai Bagian dari "Bangunan" Konten

Dalam strategi penyiaran digital, audiens bukan hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses produksi konten. Mereka membantu membagikan konten (share), memberikan masukan (feedback), dan berpartisipasi dalam diskusi. Hal ini mencerminkan prinsip dari hadis, di mana setiap individu memiliki peran dalam memperkuat bangunan besar, dalam hal ini adalah ekosistem media digital.

c. Kolaborasi dan Dukungan Audiens

Media massa modern tidak lagi bersifat satu arah. Dengan teknologi digital, audiens memiliki kemampuan untuk berkolaborasi dengan penyiar atau kreator konten. Misalnya, dalam kampanye sosial atau dakwah digital, audiens dapat turut serta menyebarkan pesan kebaikan. Kolaborasi ini menjadikan strategi penyiaran lebih efektif dan berkelanjutan, karena setiap audiens memiliki peran untuk memperkuat dampak dari konten yang disampaikan.

d. Memperkuat Jaringan Audiens

Sama seperti bangunan yang kokoh karena komponennya saling terkait, penyiaran media digital yang efektif bergantung pada jaringan audiens yang solid. Dengan keterlibatan audiens melalui interaksi yang aktif, media dapat membangun komunitas yang loyal dan saling mendukung dalam menyebarkan informasi positif dan bermanfaat.

e. Penyampaian Nilai-Nilai Positif

Sebagaimana mukmin harus saling menguatkan dalam kebaikan, penyiaran media massa di era digital dapat menjadi sarana untuk mendorong nilai-nilai kebersamaan, kolaborasi, dan saling mendukung. Konten yang positif dan membangun dapat menciptakan audiens yang lebih peduli, berpartisipasi aktif, dan membantu menyebarkan kebaikan ke khalayak yang lebih luas. Hadis ini menekankan pentingnya kolaborasi dan saling mendukung dalam membangun kekuatan bersama. Dalam konteks strategi penyiaran media massa di era digital, interaksi aktif dan keterlibatan audiens menjadi faktor kunci untuk menciptakan konten yang berkualitas, efektif, dan berdampak luas. Dengan membangun hubungan yang erat dan komunitas yang saling menguatkan, media massa digital dapat menjadi sarana penyebaran informasi positif yang lebih kokoh dan berdaya guna.

Terdapat hadis yang berbunyi: "إِنَّ اللَّهََ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ" (*Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan*) mengandung pesan bahwa Allah SWT adalah Dzat yang Maha Indah dalam segala ciptaan-Nya dan mencintai segala sesuatu yang indah, baik dalam bentuk penampilan, perkataan, maupun

perbuatan. Ini mendorong umat Islam untuk senantiasa menampilkan keindahan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penyampaian pesan atau dakwah.

Dalam hubungannya dengan kreativitas dalam penyajian konten dakwah dapat diuraikan, sebagai berikut:

a. Keindahan dalam Penyajian Konten

Dalam konteks penyajian konten dakwah, hadis ini mendorong para da'i dan kreator konten untuk menyampaikan pesan dengan cara yang indah dan menarik. Keindahan dalam penyampaian dakwah bukan hanya dalam makna estetika visual atau audio, tetapi juga dalam struktur, bahasa, dan kreativitas. Konten yang indah akan lebih mudah menarik perhatian audiens, sehingga pesan dakwah lebih efektif diterima.

b. Menggunakan Kreativitas untuk Menarik Audiens

Sebagaimana Allah menyukai keindahan, maka dalam menyampaikan dakwah, seorang da'i harus mampu menyajikan konten yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan audiens. Di era digital, kreativitas dalam konten bisa diwujudkan melalui desain visual yang menarik dan profesional, Video interaktif atau animasi yang informatif namun sederhana dan pemilihan bahasa yang mudah dipahami tetapi tetap menyentuh. Penyajian konten yang kreatif ini mencerminkan keindahan, sesuai dengan pesan hadis bahwa Allah mencintai keindahan.

c. Estetika sebagai Bagian dari Dakwah

Islam tidak hanya menekankan aspek kebenaran dalam dakwah tetapi juga keindahan cara penyampaiannya. Kreativitas dan estetika dalam konten dakwah menjadi sarana untuk membangun ketertarikan emosional audiens. Misalnya, konten dakwah di media sosial yang dikemas dalam bentuk infografis, video pendek, atau podcast dapat membuat audiens lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan.

d. Memanfaatkan Teknologi Digital

Di era digital, teknologi memberi banyak peluang untuk menghadirkan konten dakwah yang kreatif dan indah. Dengan memanfaatkan media seperti YouTube, Instagram, atau TikTok, penyampaian pesan dakwah dapat dikemas lebih menarik, modern, dan interaktif, tanpa menghilangkan nilai-nilai substansi dakwah.

e. Relevansi dan Kesederhanaan dalam Keindahan

Kreativitas bukan berarti berlebihan. Konten dakwah harus tetap sederhana namun memiliki nilai estetika dan daya tarik. Rasulullah ﷺ pun menyampaikan dakwah dengan kata-kata yang indah, lugas, dan tepat sasaran, yang menjadi contoh bagi kita untuk mengemas pesan kebaikan dengan kreatif namun sederhana.

Penyajian konten dakwah dalam bentuk yang kreatif sangat penting untuk menarik perhatian audiens di tengah banjir informasi yang tersedia di internet. Fakhruddin & Hidayat dalam *Jurnal Media Sosial* menyarankan agar penyiaran dakwah di media sosial memanfaatkan elemen-elemen visual seperti infografik, video pendek, dan meme, yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Kreativitas dalam penyajian pesan tidak hanya terbatas pada bentuk visual, tetapi juga pada cara penyampaian pesan yang dapat menggugah emosi audiens, seperti cerita inspiratif atau kisah nyata yang berkaitan dengan ajaran Islam. (Fakhruddin, 2018:88)

4. Pengukuran Dampak dan Efektivitas Penyiaran

Salah satu kelebihan dari penyiaran dakwah di era digital adalah kemudahan dalam mengukur dampak dan efektivitas penyampaian pesan. Dengan menggunakan alat analitik yang disediakan oleh platform digital, seperti YouTube Analytics, Google Analytics, atau statistik Instagram, penyiar dapat mengetahui sejauh mana pesan yang disampaikan telah diterima oleh audiens, berapa banyak interaksi yang terjadi, dan dari negara mana audiens tersebut berasal. Hasan & Firdaus menekankan bahwa pengukuran dampak melalui platform digital memungkinkan penyiar untuk menilai apakah strategi yang digunakan efektif atau perlu disesuaikan. (Hasan dkk., 2021:145)

Hadis yang memiliki relevansi terkait pengukuran dampak dan efektivitas hadits dalam penyiaran:

إِنَّ أَحَدَ أَلْوَانِ قَوْلِ أَصْدَقَ مِنْ كِتَابِ أَلِّ، وَأَحْسَنَ هُدًى هُدًى مُحَمَّدٍ

Sesungguhnya perkataan yang paling benar adalah Kitabullah (Al-Qur'an), dan petunjuk terbaik adalah petunjuk Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam. yang menekankan pada dua keutamaan, yaitu Keutamaan Al-Qur'an sebagai sumber kebenaran mutlak dan Petunjuk Rasulullah Sallallahu 'Alaihi Wasallam sebagai teladan terbaik dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam penyampaian pesan kebaikan.

Dalam konteks penyiaran media massa, pengukuran dampak dan efektivitas berkaitan erat dengan sejauh mana pesan yang disampaikan bernilai benar berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah, dan tersampaikan dengan baik sehingga mencapai audiens secara optimal dan memberi dampak positif.

a. Kebenaran Pesan yang Disampaikan

Hadis ini menekankan bahwa konten penyiaran harus bersumber pada kebenaran, sebagaimana Al-Qur'an adalah perkataan yang paling benar dan petunjuk Rasulullah ﷺ adalah sebaik-baik tuntunan yaitu dalam penyiaran dakwah, konten yang benar akan memberikan nilai kebermanfaatan yang berkelanjutan. Pesan yang disampaikan kepada publik harus jujur dan bertanggungjawab dan bukan hoax dan pengukuran dampak dapat dilakukan dengan melihat perubahan perilaku positif dari audiens, seperti meningkatnya pemahaman agama, moralitas, dan praktik baik.

b. Efektivitas Penyiaran

Petunjuk Rasulullah ﷺ mengajarkan bagaimana cara menyampaikan pesan dengan jelas, relevan, dan menarik sehingga audiens dapat menerimanya dengan baik. Dalam penyiaran media massa, efektivitas dapat diukur melalui jumlah audiens yang dijangkau, respon atau keterlibatan audiens (melalui komentar, feedback, atau interaksi) dan dampak positif terhadap perilaku atau pemikiran audiens.

c. Strategi Penyiaran yang Efektif

Berdasarkan hadis ini, penyiaran yang baik harus berpedoman pada dua prinsip yang *pertama*, Kualitas konten benar, bermanfaat, dan bernilai seperti Al-Qur'an dan Sunnah. Kedua, Metode penyampaian mengikuti cara Rasulullah ﷺ dalam menyampaikan pesan, yaitu dengan bijak, sederhana, dan persuasif. Dan ketiga, Prinsip sesuai dengan kode etik jurnalistik dalam UU Pers No 40 tahun 1999 dan UU Penyiaran No 32 tahun 2002.

d. Pengukuran Dampak

Dalam era digital, dampak dan efektivitas penyiaran dapat diukur dengan menggunakan beberapa metode meliputi Analytics dan data statistik melalui

jumlah views, likes, shares, atau engagement rates di media sosial. Metode survei feedback menanyakan langsung ke audiens tentang pemahaman dan perubahan yang dirasakan. Selanjutnya memonitoring respons positif Apakah audiens mengambil tindakan baik setelah menerima pesan?

Korelasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyiaran bukan hanya dilihat dari seberapa luas jangkauan konten, tetapi juga seberapa efektif pesan kebenaran itu diterima dan memberi dampak positif pada audiens.

Simpulan

Dari pembahasan diatas menunjukkan bahwa dakwah Islam memegang peranan penting dalam membangun moralitas generasi milenial di tengah tantangan era globalisasi dan teknologi. Generasi milenial menghadapi berbagai tantangan moral, seperti arus informasi yang cepat dan keragaman nilai yang seringkali membingungkan mereka dalam menentukan arah hidup. Dakwah Islam memiliki peran strategis dalam membimbing generasi ini dengan menanamkan nilai-nilai moral Islam yang mencakup kejujuran, tanggung jawab, kasih sayang, dan keadilan. Pendekatan dakwah yang efektif bagi generasi milenial melibatkan pemanfaatan media digital, pendekatan humanis, pembentukan komunitas, serta penyajian teladan yang relevan. Melalui dakwah yang kreatif dan inklusif, kesadaran spiritual dapat ditingkatkan, nilai-nilai positif diperkuat, serta dilema moral dapat dihadapi dengan bijaksana. Hasilnya, dakwah Islam tidak hanya membentuk individu yang bermoral, tetapi juga menciptakan masyarakat yang damai dan sejahtera. Dengan demikian, dakwah Islam berkontribusi secara signifikan dalam pembangunan moralitas generasi milenial, menghadirkan solusi bagi tantangan sosial dan moral yang mereka hadapi. Saran ditujukan kepada penelitian selanjutnya untuk menambahkan data-data kuantitatif. Sebab, hasil penelitian ini hanya berlandaskan *literature review* melalui beberapa sumber relevan. Kemudian direkomendasikan kepada masyarakat untuk memperdalam ilmu keagamaan yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, R. 2021. *Inovasi Dakwah Islam di Era Digital: Pendekatan Kreatif untuk Generasi Milenial*. Jurnal Dakwah Digital, 5(1), 12-20.
- Ahmad, H.R. 2015. *Sumber Hadis Shahih*. Jakarta: Penerbit Islamiyah, 2015.
- Arikunto, S. 2017. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah : Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Depok : Rajawali Pers
- Abdullah, S.2019. *Spiritualitas Islam dalam Era Milenial: Memahami Kebutuhan Jiwa Generasi Z dan Y*. Bandung: Al-Qalam Press.
- Al-Qurtuby, A. 2020. *Komunitas Islam dan Dakwah di Era Milenial*. Yogyakarta: Pustaka Islamika.
- Bukhari, Imam. 2000. *Sahih al-Bukhari*. Dar al-Fikr.
- Hadi, A.2015. *Islam dan Kebebasan Berpikir: Perspektif Islam tentang Kebebasan Berpendapat*. Jakarta: Pustaka Al-Ilmu.
- Hamid, A. 2018. *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Penerbit Da'wah Nusantara
- Imam Al-Ghozali.1993 *:Ihya' Ulumuddin (Menghidupkan Ilmu-ilmu Agama)* Beirut : Darul Kutub Al-Ilmiyyah
- Ismail, S.2020. *Kesadaran Sosial dan Dakwah Islam di Era Milenial*. Journal of Islamic Social Studies, 12(2), 21-38.
- Muslim, Imam. 1999. *Sahih Muslim*. Dar al-Fikr.
- Nasution, H. 2017. *Dakwah Islam yang Rasional dan Kritis: Menghadapi Tantangan Generasi Milenial*. Jakarta: Institut Studi Islam.
- Nashrudin. 2015. *Akhlaq : Ciri Manusia Paripurna*. Jakarta : Rajawali Pers
- Nasir, Muhammad. 2015. *Moral Ethics in Islam: Contemporary Perspectives*. Al-Hidayah Publishing.
- Prensky, M. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon, 9(5), 1-6.
- Sopiyan, W. 2023. *Dakwah Fardiyah Penyuluh Agama Islam Di Blok 51 Kelurahan Air Temam Kota Lubuklinggau*. Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam, 5(2), 113-127.
- Tirmidzi, Imam. 1997. *Jami' at-Tirmidzi*. Dar al-Fikr.
- Yusuf, M. 2019. *Psikologi Perkembangan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Islam
- Zaluchu, M. 2020. *Dakwah Digital di Era Milenial: Menyebarkan Islam Melalui Media Sosial*. Al-Maarif Press.
- Zulkifli, A. 2020. *Digital Media and Islamic Communication*. Malang: Pustaka Digital