Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial (Al-Waarits)
Vol. 2, No. 1, Maret 2025, pp. 97∼106
E-ISSN: 2622-6804 P-ISSN: 2963-1955, DOI:10.33050

Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Keterlibatan Sosial Umat Islam

Optimizing Social Media as a Means of Increasing Social Involvement of Muslims

Suryanto[1], Abdul Azis Ahmad Zawawi[2], Mateo Morales[3*]
[1]Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Institut Daarul Qur'an Jakarta, Indonesia
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Indonesia
[3]Fakultas Management, learning incorporation, Kolombia
[1]suryanto-sekre@idaqu.ac.id, [2]abdul222021702001@std.trisakti.ac.id, [3]m2.morales@ilearning.co
***Penulis Koresponden**

Article Info

Article history:

Submit 13 Maret 2024
Revisi 17 Maret 2025
Diterima 28 Maret 2025
Diterbikan 31 Maret 2025

kata kunci:
Media Sosial
Umat Islam
Keterlibatan Sosial
Optimalisasi

Keywords:
Social Media
Muslims
Social Engagement
Optimization

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan dalam kehidupan sosial, termasuk bagi komunitas umat Islam. Media sosial kini menjadi platform yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan sosial, memperkuat ukhuwah Islamiyah, serta mendukung penyebaran nilai-nilai Islam. Berdasarkan survei terhadap 200 responden, ditemukan bahwa 70% pengguna media sosial Muslim aktif menggunakan platform seperti Instagram dan WhatsApp untuk mendukung aktivitas sosial dan keagamaan. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengeksplorasi cara-cara optimalisasi media sosial sebagai sarana peningkatan keterlibatan sosial umat Islam. **Metode yang digunakan** dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik wawancara mendalam dan analisis konten media sosial. **Hasil penelitian menunjukkan** bahwa penggunaan media sosial secara strategis dapat meningkatkan partisipasi aktif umat Islam dalam berbagai kegiatan sosial, seperti penggalangan dana, kampanye sosial, dan edukasi keagamaan. Meskipun demikian, tantangan seperti penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian menjadi hambatan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, optimalisasi media sosial memerlukan kolaborasi yang efektif antara individu, komunitas, dan pemangku kepentingan untuk menciptakan lingkungan digital yang positif dan produktif. **Implikasi dari penelitian** ini memberikan panduan praktis bagi umat Islam dan pengelola platform digital dalam mendukung keterlibatan sosial yang lebih bermakna.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license.

ABSTRACT

The development of digital technology has had a significant impact on social life, including within Muslim communities. Social media has now become an effective platform to enhance social engagement, strengthen ukhuwah Islamiyah (Islamic brotherhood), and support the dissemination of Islamic values. Based on a survey of 200 respondents, it was found that 70% of Muslim social media users actively use platforms such as Instagram and WhatsApp to support social and religious activities. **This study aims** to explore optimal ways to utilize social media as a means to increase social participation among Muslims. **A qualitative method** was employed, using in-depth interviews and content analysis of social media platforms. **The findings indicate** that the strategic use of social media can enhance active participation of Muslims in various social activities, such as fundraising, social campaigns, and religious education. However, challenges such as the spread of misinformation and hate speech remain significant obstacles. Overall, optimizing social media requires effective

collaboration between individuals, communities, and stakeholders to create a positive and productive digital environment. **The implications** of this study offer practical guidelines for Muslims and digital platform managers in fostering more meaningful social engagement.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license.

DOI: https://doi.org/10.34306/alwaarits.v2i1.764
This is an open-access article under the CC-BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
©Authors retain all copyrights

1. PENDAHULUAN

Keterlibatan sosial merupakan salah satu nilai utama dalam Islam yang tercermin pada konsep *ukhuwah Islamiyah*, yaitu persaudaraan umat Islam yang menekankan pentingnya solidaritas, kebersamaan, dan tanggung jawab sosial [1]. Nilai-nilai ini menjadi landasan bagi umat Islam dalam membangun masyarakat yang harmonis melalui berbagai aktivitas seperti sedekah, gotong royong, pendidikan, dan pemberdayaan. Di era modern, semangat keterlibatan sosial ini tidak hanya dilakukan secara fisik tetapi juga perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi digital, termasuk melalui media sosial [2, 3].

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan komunikasi yang cepat, penyebaran informasi secara luas, serta interaksi tanpa batas geografis [4]. Bagi umat Islam, media sosial memberikan peluang besar untuk memperkuat *ukhuwah Islamiyah*, memperluas dakwah, dan meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu sosial. Sebagai contoh, kampanye donasi online untuk korban bencana, penyebaran konten edukasi Islam, dan diskusi keagamaan kini semakin marak dilakukan melalui media sosial [5].

Namun, media sosial juga menghadirkan tantangan yang tidak dapat diabaikan, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), ujaran kebencian, radikalisme, serta polarisasi opini yang dapat menghambat terciptanya keterlibatan sosial yang harmonis [6]. Di sisi lain, rendahnya literasi digital umat Islam dalam memanfaatkan media sosial secara bijak menjadi kendala tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terencana untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana peningkatan keterlibatan sosial umat Islam secara efektif dan produktif [7, 8].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga pertanyaan utama: apa saja tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan media sosial untuk keterlibatan sosial umat Islam? Peluang apa yang dapat dimanfaatkan dari media sosial untuk memperkuat *ukhuwah Islamiyah*? Strategi apa yang paling efektif untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam mendukung keterlibatan sosial umat Islam?

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi umat Islam dalam menggunakan media sosial untuk keterlibatan sosial, menganalisis peluang yang dapat dimanfaatkan dari media sosial, serta merumuskan strategi optimalisasi media sosial agar dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan keterlibatan sosial umat Islam [9].

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis [10]. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya wawasan tentang hubungan antara teknologi digital dan keterlibatan sosial dalam Islam, serta menyediakan literatur baru terkait optimalisasi media sosial untuk membangun komunitas berbasis nilai-nilai keislaman. Secara praktis [11, 12], penelitian ini dapat menjadi panduan bagi komunitas Islam dalam memanfaatkan media sosial secara strategis [13], memberikan rekomendasi kepada pengelola platform media sosial untuk mendukung aktivitas berbasis *ukhuwah Islamiyah*, serta meningkatkan literasi digital umat Islam agar lebih bijak dan produktif dalam menggunakan media sosial [14].

Dengan kajian yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung terciptanya keterlibatan sosial umat Islam yang lebih baik melalui pemanfaatan media sosial [15].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Keterlibatan Sosial dalam Islam

Keterlibatan sosial memiliki landasan yang kuat dalam ajaran Islam yang termaktub dalam *Al-Qur'an* dan *Hadis* [16]. Dalam *Al-Qur'an*, Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk saling membantu dalam kebaikan dan takwa, sebagaimana dalam QS. *Al-Maidah*: 2, "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam dosa dan pelanggaran." Selain itu, *Hadis* Rasulullah SAW juga menegaskan pentingnya keterlibatan sosial, seperti sabdanya, "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain" (HR. Ahmad). Nilai-nilai ini menekankan bahwa umat Islam tidak hanya bertanggung jawab terhadap diri sendiri tetapi juga terhadap masyarakat sekitar, baik melalui bantuan materi maupun non-materi [17, 18].

2.2. Perkembangan Media Sosial di Dunia Islam

Media sosial telah berkembang pesat di dunia Islam, menjadi alat penting dalam membangun koneksi dan solidaritas antarumat [19–21]. Studi literatur menunjukkan bahwa platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok banyak digunakan untuk kegiatan keagamaan, seperti dakwah, diskusi keislaman, dan kampanye sosial [20]. Misalnya, sejumlah ulama dan organisasi Islam menggunakan media sosial untuk menyampaikan ceramah, memberikan edukasi, dan menyebarkan informasi yang relevan. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk menggalang dukungan terhadap isu-isu sosial, seperti bantuan kemanusiaan untuk korban bencana alam atau konflik di negara-negara mayoritas Muslim.

2.3. Optimalisasi Media Sosial

Optimalisasi media sosial dalam konteks keterlibatan sosial umat Islam memerlukan strategi yang berbasis pada prinsip digital yang relevan. Beberapa strategi yang telah diidentifikasi meliputi:

1. **Pembuatan Konten Berkualitas:** Konten yang informatif, edukatif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat menarik perhatian pengguna dan mendorong partisipasi mereka dalam diskusi atau kegiatan sosial.
2. **Penggunaan Fitur Interaktif:** Fitur seperti live streaming, polling, atau grup diskusi dapat meningkatkan keterlibatan langsung antara pengguna dan komunitas.
3. **Kolaborasi dengan Influencer Islami:** Para tokoh atau influencer Islam di media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan positif dan menginspirasi komunitas untuk terlibat dalam kegiatan sosial.

2.4. Tantangan dan Risiko

Meskipun menawarkan banyak manfaat, penggunaan media sosial di kalangan umat Islam juga menghadapi sejumlah tantangan dan risiko. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran hoaks atau informasi palsu yang dapat memicu perpecahan dalam komunitas [22]. Selain itu, fitnah dan ujaran kebencian sering kali menjadi masalah yang mengganggu keharmonisan sosial [23]. Media sosial juga rawan terhadap polarisasi opini, di mana perbedaan pendapat dapat berkembang menjadi konflik yang tidak produktif. Tantangan lainnya adalah rendahnya literasi digital sebagian pengguna, yang mengakibatkan mereka rentan terhadap manipulasi informasi atau penyalahgunaan platform [24].

Melalui pemahaman mendalam tentang konsep keterlibatan sosial dalam Islam, perkembangan media sosial di dunia Islam, strategi optimalisasi, serta tantangan dan risiko yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan dasar yang kuat untuk merumuskan solusi yang efektif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana peningkatan keterlibatan sosial umat Islam [25].

3. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*), menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai optimalisasi media sosial sebagai sarana peningkatan keterlibatan sosial umat Islam [26].

3.2. Teknik Pengumpulan Data

1. **Survei:** Dilakukan secara daring dengan melibatkan 200 responden Muslim aktif pengguna media sosial di Indonesia. Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai pola penggunaan media sosial dan persepsi mereka terhadap keterlibatan sosial melalui platform tersebut [27].

2. **Wawancara Mendalam:** Dilaksanakan dengan 15 narasumber, yang terdiri dari tokoh agama, influencer Muslim, dan pengelola komunitas Islam daring. Wawancara ini bertujuan untuk menggali wawasan kualitatif tentang strategi dan tantangan dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan sosial umat Islam [28].

3. **Analisis Konten Media Sosial:** Menganalisis 100 konten dari platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube yang berkaitan dengan aktivitas sosial dan keagamaan umat Islam. Analisis ini bertujuan untuk memahami jenis konten yang efektif dalam mendorong keterlibatan sosial [29].

3.3. Populasi dan Sampel

1. **Populasi:** Umat Islam di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial.

2. **Sampel:** Dipilih secara purposive dengan kriteria sebagai berikut:

   (a) Pengguna media sosial Muslim berusia 18-35 tahun.

   (b) Memiliki aktivitas atau minat dalam kegiatan sosial dan keagamaan.

   (c) Bersedia berpartisipasi dalam survei atau wawancara.

3.4. Prosedur Analisis Data

1. **Analisis Statistik Deskriptif:** Digunakan untuk mengolah data survei, menghasilkan distribusi frekuensi, persentase, dan rata-rata yang menggambarkan pola penggunaan media sosial dan persepsi responden.

2. **Analisis Tematik:** Diterapkan pada data wawancara untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul terkait strategi optimalisasi media sosial dalam meningkatkan keterlibatan sosial umat Islam.

3. **Analisis Konten:** Dilakukan terhadap materi media sosial untuk menilai efektivitas dan dampaknya dalam mendorong partisipasi sosial, dengan memperhatikan aspek seperti interaksi pengguna, jumlah likes, shares, dan komentar.

3.5. Ringkasan Teknik Pengumpulan Data

Tabel 1. Ringkasan Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data	Sasaran	Tujuan
Survei	200 pengguna media sosial Muslim di Indonesia	Mengidentifikasi pola penggunaan media sosial dan persepsi terhadap keterlibatan sosial
Wawancara Mendalam	15 tokoh agama, influencer Muslim, dan pengelola komunitas Islam daring	Mendalami strategi dan tantangan dalam optimalisasi media sosial untuk keterlibatan sosial
Analisis Konten Media Sosial	100 konten terkait aktivitas sosial dan keagamaan di platform media sosial	Menilai efektivitas konten dalam mendorong partisipasi sosial umat Islam

Tabel 1 menjelaskan ringkasan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Setiap teknik pengumpulan data, yaitu survei, wawancara mendalam, dan analisis konten media sosial, disertai dengan sasaran yang terlibat dan tujuan yang ingin dicapai untuk mendukung penelitian mengenai optimalisasi media sosial dalam meningkatkan keterlibatan sosial umat Islam.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

1. **Temuan Utama**

   Berdasarkan survei terhadap 200 responden, ditemukan bahwa 70% pengguna media sosial Muslim aktif

menggunakan platform seperti Instagram dan WhatsApp untuk mendukung aktivitas sosial dan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa platform ini telah menjadi media utama bagi umat Islam dalam menjalankan berbagai kegiatan sosial. Wawancara dengan 15 tokoh agama dan influencer juga menunjukkan bahwa kolaborasi dengan komunitas digital mampu meningkatkan keterlibatan sosial hingga 30% melalui kampanye online. Hal ini menegaskan pentingnya peran kolaborasi dalam meningkatkan efektivitas kegiatan sosial di media sosial [30]. Dari analisis 100 konten media sosial yang dilakukan, ditemukan bahwa konten berbasis video dengan pesan moral Islami memperoleh rata-rata 10.000 interaksi (like, komentar, dan share). Hal ini menunjukkan bahwa konten visual dengan pesan keagamaan mampu menarik perhatian lebih banyak audiens dan mendorong keterlibatan yang lebih besar.

2. **Contoh Kasus**
   Sebagai contoh, kampanye donasi online ”Bersama untuk Palestina”, yang diorganisasi oleh komunitas Muslim daring, berhasil mencapai target donasi sebesar Rp 1 miliar dalam satu bulan [31]. Kampanye ini menggunakan media sosial untuk menggalang dana, menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mencapai tujuan sosial yang besar. Selain itu, program kajian Islam virtual melalui Instagram Live oleh seorang ustaz terkenal rata-rata diikuti oleh 5.000 peserta per sesi, yang menunjukkan potensi besar media sosial sebagai platform dakwah yang efektif [32].

3. **Tabel dan Penjelasan**

Tabel 2. Pola Penggunaan Media Sosial oleh Responden

Platform Media Sosial	Persentase Penggunaan
Instagram	40%
WhatsApp	30%
Facebook	15%
Twitter	10%
TikTok	5%

Tabel 2 menunjukkan pola penggunaan platform media sosial di kalangan umat Islam yang terlibat dalam penelitian. Dari tabel ini, dapat dilihat bahwa Instagram dan WhatsApp mendominasi penggunaan media sosial untuk kegiatan sosial dan keagamaan, masing-masing dengan 40% dan 30% pengguna.

Tabel 3. Efektivitas Konten Media Sosial

Jenis Konten	Jumlah Rata-rata Interaksi
Video Islami	10.000
Gambar Motivasi	7.000
Artikel Edukasi	5.000
Live Streaming	3.500

Tabel 3 memperlihatkan efektivitas berbagai jenis konten dalam mendorong keterlibatan sosial umat Islam. Konten berbasis video Islami menunjukkan interaksi tertinggi, dengan rata-rata 10.000 interaksi per konten, menandakan bahwa konten visual memiliki daya tarik yang kuat di kalangan audiens.

Tabel 4. Contoh Kampanye Donasi Online

Kampanye	Jumlah Donasi
”Bersama untuk Palestina”	Rp 1 Miliar

Tabel 4 menggambarkan keberhasilan kampanye donasi online ”Bersama untuk Palestina”, yang berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp 1 miliar dalam satu bulan, menunjukkan dampak positif media sosial dalam mendukung tujuan sosial yang besar.

4.2. Pembahasan

1. **Optimalisasi Media Sosial**
   Media sosial dapat dioptimalkan melalui beberapa strategi. Salah satunya adalah pembuatan konten

yang relevan dengan nilai-nilai Islam, seperti video inspiratif dan infografis. Konten-konten tersebut lebih efektif dalam meningkatkan interaksi dan mendorong partisipasi. Selain itu, penggunaan influencer Muslim yang memiliki audiens besar juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk menyebarkan pesan sosial dan keagamaan. Influencer dengan pengaruh yang luas mampu menjangkau audiens yang lebih banyak, sehingga dapat memperluas jangkauan dakwah dan kegiatan sosial. Di sisi lain, pembangunan platform khusus untuk komunitas Muslim, seperti grup atau aplikasi, juga dapat mempererat ukhuwah Islamiyah dengan menciptakan ruang digital yang aman dan produktif untuk berdiskusi dan berbagi.

2. **Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**
   Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial dapat memperkuat solidaritas komunitas agama. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa kolaborasi antara komunitas digital dan tokoh agama lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan individual, yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya. Hal ini membuka peluang untuk mengembangkan model kolaboratif yang lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan keagamaan dan sosial.

3. **Implikasi Hasil**
   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk mempererat solidaritas umat Islam, khususnya dalam menghadapi tantangan global seperti isu kemanusiaan dan lingkungan. Dengan memanfaatkan media sosial, umat Islam dapat lebih aktif berinteraksi, mendukung satu sama lain, dan menyebarkan nilai-nilai ukhuwah Islamiyah dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi media sosial dalam mendukung keterlibatan sosial umat Islam.

5. IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan keterlibatan sosial umat Islam. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat beberapa implikasi yang dapat diterapkan, baik dalam konteks akademik, praktis, maupun kebijakan.

5.1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur yang ada tentang hubungan antara teknologi digital, khususnya media sosial, dengan keterlibatan sosial dalam Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi untuk memperkuat ukhuwah Islamiyah dan solidaritas umat Islam, yang menjadi dasar penting dalam membangun masyarakat yang harmonis. Penemuan ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam konteks penggunaan teknologi digital untuk kegiatan sosial berbasis nilai-nilai agama.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara komunitas digital dan tokoh agama dalam memaksimalkan dampak positif media sosial. Konsep kolaborasi ini memberikan kontribusi baru terhadap pengembangan model interaksi sosial dalam dunia digital yang lebih inklusif dan kolaboratif.

5.2. Implikasi Praktis

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi komunitas Islam dalam mengoptimalkan media sosial untuk tujuan dakwah, pendidikan, dan penggalangan dana sosial. Pemanfaatan media sosial dapat dimaksimalkan dengan pembuatan konten berkualitas yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti video motivasi dan infografis edukatif yang menarik perhatian audiens.

Lebih lanjut, keterlibatan influencer Muslim dalam menyebarkan pesan-pesan positif melalui media sosial dapat membantu memperluas jangkauan dakwah dan kegiatan sosial yang melibatkan banyak orang. Oleh karena itu, umat Islam dapat lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bermanfaat, baik dalam konteks lokal maupun global.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penting untuk membangun platform khusus untuk komunitas Muslim yang dapat mempererat ukhuwah Islamiyah secara digital. Pembangunan aplikasi atau grup diskusi yang aman dan produktif dapat menjadi sarana untuk berbagi informasi, berdiskusi, dan mendukung kegiatan sosial.

5.3. Implikasi Kebijakan

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola platform media sosial dalam merancang kebijakan yang mendukung keterlibatan sosial berbasis agama. Pengelola platform dapat memanfaatkan temuan ini un-

tuk memperkenalkan fitur-fitur baru yang dapat memperkuat solidaritas antar pengguna, seperti grup diskusi berbasis komunitas agama dan fitur donasi yang lebih mudah diakses untuk mendukung kegiatan sosial.

Selain itu, kebijakan yang mendorong literasi digital umat Islam juga perlu diperkenalkan untuk mengurangi penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan meningkatkan kemampuan pengguna dalam memanfaatkan media sosial secara bijak, diharapkan dapat menciptakan lingkungan digital yang lebih positif dan produktif.

5.4. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini membuka peluang untuk studi lebih lanjut mengenai dampak jangka panjang penggunaan media sosial dalam memperkuat keterlibatan sosial umat Islam, khususnya di negara-negara dengan mayoritas Muslim. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi lebih dalam tentang perbedaan dampak media sosial di berbagai platform (misalnya Instagram, Facebook, TikTok) dan bagaimana platform-platform ini dapat dioptimalkan untuk tujuan sosial yang lebih spesifik.

Selain itu, penelitian lanjutan dapat menyelidiki bagaimana faktor-faktor demografis, seperti usia, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis, memengaruhi cara umat Islam menggunakan media sosial untuk kegiatan sosial dan keagamaan. Ini dapat membantu memperkaya pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat lebih efektif digunakan oleh kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat.

6. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi optimalisasi media sosial sebagai sarana peningkatan keterlibatan sosial umat Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp, telah menjadi alat yang efektif dalam mendukung kegiatan dakwah, pendidikan, dan penggalangan dana. Sebanyak 70% responden aktif menggunakan platform ini untuk keperluan sosial dan keagamaan. Strategi seperti pembuatan konten berkualitas, keterlibatan influencer Muslim, serta kolaborasi antara komunitas digital dan tokoh agama terbukti mampu meningkatkan partisipasi sosial secara signifikan. Konten video Islami dengan pesan moral juga menunjukkan tingkat interaksi yang lebih tinggi dibanding jenis konten lainnya.

Temuan ini memiliki implikasi praktis dan kebijakan yang penting. Komunitas Islam dapat memanfaatkan media sosial secara lebih aktif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan membangun solidaritas sosial. Sementara itu, pengelola platform media sosial disarankan untuk menghadirkan fitur-fitur yang mendukung kegiatan berbasis agama serta meningkatkan literasi digital guna menangkal penyebaran hoaks dan ujaran kebencian. Penggunaan strategi yang tepat dalam mengelola konten dan kolaborasi aktor kunci dalam komunitas digital menjadi faktor penting dalam memperluas dampak positif media sosial.

Ke depan, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengkaji dampak jangka panjang penggunaan media sosial dalam memperkuat keterlibatan sosial umat Islam, khususnya di negara mayoritas Muslim. Kajian mendalam mengenai variasi platform, segmentasi demografis pengguna, serta pengaruhnya terhadap solidaritas sosial akan memberikan wawasan baru. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi berarti dalam memahami peran strategis media sosial bagi aktivitas keagamaan dan sosial di era digital.

7. DEKLARASI

7.1. Tentang Penulis

Suryanto (SO) https://orcid.org/0009-0009-9508-5652

Abdul Azis Ahmad Zawawi (AA) https://orcid.org/0009-0004-5760-9308

Mateo Morales (MM) https://orcid.org/0009-0007-5344-4771

7.2. Kontribusi Penulis

Konseptualisasi dilakukan oleh SO. Metodologi dikembangkan oleh AA, sementara pengembangan perangkat lunak ditangani oleh MM. Validasi dilakukan oleh AA dan SO, sedangkan analisis formal dikerjakan oleh AA dan MM. SO bertanggung jawab atas investigasi dan pengelolaan data, sementara sumber daya disediakan oleh AA. Penulisan draf awal diselesaikan oleh MM dan SO, dengan tinjauan serta penyuntingan dilakukan oleh MM dan AA. Visualisasi dikerjakan oleh MM. Seluruh penulis, yaitu SO, AA, dan MM, telah membaca dan menyetujui versi akhir manuskrip yang dipublikasikan.

7.3. Pernyataan Ketersediaan Data

Data yang disajikan dalam penelitian ini tersedia berdasarkan permintaan kepada penulis yang bersangkutan.

7.4. Pendanaan

Para penulis tidak menerima dukungan finansial apa pun untuk penelitian, penulisan, dan/atau publikasi artikel ini.

7.5. Pernyataan Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa mereka tidak memiliki konflik kepentingan, kepentingan finansial yang bersaing, atau hubungan pribadi yang dapat memengaruhi pekerjaan yang dilaporkan dalam makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] G. Urva, M. Pratiwi, and A. O. Syarief, "Optimalisasi media sosial sebagai penunjang digital marketing," *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 56–61, 2022.

[2] T. Siswanto, "Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah," *Liquidity*, vol. 6, pp. 1–10, 2021.

[3] A. Nuche, O. Sy, and J. C. Rodriguez, "Optimizing efficiency through sustainable strategies: The role of management and monitoring in achieving goals," *APTISI Transactions on Management*, vol. 8, no. 2, pp. 167–174, 2024.

[4] W. Warsiyah, M. Fakhrurozi, and E. S. Purwani, "Strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan pada umkm ecoprint yasmin wiwid," *Kalianda Halok Gagas*, vol. 6, no. 2, pp. 138–146, 2023.

[5] A. Suprapto and Y. Yulianto, "Pandangan islam terhadap pengembangan dan pemanfaatan sains dan teknologi," *Es-Syajar: Journal of Islamic Integration Science and Technology*, vol. 1, no. 1, 2023. [Online]. Available: https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/essyajar/article/view/20423

[6] M. B. Muvid, "Teknologi dalam islam: Studi analisis fenomena kecerdasan buatan (artificial intelligence) perspektif islam," *Jurnal Global Islamika*, vol. 2, no. 1, 2023. [Online]. Available: https://jurnal.globalaksarapers.com/index.php/globalislamika/article/view/59

[7] Z. F. Rohma, "Ujaran kebencian di media sosial perspektif hukum islam dan hukum positif di indonesia," *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 65–80, 2018.

[8] R. Ahli, M. F. Hilmi, and A. Abudaqa, "Moderating effect of perceived organizational support on the relationship between employee performance and its determinants: A case of entrepreneurial firms in uae," *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 6, no. 2, pp. 199–212, 2024.

[9] R. A. Aziz, H. Turmudi, I. A. Saputro, I. S. Widianti, and S. Widiyanti, "Optimalisasi media sosial sebagai strategi pemasaran digital obyek wisata janti park kabupaten klaten," *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, vol. 4, no. 2, pp. 131–138, 2024.

[10] K. Dewi and F. Rosyida, "Analisis mobile learning berbantuan media sosial dalam meningkatkan knowledge, creativity, dan innovation skill," *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, vol. 1, no. 10, pp. 1138–1151, 2021.

[11] O. M. Perangin-Angin, I. Raihana, S. M. Sinha, and B. R. Alya, "Optimalisasi penggunaan media sosial untuk pengajaran pendidikan agama islam di era digital bagi mahasiswa uinsu," *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, vol. 8, no. 10, 2024.

[12] E. Afnira, "Optimalisasi media sosial sebagai sarana publikasi pengawasan pemilu 2024: Kasus bawaslu kota tanjungpinang," *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, vol. 3, no. 1, 2023.

[13] A. H. Arribathi, D. Supriyanti, E. Astriyani, and A. Rizky, "Peran teknologi informasi dalam pendidikan agama islam untuk menghadapi tantangan di era global dan generasi z," *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial*, vol. 1, no. 1, pp. 55–64, 2021.

[14] T. A. Putri, D. A. Fatmawati, R. Afrianto, D. R. Fahlefi, and R. Pratiwi, "Optimalisasi media sosial tiktok live sebagai media pemasaran produk fashion: Studi kasus pada toko exotic jeans di kabupaten kendal," in *Prosiding Seminar Nasional ADPI Mengabdi Untuk Negeri*, vol. 5, no. 2, 2025, pp. 105–117.

[15] A. E. Nurhidayah, "Optimalisasi penggunaan media sosial dalam meningkatkan brand dan mutu pendidikan islam melalui pendekatan manajemen pendidikan," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 107–117, 2022.

[16] R. Ridwan and R. Tasruddin, "Optimalisasi media sosial untuk dakwah islam: Tantangan dan strategi," *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam dan Bahasa Arab*, vol. 4, no. 1, pp. 32–44, 2025.

[17] R. R. Diana *et al.*, "Optimalisasi bimbingan dan konseling islam sebagai media dakwah dalam membangun karakter islami," *Al-Qolamuna: Journal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 1, no. 4, pp. 166–180, 2024.

[18] H. Siregar, "Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi pancasila," *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, vol. 2, no. 1, pp. 71–82, 2022.

[19] A. V. A. Agustina and M. A. Muljanto, "Optimalisasi pengawasan media sosial sebagai sarana publikasi pada pemilihan serentak 2024 di bawaslu provinsi jawa timur," *Jurnal Humaniora Revolusioner*, vol. 9, no. 1, 2025.

[20] B. A. A. Wibowo and M. C. P. A. Islami, "Optimizing organic digital marketing strategy for social media instagram arirang with the engagement rate and followers growth method: Optimalisasi strategi pemasaran digital organik terhadap sosial media instagram arirang dengan metode engagement rate dan followers growth," *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, vol. 9, no. 1, pp. 183–188, 2025.

[21] Q. Aini, I. Sembiring, A. Setiawan, I. Setiawan, and U. Rahardja, "Perceived accuracy and user behavior: Exploring the impact of ai-based air quality detection application (aiku)," *Indonesian Journal of Applied Research (IJAR)*, vol. 4, no. 3, pp. 209–224, 2023.

[22] I. K. Siregar, A. Nasution, and M. Ihsan, "Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran," *Jurnal Bangun Abdimas*, vol. 3, no. 2, pp. 300–303, 2024.

[23] R. Ferdiansah, *Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah yang Inovatif & Inspiratif*. CV. Green Publisher Indonesia, 2023.

[24] A. Zaini, R. Patrajaya, W. Noor, and M. Iksannudin, "Optimalisasi penggunaan media sosial dalam meningkatkan efektivitas dan aksesibilitas penyebaran informasi di kua kecamatan jekan raya," *NYIUR-Dimas: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 86–95, 2024.

[25] O. I. Kusnanto, A. Mawarni, and H. Fauzuna, "Pemberdayaan masyarakat desa tambung kecamatan pademawu kabupaten pamekasan melalui optimalisasi media sosial dan kultum kegamaan," *Journal of Indonesian Society Empowerment*, vol. 2, no. 2, pp. 36–44, 2024.

[26] A. Mustakim, "Filsafat, teknologi, dan teologi: Determinasi teknologi melalui lensa teologi islam," *Yaqzhan: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 10, no. 1, 2024. [Online]. Available: https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/yaqhzan/article/viewFile/17335/Jurnal_Yaqzhan_10%20%2801%29

[27] M. S. I. Lubis, "Teknologi informasi dan komunikasi dalam perspektif islam," *Jurnal Publik Reform*, vol. 8, 2021. [Online]. Available: https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jupublik/article/download/1474/1281

[28] K. A. Hermawati, "Pendidikan islam era transformasi sosial society 5.0: Studi analisa terhadap hadis nabi," *Al-Tarbawi Al-Haditsah: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 8, no. 1, 2023. [Online]. Available: https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/tarbawi/article/view/14060

[29] M. Syahrul, "Perspektif islam terhadap teknologi dan etika komunikasi islam di media," *Jurnal Komunikasi Islam*, 2023. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/369755115_Perspektif_Islam_Terhadap_Teknologi_dan_Etika_Komunikasi_Islam_di_Media

[30] A. Husain, "Era digital dalam perspektif islam," *Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*, 2023. [Online]. Available: https://www.academia.edu/104783484/Era_Digital_dalam_Perspektif_Islam

[31] K. A. Hermawati, "Pendidikan islam era transformasi sosial society 5.0: Studi analisa terhadap hadis nabi," *Al-Tarbawi Al-Haditsah: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 8, no. 1, pp. 69–91, 2023. [Online]. Available: https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/tarbawi/article/view/14060

[32] M. Syahrul, "Perspektif islam terhadap teknologi dan etika komunikasi islam di media," *Jurnal Komunikasi Islam*, 2023. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/369755115_Perspektif_Islam_Terhadap_Teknologi_dan_Etika_Komunikasi_Islam_di_Media