

MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA)

Abdul Qadir

UIN Antasari Banjarmasin
abdulqadir240195@gmail.com,

M. Ramli

UIN Antasari Banjarmasin
muhammadramli@uin-antasari.ac.id,

Abstract

This research aims to discuss the definition, history and development of social media as a phenomenon that has a major influence on various aspects of life. Since its emergence in the early 2000s with platforms such as Friendster and MySpace, social media has evolved into a global communication and information tool through platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, TikTok and YouTube. In Indonesia, the number of social media users continues to increase significantly, with more than 170 million active users recorded by 2023 based on the We Are Social report. Social media is not only a means of social interaction, but also a platform for building professional networks, promoting business, and disseminating information widely. The positive impacts of social media include increased communication, wider access to information, effectiveness in business promotion, and space for various social movements. However, negative impacts such as the spread of hoaxes, cyberbullying, addiction and privacy violations are also challenges that must be overcome. This research uses a library research method by analyzing various relevant written sources, such as books, journals, articles and research reports. It is hoped that the results of this research will provide a deeper understanding of social media, including its impacts and steps to maximize the benefits and minimize the risks. Thus, this research contributes to efforts to increase digital literacy and wise use of social media among society.

Keywords : Social; Media; History

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas definisi, sejarah, serta perkembangan media sosial sebagai fenomena yang memiliki pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan. Sejak kemunculannya pada awal 2000-an dengan platform seperti Friendster dan MySpace, media sosial telah berevolusi menjadi alat komunikasi dan informasi yang mendunia melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube. Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial terus meningkat secara signifikan, dengan lebih dari 170 juta pengguna aktif tercatat pada tahun 2023 berdasarkan laporan We Are Social.

Media sosial tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial, tetapi juga platform untuk membangun jejaring profesional, mempromosikan bisnis, dan menyebarkan informasi secara luas. Dampak positif dari media sosial antara lain peningkatan komunikasi, akses informasi yang lebih luas, efektivitas dalam promosi bisnis, serta ruang untuk berbagai gerakan sosial. Namun, dampak negatif seperti penyebaran hoaks, cyberbullying, kecanduan, dan pelanggaran privasi juga menjadi tantangan yang harus diatasi. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel, dan laporan penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang media sosial, termasuk dampaknya dan langkah-langkah untuk memaksimalkan manfaat serta meminimalkan risikonya. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada upaya meningkatkan literasi digital dan penggunaan media sosial yang bijaksana di kalangan masyarakat.

Kata Kunci : Media; Sosial; Sejarah

PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang pesat sejak pertama kali diperkenalkan pada awal 2000-an. Berawal dari platform sederhana seperti Friendster dan MySpace, kini media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube adalah beberapa contoh media sosial yang digunakan oleh jutaan, bahkan miliaran, pengguna di seluruh dunia. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berinteraksi dengan teman dan keluarga, tetapi juga untuk membangun jejaring profesional, mempromosikan bisnis, serta menyebarkan informasi dalam skala yang lebih luas.

Di Indonesia sendiri, pengguna media sosial terus berkembang dengan pesat. Berdasarkan data We Are Social pada tahun 2023, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari 170 juta pengguna aktif. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial, terdapat dampak positif dan negatif yang perlu diperhatikan. Dampak positif media sosial antara lain meningkatkan komunikasi, memperluas akses informasi, mempermudah promosi produk dan layanan, serta memberi ruang untuk berbagai gerakan sosial. Media sosial juga memberi platform bagi individu untuk menyampaikan opini dan berbagi pengetahuan. Di sisi lain, dampak negatifnya tak kalah signifikan. Penyebaran hoaks, perundungan daring (cyberbullying), kecanduan media sosial, serta pelanggaran privasi menjadi masalah yang semakin nyata seiring dengan perkembangan teknologi ini. Hal ini menuntut masyarakat untuk lebih bijaksana dalam menggunakan

media sosial agar dapat memaksimalkan manfaatnya dan meminimalkan risikonya.

Sebagai sebuah fenomena sosial yang sangat memengaruhi banyak aspek kehidupan, media sosial perlu ditelaah lebih dalam. Oleh karena itu, makalah ini akan membahas pengertian media sosial, jenis-jenisnya, dampak positif dan negatifnya, serta peranannya dalam masyarakat. Selain itu, makalah ini juga akan mengkaji cara-cara yang dapat dilakukan untuk mengelola penggunaan media sosial agar tetap memberikan manfaat yang optimal bagi penggunanya..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur, dimana peneliti berusaha mengumpulkan sumber-sumber buku, jurnal ataupun artikel ilmiah guna dijadikan tinjauan pustaka dalam analisis sehingga dapat menarik kesimpulan nantinya. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan berbagi berbagai jenis informasi seperti teks, gambar, video, maupun suara secara interaktif. Media sosial sering dianggap sebagai alat komunikasi yang memungkinkan penggunanya menjadi produsen sekaligus konsumen konten.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, baik berupa tulisan, foto, video, maupun suara, dalam ruang virtual. Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah dan memberikan peluang bagi pengguna untuk berinteraksi secara aktif.¹ Sementara itu, dalam buku *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* karya Sobur (2018), media sosial dijelaskan sebagai platform komunikasi digital yang berfungsi sebagai media interaksi sosial, penyebaran informasi, dan kolaborasi berbasis jaringan. Sobur juga menekankan

¹ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

bahwa media sosial membentuk pola komunikasi yang lebih horizontal dibandingkan dengan media tradisional.²

Bungin (2011) dalam bukunya *Komunikasi dalam Teori dan Praktik* mendefinisikan media sosial sebagai media berbasis jaringan internet yang memberikan pengguna kebebasan untuk berbicara, berbagi informasi, dan berinteraksi tanpa batasan geografis. Media ini juga dianggap sebagai sarana yang mampu mendemokratisasi informasi karena memberikan kendali kepada penggunanya.³ Dalam konteks pemasaran digital, Kurniawan (2020) melalui buku *Strategi Digital Marketing* menguraikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga medium promosi yang efektif, karena pengguna dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan media konvensional.⁴

Agus (2017) dalam buku *Teknologi Komunikasi dan Informasi* juga menyoroti bahwa media sosial adalah bagian dari transformasi teknologi yang mendorong perubahan signifikan dalam pola komunikasi manusia, baik dalam kehidupan personal maupun profesional.⁵

Boyd dan Ellison (2007) mendefinisikan media sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk:⁶

1. Membuat profil publik atau semi-publik dalam suatu sistem terbatas.
2. Berinteraksi dengan daftar pengguna lain yang memiliki hubungan tertentu.
3. Melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka serta yang dibuat oleh orang lain dalam sistem tersebut.

Sementara itu, Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten secara kolaboratif.⁷ Dalam buku *The Social Media Bible* karya Safko (2010), media sosial juga diartikan sebagai kombinasi antara teknologi komunikasi dengan interaksi sosial, yang berpusat pada

² Sobur, A. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Remaja Rosdakarya.

³ Bungin, B. (2011). *Komunikasi dalam Teori dan Praktik*. Prenada Media.

⁴ Kurniawan, A. (2020). *Strategi Digital Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.

⁵ Agus, H. (2017). *Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Andi Publisher.

⁶ Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*.

⁷ Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*.

penciptaan dan penyebaran konten melalui jaringan digital. Hal ini memberikan peluang baru bagi individu maupun organisasi untuk membangun relasi secara lebih luas.

Keunikan media sosial dibandingkan dengan media tradisional adalah adanya partisipasi aktif dari pengguna dalam membentuk alur komunikasi. Shirky (2008) menggarisbawahi bahwa media sosial mengubah dinamika komunikasi dengan memusatkan kendali pada pengguna, sehingga menciptakan model komunikasi yang lebih demokratis. Selain itu, O'Reilly (2005) dalam konsep Web 2.0 menekankan bahwa media sosial memberikan peran sentral kepada pengguna dalam menciptakan nilai, baik melalui interaksi maupun kolaborasi dalam komunitas daring.

2. Sejarah Media Sosial

Media sosial merupakan hasil evolusi teknologi komunikasi yang dimulai dari pengembangan internet dan komputer sebagai alat komunikasi digital. Kehadiran media sosial membawa transformasi signifikan dalam cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, dan menciptakan komunitas global.

a. Awal Mula dan Konsep Dasar

Konsep media sosial sebenarnya telah muncul sejak era *bulletin board systems* (BBS) pada akhir 1970-an hingga 1980-an. BBS adalah sistem berbasis komputer yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan teks dan file melalui jaringan. Hal ini menjadi cikal bakal interaksi daring, meskipun dalam kapasitas yang terbatas. Pada awal 1990-an, hadir *internet relay chat* (IRC) yang memungkinkan komunikasi secara real-time dalam bentuk teks.⁸

b. Kemunculan Situs Jejaring Sosial

Perkembangan internet yang lebih stabil pada pertengahan 1990-an melahirkan platform jejaring sosial pertama. Salah satu platform awal adalah SixDegrees.com (1997), yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, menambah teman, dan mengirim pesan. Hal ini menjadi dasar bagi media sosial modern. Menurut Nasrullah (2015), SixDegrees merupakan tonggak awal pengembangan media sosial karena memperkenalkan elemen-elemen jejaring sosial yang menjadi ciri khas media sosial saat ini.⁹

⁸ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

⁹ Sobur, A. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.

c. **Era Web 2.0 dan Lahirnya Media Sosial Modern**

Pada awal 2000-an, konsep Web 2.0 menjadi katalisator utama dalam perkembangan media sosial. Web 2.0 mengacu pada platform internet yang bersifat interaktif, kolaboratif, dan memungkinkan pengguna untuk menciptakan serta berbagi konten secara aktif. Sobur (2018) menjelaskan bahwa era ini melahirkan berbagai platform seperti Friendster (2002), MySpace (2003), dan LinkedIn (2003), yang mulai mempopulerkan interaksi berbasis profil.¹⁰ Salah satu terobosan terbesar terjadi dengan peluncuran Facebook pada tahun 2004. Facebook memberikan pengalaman pengguna yang lebih personal dan kaya dengan fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi status, foto, dan video. Menurut Kurniawan (2020), Facebook menjadi ikon media sosial modern karena mampu menjangkau pengguna di berbagai belahan dunia.¹¹

d. **Diversifikasi Media Sosial**

Pada dekade 2010-an, media sosial mengalami diversifikasi fungsi dan audiens. Platform seperti Twitter (2006) muncul dengan konsep microblogging yang fokus pada berbagi informasi secara singkat. Kemudian, Instagram (2010) dan TikTok (2016) menekankan pada visual dan video pendek, yang menjadi tren dominan dalam interaksi digital. Media sosial juga mulai digunakan untuk keperluan bisnis dan politik. Agus (2017) mencatat bahwa media sosial menjadi alat penting dalam kampanye politik, pemasaran produk, dan penggerakan komunitas.

e. **Transformasi Teknologi dan Masa Depan Media Sosial**

Media sosial saat ini terus berevolusi dengan hadirnya kecerdasan buatan (AI) dan realitas virtual (VR). Nasrullah (2015) mencatat bahwa media sosial masa depan akan semakin mengintegrasikan teknologi baru untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih interaktif dan personal.¹²

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki banyak jenis yang dikategorikan berdasarkan fungsi dan tujuan penggunaannya. Berikut adalah beberapa jenis media sosial yang umum digunakan:

- a. Jejaring Sosial (Social Networking). Jejaring sosial merupakan platform yang

¹⁰ Bungin, B. (2011). *Komunikasi dalam Teori dan Praktik*. Prenada Media.

¹¹ Kurniawan, A. (2020). *Strategi Digital Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.

¹² Agus, H. (2017). *Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Andi Publisher.

dirancang untuk membangun hubungan personal dan profesional. Contohnya adalah Facebook, LinkedIn, dan Twitter. Menurut Sari (2017), jejaring sosial adalah media sosial yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain, berbagi informasi, dan membangun jaringan profesional. Platform ini biasanya digunakan untuk memperluas relasi atau mencari peluang kerja.¹³

- b. Media Berbagi Konten (Content Sharing Platforms). Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, atau dokumen, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Handayani (2019) menekankan bahwa media berbagi konten lebih menonjolkan aspek visual, yang menjadikannya alat penting dalam pemasaran digital dan membangun identitas merek.¹⁴
- c. Blog dan Microblogging. Blog dan microblogging digunakan untuk menyampaikan opini atau informasi secara personal maupun profesional. Contohnya adalah WordPress, Blogger, dan Twitter. Menurut Rahmawati (2020), blog memungkinkan penggunanya untuk menulis artikel panjang, sedangkan microblogging seperti Twitter lebih fokus pada pesan singkat dengan jangkauan luas.¹⁵
- d. Forum Diskusi (Discussion Forums). Forum diskusi adalah media sosial yang menyediakan ruang untuk berbagi ide dan informasi berdasarkan topik tertentu, seperti Kaskus dan Reddit. Herlina (2018) menjelaskan bahwa forum diskusi memfasilitasi dialog interaktif dalam komunitas daring, baik untuk tujuan edukasi maupun hiburan.¹⁶
- e. Media Kolaborasi (Collaboration Platforms). Jenis ini memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi secara real-time, seperti Google Drive dan Trello. Rahayu (2021) menyebutkan bahwa media kolaborasi adalah alat penting untuk mendukung kerja tim, terutama dalam proyek berbasis jarak jauh.
- f. Marketplace atau Media Sosial Bisnis. Marketplace adalah platform yang menggabungkan media sosial dengan fitur perdagangan daring, seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Menurut Prasetyo (2020), marketplace bukan hanya tempat jual beli, tetapi juga memanfaatkan ulasan dan interaksi pengguna untuk

¹³ Sari, D. (2017). *Media Sosial dan Komunikasi Digital*. Jakarta: Prenada Media.

¹⁴ Handayani, T. (2019). *Pemasaran Digital di Era Media Sosial*. Bandung: Alfabeta.

¹⁵ Rahmawati, I. (2020). *Strategi Konten di Media Sosial*. Yogyakarta: Andi Publisher.

¹⁶ Herlina, S. (2018). *Komunikasi Digital: Perspektif Media Sosial*. Malang: UMM Press.

membangun kepercayaan konsumen.¹⁷

- g. Media Sosial Berbasis Game. Jenis ini menggabungkan elemen sosial dengan hiburan dalam bentuk permainan, seperti Mobile Legends dan PUBG. Fauzan (2020) menjelaskan bahwa media sosial berbasis game menawarkan pengalaman interaktif yang memadukan hiburan dan komunitas daring.

4. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

Media sosial merupakan fenomena yang telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Namun, penggunaannya memiliki sisi positif maupun negatif yang perlu dipahami.

a. Kelebihan Media Sosial

- 1) Meningkatkan Komunikasi dan Interaksi Media sosial memungkinkan komunikasi real-time tanpa batasan geografis. Hal ini memudahkan individu maupun organisasi untuk tetap terhubung. Menurut Nasrullah (2015), media sosial menjadi alat yang efektif untuk membangun hubungan interpersonal dan menjaga komunikasi dengan orang-orang di berbagai belahan dunia.¹⁸
- 2) Meningkatkan Akses Informasi Media sosial memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi terkini dengan cepat. Platform seperti Twitter dan Facebook menjadi sumber berita dan informasi publik. Handayani (2019) menyebutkan bahwa media sosial berperan sebagai media distribusi informasi yang dapat menjangkau audiens secara luas dan cepat
- 3) Sebagai Sarana Pemasaran dan Bisnis Media sosial memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen. Menurut Prasetyo (2020), media sosial memungkinkan strategi pemasaran yang lebih murah namun efektif, terutama untuk usaha kecil dan menengah.
- 4) Meningkatkan Kreativitas Pengguna dapat mengekspresikan diri melalui berbagai format konten seperti video, gambar, dan tulisan. Rahayu (2021) mencatat bahwa media sosial mendorong individu untuk menciptakan dan berbagi ide kreatif, yang juga dapat dimanfaatkan untuk membangun personal branding.¹⁹
- 5) Media sosial mempermudah terbentuknya komunitas berbasis minat, seperti

¹⁷ Prasetyo, B. (2020). *Digital Marketing: Peluang dan Tantangan di Era 4.0*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

¹⁸ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

¹⁹ Rahayu, I. (2021). *Etika Digital dan Media Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.

komunitas hobi, pendidikan, atau advokasi sosial. Herlina (2018) menjelaskan bahwa media sosial memfasilitasi kolaborasi dan interaksi dalam komunitas daring yang mendukung pertukaran informasi dan pengalaman.

b. Kekurangan Media Sosial

- 1) Menyebarkan Informasi Palsu (Hoaks) Media sosial sering menjadi sarana penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau palsu., Nasrullah (2015) mengingatkan bahwa tanpa literasi digital yang baik, pengguna mudah terjebak dalam penyebaran hoaks yang dapat merugikan.
- 2) Menurunkan Privasi Pengguna Data pribadi pengguna sering menjadi target penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Handayani (2019) mencatat bahwa pelanggaran privasi menjadi salah satu isu utama dalam penggunaan media sosial, terutama terkait keamanan data.
- 3) Ketergantungan dan Adiksi Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan hingga berdampak pada kesehatan mental. Prasetyo (2020) menyebutkan bahwa adiksi media sosial dapat mengurangi produktivitas dan menyebabkan kecemasan atau depresi.
- 4) Penyebaran Konten Negatif
Media sosial juga digunakan untuk menyebarkan konten yang tidak sesuai, seperti ujaran kebencian, pornografi, dan kekerasan. Menurut Herlina (2018), minimnya pengawasan dalam media sosial sering kali membuat platform ini menjadi wadah konten negatif yang sulit dikendalikan.
- 5) Mengurangi Interaksi Sosial Tatap Muka Ketergantungan pada media sosial dapat mengurangi kualitas hubungan interpersonal secara langsung. Rahayu (2021) mencatat bahwa interaksi virtual sering kali menggantikan komunikasi tatap muka, yang dapat melemahkan hubungan emosional.²⁰

5. Integrasi Media Sosial dengan Pendidikan Islam

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern, termasuk dalam konteks pendidikan Islam. Dengan karakteristiknya yang interaktif dan fleksibel, media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendukung pembelajaran Islam secara efektif.

²⁰ Rahayu, I. (2021). *Etika Digital dan Media Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.

1. Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah

Media sosial memberikan ruang bagi para pendidik dan da'i untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas dan cepat. Platform seperti YouTube, Instagram, dan Facebook sering digunakan untuk membagikan konten dakwah dalam bentuk ceramah video, tulisan, atau infografis. Menurut Nasrullah (2015), media sosial memberikan kemudahan bagi para pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar, baik di dalam negeri maupun mancanegara.

2. Membentuk Komunitas Belajar Islami

Media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas belajar yang berbasis Islam. Grup WhatsApp, Telegram, atau forum daring seperti Kaskus sering digunakan untuk diskusi keislaman, pengajian, atau berbagi pengetahuan agama. Handayani (2019) menyebutkan bahwa komunitas daring ini memungkinkan interaksi lintas geografis yang memperkaya wawasan peserta.

3. Penyebaran Materi Pendidikan Islam

Media sosial memungkinkan pendidik untuk menyebarkan materi ajar berupa e-book, video, atau infografis keagamaan. Instagram dan TikTok, misalnya, banyak digunakan untuk membuat konten pendek yang menjelaskan konsep keislaman seperti akhlak, fiqh, dan tafsir Al-Qur'an. Menurut Rahayu (2021), platform ini mendukung penyampaian pesan yang menarik, relevan, dan mudah dipahami oleh generasi muda.

4. Meningkatkan Literasi Digital Islami

Penggunaan media sosial dalam pendidikan Islam juga melatih peserta didik untuk memiliki literasi digital yang Islami, yaitu kemampuan menggunakan teknologi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Menurut Herlina (2018), literasi digital Islami mencakup etika dalam berkomunikasi, menyaring informasi yang sesuai syariat, dan memanfaatkan teknologi untuk kebaikan.

5. Menjawab Tantangan Modernitas dalam Pendidikan Islam

Integrasi media sosial membantu pendidikan Islam tetap relevan di era digital, dengan menjawab tantangan modern seperti: Persepsi negatif terhadap Islam: Media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam dan melawan stereotip negatif. Penyebaran informasi yang salah: Media sosial menjadi alat untuk meluruskan hoaks atau kesalahpahaman terkait ajaran Islam. Menjangkau

generasi muda: Media sosial memberikan pendekatan yang sesuai dengan pola komunikasi generasi digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. memberdayakan individu untuk menjadi pencipta sekaligus konsumen informasi. Dengan sifatnya yang interaktif, media sosial terus berkembang menjadi sarana komunikasi utama di era modern.
- b. Media sosial memiliki peran penting sebagai alat komunikasi modern yang memungkinkan penggunaannya untuk terlibat secara aktif dalam membentuk arus informasi. Dengan sifatnya yang interaktif dan partisipatif, media sosial terus berkembang menjadi platform utama untuk berbagai keperluan, mulai dari komunikasi personal hingga bisnis.
- c. Integrasi media sosial dengan pendidikan Islam memberikan peluang besar untuk mendukung penyebaran nilai-nilai keislaman di era digital. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, platform untuk membangun komunitas belajar Islami, serta alat penyebaran materi pendidikan yang menarik dan relevan.

2. Saran

Dengan memperluas fokus penelitian dan memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam menggunakan media sosial, makalah ini dapat memberikan kontribusi lebih besar dalam pengembangan literasi digital dan peningkatan pemahaman masyarakat tentang media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Agus, H. (2017). *Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Andi Publisher.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Bungin, B. (2011). *Komunikasi dalam Teori dan Praktik*. Prenada Media.
- Handayani, T. (2019). *Pemasaran Digital di Era Media Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Herlina, S. (2018). *Komunikasi Digital: Perspektif Media Sosial*. Malang: UMM Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*.
- Kurniawan, A. (2020). *Strategi Digital Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Nugroho, Y. (2021). *Media Sosial: Pengertian, Jenis, Dampak dan Contoh*. Jakarta: Pustaka Digital, hlm. 23-25.
- Prasetyo, B. (2020). *Digital Marketing: Peluang dan Tantangan di Era 4.0*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Rahmawati, I. (2020). *Strategi Konten di Media Sosial*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sari, D. (2017). *Media Sosial dan Komunikasi Digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Sobur, A. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, R. (2022). *Dampak Positif dan Negatif Media Sosial*. Yogyakarta: Andi Publisher, hlm. 45-47.