



DAKWAH DI ERA DIGITAL: INOVASI MEDIA SEBAGAI RESPON TERHADAP KEBUTUHAN UMAT KONTEMPORER

Candra Krisna Jaya^{1✉}, Lalu Muh Reza Pratama²

^{1,2} Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

*Corresponding author email: candra@uinjkt.ac.id

Abstrak

Penyebaran nilai-nilai keagamaan, khususnya dalam konteks dakwah, menghadapi tantangan dalam menjangkau khalayak luas melalui metode konvensional di era digital saat ini. Pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah diharapkan dapat mengatasi keterbatasan ini, memberikan fleksibilitas, dan meningkatkan efektivitas dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan. Dakwah digital menjadi inovasi yang dapat memperluas jangkauan dan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk memperoleh informasi agama secara lebih cepat dan terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi relevansi dakwah digital dalam memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research, dengan pengumpulan data dari buku, jurnal, dan sumber-sumber daring yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital dapat menjawab tantangan dakwah tradisional dengan menyediakan ruang interaktif bagi audiens, memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan penceramah dan mengajukan pertanyaan. Inovasi ini terbukti efektif dalam memperluas cakupan dakwah, memberikan dampak positif dalam mempercepat proses pemahaman agama, serta memanfaatkan teknologi untuk penyebaran nilai-nilai keislaman yang lebih inklusif.

Kata Kunci: *Dakwah, Era Digital, Inovasi, Penerapan*

Abstract

The dissemination of religious values, particularly in the context of dakwah (Islamic preaching), faces challenges in reaching a wide audience through conventional methods in the current digital era. The use of digital technology in dakwah is expected to overcome these limitations by providing greater flexibility and enhancing the effectiveness of religious message delivery. Digital dakwah has become an innovation that expands the reach and provides easier access for people to acquire religious information more quickly and affordably. This research aims to explore the relevance of digital dakwah in addressing the needs of modern society. The research method used is library research, collecting data from books, journals, and relevant online sources. The results of the study indicate that digital dakwah can address the challenges of traditional dakwah by providing an interactive space for the audience, allowing them to directly interact with the speakers and ask questions. This innovation has proven to be effective in expanding the scope of dakwah, positively impacting the acceleration of religious understanding, and utilizing technology to spread Islamic values in a more inclusive manner.

Keywords: *Da'wah, Digital Era, Innovation, Application*



PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menuntut kita untuk memahami bahwa dakwah tidak hanya sebatas sebagai proses transformasi ilmu agama. Lebih dari itu, dakwah harus menyampaikan nilai-nilai Islam yang relevan dengan perkembangan zaman, termasuk dalam konteks era digital. Era digital merupakan periode di mana masyarakat terpapar oleh arus informasi yang sangat besar, yang dapat menyebabkan terjadinya gegar budaya dan kesulitan dalam memahami makna dari berbagai informasi yang tersebar. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa dakwah tidak hanya menyampaikan pengetahuan agama, tetapi juga mampu menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat di era digital ini (Hidayat et al., 2024).

Pada era digital saat ini, mengajar agama Islam tidak hanya menjadi otoritas seorang ulama. Karena dimana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara, orang dapat belajar tentang agama Islam. Masyarakat sekarang terlebih untuk Gen Z dan Alpha saat ini tidak hanya mengandalkan da'i sebagai satu-satunya sumber untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Melainkan masyarakat bisa memanfaatkan apa yang mereka ingin ketahui melalui televisi, smartphone, media sosial, AI, dan internet sekalipun yang sekarang ini menjadi media yang begitu mudah dan praktis untuk mendapatkan informasi yang diinginkan mengenai berbagai macam persoalan keagamaan. Mulai dari masalah-masalah ringan mengenai ibadah sampai dengan perkara yang rumit sekali pun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. Banyak platform dalam mencari informasi keislaman seperti google, youtube, tiktok dan Superiornya Ai yang sekarang dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama dalam memperoleh pengetahuan keagamaan maupun pengetahuan umum (Budiantoro, 2017).

Media sosial memiliki kekuatan yang signifikan dalam mengatasi batas-batas komunitas, ruang, dan waktu. Sebagai platform komunikasi, media sosial menawarkan alternatif yang efisien dalam menjembatani perbedaan jarak dan waktu antar individu maupun kelompok. Selain itu, media sosial telah menjadi salah satu pilihan utama dalam berbagai sektor, termasuk dalam menjalankan bisnis, proses pembelajaran, serta dalam pelaksanaan dakwah. Kemampuannya untuk menghubungkan berbagai pihak secara cepat dan luas menjadikannya sarana yang efektif dalam berbagai aktivitas sosial dan profesional (Mulawarman, 2017).

Dalam kehidupan sehari-hari banyak hal pada kehidupan manusia yang mengandung ketidakpastian, di era digital hadirnya ketidakpastian disulut oleh banjir informasi khususnya saat media sosial menjadi kecenderungan umum di tengah masyarakat, masyarakat tidak lagi harus menunggu jadwal berita di televisi untuk mengakses informasi, saat ini informasi melintas setiap detik dalam genggamannya handphone cerdas yang hampir setiap orang memilikinya, masalah yang muncul karena informasi itu tidak semua bisa dikategorikan benar, banyak informasi tersebut yang bersifat palsu, pada posisi ini dibutuhkan ikhtiar serius untuk memverifikasi kebenaran sebuah informasi melalui proses komunikasi yang efektif, komunikasi itu bisa dilakukan dengan beragam cara, misalnya mengecek langsung ke pelaku

yang terlibat dalam sebuah peristiwa. Jika cara ini dilakukan maka informasi yang mengandung ketidakpastian bisa menjadi pasti. Pada posisi ini komunikasi berfungsi untuk mereduksi ketidakpastian agar melahirkan kepastian (Anazuhriah, 2019).

Jika dianalisis secara kritis, fenomena banjir informasi belum terjadi sebelum kehidupan manusia memasuki era digital khususnya sebelum kemunculan media sosial. Ketika manusia masih mengandalkan informasi dari televisi manual, radio, dan surat kabar mereka relatif mendapat asupan informasi secukupnya saja, informasi tidak datang setiap detik seperti yang terjadi di masa kini, ada waktu tertentu dimana manusia bisa mengakses informasi dalam bentuk berita, situasi ini memberikan ruang bagi siapa saja yang mengakses berita untuk terlebih dahulu berpikir tentang kebenaran suatu informasi sebelum memutuskan mempercayainya. Tentu manusia tidak bisa dipaksa agar menerapkan kehidupan layaknya sebelum datangnya era digital dan media sosial. Kehidupan manusia selalu bergerak maju, hal itu sudah merupakan hukum alam peradaban, pengetahuan yang terus berkembang merupakan faktor pendukung sehingga peradaban manusia terus bergerak maju (Puspita, 2017).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode library research (studi kepustakaan), yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dan analisis terhadap sumber-sumber tertulis yang relevan (Milasari et al., 2021). Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam dinamika dakwah di era digital, khususnya dalam kaitannya dengan inovasi media sebagai respon terhadap kebutuhan umat kontemporer.

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji berbagai literatur ilmiah seperti jurnal, buku, artikel, serta publikasi daring yang membahas tentang pemanfaatan teknologi informasi, transformasi dakwah melalui media digital, dan perubahan pola konsumsi informasi keagamaan di kalangan masyarakat modern. Metode ini memungkinkan peneliti untuk merumuskan gagasan teoritis serta menemukan keterkaitan antara perkembangan teknologi komunikasi dengan strategi dakwah yang kontekstual, aktual, dan responsif terhadap realitas sosial umat Islam saat ini.

Melalui studi pustaka, peneliti juga menganalisis bagaimana platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast telah digunakan secara efektif oleh para da'i dan lembaga dakwah sebagai media penyampaian pesan-pesan keislaman yang lebih fleksibel, luas jangkauannya, serta relevan dengan gaya hidup digital masyarakat kontemporer. Dengan demikian, metode ini mendukung tujuan utama penelitian, yaitu untuk memahami secara komprehensif peran dan tantangan inovasi media dalam mendukung efektivitas dakwah di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah di Era Digital

Pemanfaatan perkembangan teknologi digital saat ini tidak hanya berdampak pada sektor-sektor ekonomi, pariwisata, permainan, konten, dan politik, tetapi juga merambah ke bidang religius, termasuk aktivitas dakwah (Saptawuryandari, 2014). Perbedaan metode, strategi, dan manajemen dakwah antara masa kenabian dan periode sebelum berkembangnya media sangat kontras dengan kondisi saat ini, di mana dakwah banyak dilakukan melalui platform digital. Aplikasi-aplikasi seperti YouTube, Instagram, TikTok, Blogger, dan berbagai media sosial lainnya kini menjadi sarana utama dalam menyebarkan pesan dakwah. Kreativitas dan inovasi para da'i menjadi hal yang sangat krusial dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat dakwah, agar pesan yang disampaikan tidak hanya terbatas pada propaganda semata, tetapi juga mampu memberikan pemahaman yang mendalam kepada mad'u. Dakwah digital kini lebih terfokus pada audiens tertentu, seperti generasi milenial, Gen Z, dan remaja, yang hampir tidak terlepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Rahman, 2024). Oleh karena itu, dakwah di era digital menuntut kecakapan da'i dalam bermedia sosial, agar pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan efektif. Namun, perlu juga dicatat bahwa meskipun media sosial memberikan peluang besar, tantangan dalam menjaga keaslian pesan dan menghindari distorsi informasi juga menjadi hal yang harus diwaspadai, mengingat sifat media digital yang cenderung mempercepat penyebaran informasi, baik yang akurat maupun yang menyesatkan.

Era digital tidak hanya sebatas hanya untuk hiburan dan jalur komunikasi yang menghubungkan antar orang. Kini, internet menjadi media baru untuk berdakwah. Pengajian atau dakwah yang dilakukan secara konvensional membutuhkan ruang dan waktu tertentu. Sementara dengan memanfaatkan teknologi digital, jamaah atau khalayak bisa mendapatkan konten dakwah kapanpun dan dimanapun, bisa memilih tema dakwah sesuai dengan kebutuhan, dan bisa memilih da'i atau ustadz yang disukai (Ummah et al., 2020).

Dakwah digital telah menjadi sebuah tuntutan sekaligus tren yang berkembang pesat. Keunggulan utama dari dakwah digital terletak pada kemampuan jaringan internet yang dapat menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap, dengan biaya yang relatif terjangkau. Hal ini memungkinkan penyebaran pesan dakwah menjadi lebih luas dan efisien. Selain itu, beragam platform media sosial yang digunakan masyarakat memberikan peluang bagi dakwah untuk mencapai audiens yang lebih beragam, dengan kebebasan bagi masyarakat untuk memilih materi dakwah sesuai minat mereka, serta memilih da'i atau da'iyah yang mereka sukai. Fenomena ini semakin diperkuat dengan meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahunnya, yang berdampak langsung pada semakin banyaknya individu yang mengakses konten dakwah. Kebutuhan masyarakat akan kajian keagamaan yang mudah diakses juga turut mendorong pertumbuhan audiens dakwah digital. Namun, di balik kemudahan ini, terdapat tantangan terkait kualitas pesan yang disampaikan dan akuntabilitas informasi, yang memerlukan perhatian lebih agar dakwah digital tidak hanya mencakup penyebaran informasi, tetapi juga memperhatikan kedalaman dan kebenaran materi yang diberikan (Ummah et al., 2020).

Saat ini, kita berada dalam era digital, yang ditandai dengan revolusi dalam penyebaran informasi melalui berbagai platform teknologi. Transformasi ini telah mengubah secara

signifikan pola interaksi sosial dan mempengaruhi arah perkembangan masyarakat global. Dalam konteks ini, inovasi dakwah yang memanfaatkan teknologi digital menjadi krusial dalam menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan. Ketergantungan manusia terhadap teknologi komunikasi dan informasi semakin mendalam, seiring dengan kemajuan pesat di bidang ini. Keberadaan berbagai media digital, baik itu melalui media sosial, situs web, atau aplikasi, telah memungkinkan proses komunikasi, publikasi, dan distribusi informasi berlangsung dengan lebih efisien dan efektif. Namun, fenomena ini juga membawa tantangan baru terkait dengan kredibilitas informasi, fenomena penyebaran hoaks, serta dampaknya terhadap perilaku sosial dan pola pikir masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dalam dakwah harus diimbangi dengan kesadaran kritis untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya sampai kepada khalayak, tetapi juga membangun pemahaman yang benar dan mendalam terhadap nilai-nilai yang diajarkan (Pardianto, 2013).

Dakwah di era digital sebagai kegiatan yang visioner diharapkan mampu menyesuaikan diri sesuai dengan perkembangan zaman baik konteks, konten dan komunikasi yang dapat diterima oleh Masyarakat. Aktivitas dakwah di era digital tentu memiliki perbedaan yang sangat padat baik itu sasaran dakwah, pesan atau konten dakwah. Dakwah di era digital, menjadi pilihan media dakwah yang sangat populer karena penyampaiannya yang atraktif. Perubahan sosial dan tatanan masyarakat berubah sangat signifikan oleh karena masifnya informasi di era digital dengan berbagai macam strategi media sehingga masyarakat memiliki banyak referensi baik di dalam ilmu keislaman maupun menentukan gaya hidup ditentukan oleh media apa yang diakses oleh masyarakat tersebut.

Inovasi Dakwah Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital

Dalam pengelolaan dakwah, teknologi berperan penting untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyampaian pesan dakwah, serta menghilangkan batasan ruang dan waktu. Dengan demikian, dakwah dapat diakses oleh khalayak secara lebih mudah dan luas. Pemanfaatan teknologi dalam dakwah dapat dikelompokkan dalam dua kategori utama, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Pada masa lalu, komunikasi antar manusia dilakukan secara langsung, yaitu tatap muka. Namun, pada era digital saat ini, komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai platform dan jejaring sosial. Media seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi saluran utama untuk menyampaikan dakwah, mengingat banyak masyarakat yang mencari informasi melalui platform-platform tersebut (Deslima, 2018).

Pada era digital, dakwah mengalami pergeseran metode dengan semakin meluasnya penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan. Banyak ustadz dan influencer memanfaatkan platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram karena tingginya respons masyarakat serta kemudahan dalam menyebarkan informasi (Abdusshomad, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi positif dalam mendukung penyebaran dakwah. Inovasi dakwah perlu diarahkan pada pemanfaatan media secara maksimal agar pesan keislaman dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Dakwah kontemporer dituntut untuk bersifat aktual, faktual, dan kontekstual, mampu menjawab

persoalan umat secara relevan dan nyata. Oleh karena itu, pemanfaatan media menjadi aspek strategis dalam mewujudkan dakwah yang lebih adaptif dan solutif di tengah dinamika zaman.

Pada prinsipnya ada dua fungsi media, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudarsono Sudirdjo dan Eveline Siregar yaitu untuk memberikan pengalaman yang konkret kepada pemirsa, dan sebagai sarana komunikasi. Dengan demikian, pemilihan media seharusnya dilakukan secara selektif dengan mengacu kepada beberapa kriteria. Seperti kesesuaian tujuan dakwah, faktor biaya, kesesuaian metode, karakteristik pemirsa, pertimbangan praktis, dan ketersediaan media itu sendiri (Khoiruzzaman, 2017).

Pada era digital, di mana penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, terdapat kebutuhan untuk melakukan redefinisi terhadap pendekatan dakwah, khususnya dalam konteks media digital (Budiantoro, 2017). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, difusi dan infiltrasi kebudayaan merupakan fenomena yang tak terelakkan dalam era digital. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan bahwa dakwah dengan muatan doktrinal atau konservatif akan terlibat dalam proses difusi dan infiltrasi kebudayaan ini. Namun demikian, untuk memanfaatkan media digital secara optimal, diperlukan kompetensi yang tinggi dalam penggunaan berbagai platform, yang dapat dicapai melalui intensifikasi pelatihan serta penyediaan infrastruktur yang memadai. Kendati demikian, perkembangan media digital tidak serta merta menandakan penelantaran media tradisional. Media sosial tetap memberikan kemudahan dan kecepatan dalam penyebaran dakwah, yang sulit dicapai melalui media konvensional.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah juga penting untuk memperluas jangkauan dakwah, salah satu hambatan dakwah di masa lalu adalah keterbatasan jangkauan. Dakwah dengan metode ceramah yang dilangsungkan di masjid dan tempat terbuka tentu memiliki daya jangkau yang terbatas, rata-rata hanya bisa menjangkau jamaah masjid atau orang yang bermukim di sekitar tempat dilaksanakannya dakwah, bahkan orang-orang yang bermukim di sekitar tempat pelaksanaan dakwah seringkali tidak semua hadir. Berdasarkan kondisi tersebut maka penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah adalah alternatif solusi yang tepat untuk menyalahi keterbatasan jangkauan. Tidak diragukan lagi dakwah yang digelar di platform media sosial dapat menjangkau audiens yang sangat luas, bukan hanya dari segi latar belakang tetapi juga dari segi kelas sosial dan ekonomi, semua bisa dijangkau dengan menggunakan platform media sosial. Daerah-daerah yang selama ini sulit dijangkau oleh para da'i karena hambatan alam, dengan menggunakan media sosial maka dakwah sudah bisa sampai kepada mereka (Wibowo, 2019).

Dengan berkembangnya era digital, aktifitas dakwah dapat dilakukan dengan mudah tanpa menggunakan mobilitas yang berpindah-pindah. Inovasi dakwah dengan memanfaatkan media sosial menandakan bahwa intensitas gerakan dakwah menjadi sangat pesat dengan berbagai metode dan strategi dakwah yang dapat menarik minat perhatian masyarakat. Dengan berkembangnya era digital menjadi sangat praktis dan efisien bagi praktisi dakwah didalam menyebarkan konten-konten dakwah. Dakwah dan Digital

merupakan perpaduan yang relevan di era globalisasi informasi, tentu dengan konten-konten yang tidak menghilangkan prinsip dari dakwah itu sendiri.

Penerapan Inovasi Media dalam Dakwah Digital sebagai Respon atas Kebutuhan Umat Kontemporer

Terkait pada era digital yakni memiliki kebutuhan tinggi terhadap informasi, maka kondisi ini pada dasarnya merupakan peluang emas bagi kejayaan dakwah. Konten dakwah yang disampaikan *da'i* kepada masyarakat sebenarnya merupakan informasi, bisa disebut keseluruhannya merupakan informasi tentang cara untuk beriman kepada Allah SWT. Kehidupan sebagian orang yang hidup di era digital dan jauh dari ajaran Islam boleh jadi karena mereka memang tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang ajaran Islam. Tidak menutup kemungkinan mereka terlahir dari keluarga yang tidak mementingkan pendidikan agama bagi anaknya, akhirnya mereka tumbuh dalam suasana yang sangat minim informasi tentang agama. Fenomena seperti ini banyak dijumpai di daerah urban yang orang tuanya selalu sibuk dengan pekerjaan hingga lalai menanamkan nilai-nilai agama kepada anak, atau bisa juga mereka lahir dan besar di lingkungan yang tidak peduli pada ajaran agama, secara umum situasinya bisa beragam. Kebutuhan yang tinggi tentang informasi merupakan jalan masuk bagi para *da'i* untuk memberikan informasi yang cukup kepada mereka yang dikemas dalam bentuk dakwah di platform digital, sehingga informasi agama mereka bisa akses dengan mudah di platform digital.

Dakwah di era digital harus mampu mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang semakin terhubung melalui media sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan inovasi dalam strategi dan metode dakwah yang bersifat humanis, relevan, dan terbaru. Salah satu bentuk inovasi dakwah yang paling signifikan adalah pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama untuk menyebarkan pesan keagamaan. Konsekuensinya, *da'i* dituntut untuk mengembangkan keterampilan (*soft skills*) serta menguasai teknologi, agar metode dan materi dakwah yang disampaikan dapat bersifat modern, praktis, dan efektif. Dalam hal ini, fenomena influencer, kreator, dan netizen sebagai produk dari digitalisasi memberikan peluang besar bagi para *da'i* untuk mendokumentasikan dan menyebarkan dinamika kehidupan umat Islam yang terus berkembang. Di sisi lain, dalam konteks kurikulum pendidikan, dakwah digital seharusnya sudah menjadi bagian integral dari pengajaran di pesantren dan institusi pendidikan Islam secara lebih luas. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa nilai-nilai intelektual dan kultural yang telah lama melekat di pesantren tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan media komunikasi, yang semakin didominasi oleh pihak-pihak yang memiliki pandangan dan ideologi yang lebih liberal, terutama dari dunia Barat. Oleh karena itu, penting bagi pesantren dan institusi pendidikan Islam untuk menciptakan suatu paradigma baru yang memungkinkan dakwah digital untuk berkembang secara konstruktif, tanpa kehilangan esensi dan integritas ajaran Islam (Nurdin et al., 2024).

Dakwah tidak bisa dilepaskan dari komunikasi, dalam proses dakwah terkandung komunikasi, secara hakikat komunikasi memainkan peran penting dalam aktivitas dakwah khususnya di era digital, berhasil atau tidaknya proses dakwah yang dibawakan para da'i salah satunya ditentukan oleh faktor komunikasi, kemampuan komunikasi yang baik menjadi modal bagi para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif dan efisien. Komunikasi memiliki tiga peran penting dalam dunia dakwah di era digital. *Pertama*, membantu da'i dalam memahami karakter masyarakat di era digital. *Kedua*, memastikan sampainya pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif. *Ketiga*, berperan dalam penyampaian pesan dakwah untuk semua lapisan masyarakat di era digital (Hayat & Riam, 2022).

Setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi berharap agar pesan yang ia sampaikan terdapat dengan baik oleh penerima pesan. Untuk mewujudkan hal itu maka penyampai pesan mesti memiliki kemampuan komunikasi yang baik, semakin baik kemampuan komunikasi seseorang maka pesannya dapat semakin mudah dipahami audiens, informasi yang ia kirimkan bisa sampai kepada pendengar tanpa terjadi reduksi yang signifikan terhadap informasi tersebut. Sebaliknya, bila kemampuan komunikasi seseorang yang bertindak sebagai pengirim pesan rendah, maka terbuka ruang bagi munculnya pemahaman yang berbeda dari hal yang dimaksudkan pengirim pesan, informasi dapat ditafsirkan berbeda, jauh dari maksud sebenarnya. Komunikator yang baik adalah orang yang mampu menyampaikan pesan verbal dan nonverbal agar terjadi komunikasi yang efektif.

Penerapan metode dakwah seyogianya disesuaikan dengan dinamika sosial dan perkembangan zaman agar pesan keagamaan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat. Dalam perspektif Islam, metode dakwah yang ideal merujuk pada tiga pendekatan utama. *Pertama*, hikmah, yaitu menyampaikan dakwah dengan kebijaksanaan yang mempertimbangkan situasi, kondisi, serta latar belakang psikologis dan sosiologis objek dakwah (*mad'u*), sehingga dakwah tidak menimbulkan resistensi. *Kedua*, *mau'izhah hasanah*, yakni menyampaikan ajaran Islam melalui nasihat yang baik, lemah lembut, dan menyentuh hati, serta menghindari retorika yang bersifat ofensif atau menimbulkan kebencian. *Ketiga*, *mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdiskusi atau berdialog secara santun dan argumentatif, dengan menjunjung etika komunikasi serta menghormati perbedaan pendapat. *Ketiga* metode ini mencerminkan prinsip dakwah yang inklusif dan humanis, sekaligus relevan untuk diterapkan dalam konteks dakwah digital masa kini yang menuntut pendekatan yang komunikatif, moderat, dan adaptif. (Ilaihi, 2010).

Dalam lanskap era digital yang ditandai oleh akselerasi arus informasi secara masif dan real-time, kebutuhan umat terhadap informasi keagamaan yang valid, mudah diakses, serta kontekstual mengalami peningkatan signifikan (Asari et al., 2023). Fenomena ini mengindikasikan adanya transformasi dalam pola konsumsi informasi masyarakat kontemporer, termasuk dalam aspek spiritualitas dan keagamaan. Keadaan tersebut sekaligus membuka peluang strategis bagi para da'i untuk merekonstruksi metode dakwah sebagai solusi atas kekosongan nilai, disorientasi spiritual, dan kompleksitas identitas

keagamaan yang dihadapi sebagian umat. Dalam konteks ini, inovasi media digital hadir sebagai respons adaptif terhadap dinamika zaman (Mauludin, 2019).

Pemanfaatan platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast merepresentasikan bentuk konkret dari integrasi teknologi komunikasi dalam praktik dakwah. Melalui medium tersebut, pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan secara lebih fleksibel, komunikatif, dan responsif terhadap kebutuhan audiens yang heterogen. Karakteristik media digital yang bersifat interaktif dan tidak dibatasi oleh ruang serta waktu memungkinkan dakwah menjangkau spektrum masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi digital native yang cenderung mengakses informasi secara instan dan visual. Dengan demikian, media digital tidak hanya menjadi alat bantu, melainkan juga bagian integral dari strategi dakwah transformatif di era kontemporer (Uyuni, 2023).

Konten dakwah yang dikemas dalam bentuk video pendek, ilustrasi grafis, maupun narasi yang menarik, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama generasi muda yang sangat aktif di media sosial. Dakwah tidak lagi bersifat satu arah dan konvensional, melainkan hadir dalam format yang lebih komunikatif dan responsif. Oleh karena itu, dalam menyikapi kebutuhan umat kontemporer yang haus akan informasi dan nilai-nilai spiritual, da'i dituntut untuk mengembangkan keterampilan digital dan memperbaharui metode penyampaian dakwah agar lebih relevan dan efektif.

Di sisi lain, fenomena kehidupan urban yang cenderung mengabaikan pendidikan agama dalam keluarga juga menjadi indikator penting akan perlunya penguatan dakwah berbasis media. Banyak individu yang tumbuh dalam lingkungan minim nilai-nilai keagamaan, sehingga dakwah digital menjadi jembatan penting dalam mengisi kekosongan tersebut. Dengan inovasi media, dakwah dapat hadir dalam kehidupan sehari-hari masyarakat urban, baik saat bekerja, bersantai, maupun di sela aktivitas lainnya, melalui perangkat digital yang mereka gunakan.

Penerapan dakwah digital juga perlu mempertimbangkan prinsip komunikasi yang efektif. Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikatif da'i dalam menyampaikan pesan secara verbal dan nonverbal. Dalam era digital, tiga peran penting komunikasi dalam dakwah adalah: (1) membantu da'i memahami karakteristik audiens digital; (2) memastikan pesan dakwah diterima secara tepat dan tidak bias; serta (3) menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui saluran komunikasi yang beragam.

Lebih lanjut, penerapan metode dakwah yang sesuai dengan karakter era digital sangatlah penting. Metode seperti hikmah, mauizhah hasanah, dan mujaadalah tetap relevan, namun perlu dikemas dengan pendekatan visual dan naratif yang sesuai dengan budaya digital. Penggabungan antara nilai-nilai tradisional dakwah dengan strategi komunikasi kontemporer melalui media digital menjadi bentuk nyata dari inovasi dakwah Islam sebagai respon atas kebutuhan umat di zaman ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dakwah di era digital menuntut adanya transformasi strategi dan pendekatan melalui pemanfaatan teknologi

informasi dan komunikasi. Inovasi media digital menjadi sarana penting dalam menjawab kebutuhan spiritual umat yang semakin kompleks dan terhubung secara global. Melalui platform-platform digital seperti media sosial, podcast, dan video streaming, pesan-pesan dakwah tidak hanya dapat tersebar secara masif, tetapi juga dapat disesuaikan dengan karakteristik audiens yang beragam.

Dakwah kontemporer memerlukan pendekatan yang tidak hanya tekstual dan normatif, melainkan juga kontekstual, komunikatif, serta berbasis pada pemahaman sosiokultural masyarakat modern. Dengan demikian, inovasi media dalam dakwah tidak sekadar menjadi alat bantu, tetapi merupakan bagian esensial dari upaya penyampaian ajaran Islam secara relevan dan adaptif terhadap perubahan zaman. Di tengah disrupsi informasi dan meningkatnya arus konten yang bersifat profan, dakwah digital berperan sebagai alternatif naratif keagamaan yang mampu memperkuat identitas dan nilai spiritual umat.

Oleh karena itu, penguatan kapasitas dakwah digital, baik dari sisi sumber daya manusia, kurikulum pendidikan keislaman, maupun pengembangan teknologi, merupakan langkah strategis untuk memastikan bahwa dakwah tetap menjadi solusi atas problematika moral, sosial, dan spiritual yang dihadapi masyarakat kontemporer.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdusshomad, A. (2024). Peran ustadz influencer dalam penyebaran dakwah Islam kepada generasi Z melalui media sosial. *Muqaddimah: Jurnal Studi Islam*, 15(5), 63–75.
- Anazuhriah. (2019). Pengurangan ketidakpastian melalui komunikasi interpersonal remaja panti asuhan. *Jurnal Common*, 3(1).
- Asari, A., Mujanah, S., Rijal, S., et al. (2021). *Manajemen SDM di era transformasi digital*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di era digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 263–281.
- Deslima, Y. D. (2018). *Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung* (Tesis tidak diterbitkan). UIN Raden Intan Lampung.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran komunikasi dakwah di era digital upaya maksimal pembelajaran agama Islam. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 227–240.
- Hidayat, R., Syarifudin, S., Baharudin, B., Zamhariri, Z., & Aisyah, U. (2024). Komunikasi dakwah dalam konversi nilai pendidikan agama Islam guna pembentukan karakter sosial bermasyarakat. *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 69–83.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kuncoro Ningrat. (1989). *Metode-metode penelitian masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mauludin, H. (2019). *Strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam mensosialisasikan gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) melalui sosial media Instagram* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Milasari, M., Syukri, A., Badarussyamsi, B., & Rizki, A. F. (2021). Filsafat ilmu dan pengembangan metode ilmiah. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(3), 217–228.

- Mulawarman, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psiko-sosial terapan. *Bulletin Psikologi*, 25(1).
- Nuridin, A., et al. (2024). *Revolusi dakwah*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Pardianto. (2013). Meneguhkan dakwah melalui new media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1).
- Puspita, D. D. (2017). Mencapai puncak peradaban dan karakter bangsa dengan budaya ilmiah baca tulis. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 3(1).
- Rahman, D. (2024). *Membangun jembatan dakwah di dunia digital*. Penerbit Adab.
- Saptawuryandari, N. (2014). *Nuansa Islami: Dari sastra ke film sebagai upaya pengembangan ekonomi kreatif*.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai strategi dakwah di era digital: Analisis peluang dan tantangan. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210–234.
- Uyuni, B. (2023). *Media dakwah era digital*. Jakarta: Penerbit Assofa.
- Wahyu, K. (2017). Urgensi dakwah media cyber berbasis peace journalism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai tren media dakwah pendidikan Islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2).