

PERAN PEREMPUAN DALAM DAKWAH DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN

Nur Kholifah, Murodi, Muhamad Ardiansyah, Septiyadi,
Salma Nur Zahro Maharani

Institut Ummul Quro Al Islami Bogor, Bogor. Indonesia
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta. Indonesia

nur.kholifah@iuqibogor.ac.id, murodi@uinjkt.ac.id,
muhamadardiansyah763@gmail.com, sengkatipunya@gmail.com,
Salmanurzahromaharani@gmail.com

Abstract

Article History

Received : 29-06-2025

Revised : 04-08-2025

Accepted : 18-12-2025

Keywords:

Women,
Digital Da'wah,
Opportunities and
Challenges,

This study aims to explore the role of women in the context of digital da'wah, which has increasingly developed alongside advancements in information technology. The research focuses on three main aspects: (1) the concept of digital da'wah, (2) the role of women in digital da'wah, and (3) the opportunities and challenges faced by women in conducting da'wah through digital platforms. Using a qualitative approach and literature study, the research finds that digital da'wah is a form of religious communication that utilizes digital media—such as social media and other online platforms—to reach a broader and more diverse audience. In this context, women play a significant role, not only as content consumers (objects of da'wah) but also as producers and disseminators of religious messages (subjects of da'wah). They use digital platforms to convey religious messages, initiate discussions, and build communities centered around religious values. However, this role is not without challenges, including social stigma, limited access to technology, and pressure from cultural norms that continue to marginalize women. On the other hand, digital da'wah presents significant opportunities for women to actively participate in spreading religious values, building networks, and expanding their influence in the public sphere. This study concludes that digital da'wah opens new spaces for women to play a more active role in religious activities, although various challenges must still be addressed.

Pendahuluan

Dakwah merupakan sebuah kewajiban yang harus disampaikan oleh umat muslim sesuai kadar kemampuan masing-masing, terlebih diwajibkan untuk mereka yang memiliki pengetahuan yang luas mengenai agama Islam. Dakwah juga dapat dimaknai sebagai upaya untuk menyampaikan ajaran Islam kepada

masyarakat luas agar masyarakat tersebut dapat memahami, mengimani, serta mengamalkan ajaran Islam dengan baik. Penyampaian dakwah ini dapat dilakukan baik oleh individu maupun kelompok (Januardi 2023, 141). Dakwah adalah langkah strategis untuk mengubah kondisi masyarakat menuju yang lebih baik. Dalam pandangan Islam, meskipun zaman dan kemajuan teknologi berkembang dengan sangat pesat, dakwah tetap merupakan hal yang mutlak dan tidak dapat diabaikan. Hal ini juga berlaku pada saat ini, yang oleh para ahli disebut sebagai era cyber. Dakwah harus mampu memberikan model yang ideal dan diharapkan dapat bersikap responsif terhadap berbagai perubahan zaman (Muhaemin 2017, 341).

Dakwah yang merupakan kewajiban bagi umat muslim ini tidaklah hanya diperankan oleh laki-laki saja, melainkan juga perempuan. Artinya, perempuan juga memiliki kesempatan serta kontribusi dalam dakwah. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Muchammadun, perempuan memiliki peran yang penting dalam menyebarkan ajaran Islam melalui berbagai saluran komunikasi (Muchammadun et al. 2021). Faizah juga menekankan bahwa sangat penting untuk mengakui bahwa perempuan memiliki peran yang signifikan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dalam dakwah Islam (Faizah 2023). Namun, menurut Jamalul Muttaqin, perempuan sering kali diperlakukan sebagai objek dakwah ketimbang sebagai subjek dakwah. Perempuan bahkan sering kali mengalami perlakuan yang terpinggirkan dalam konteks dakwah nasional, karena dianggap sebagai makhluk yang lemah, berada di posisi kedua, dan cenderung menerima perlakuan yang tidak adil serta patriarkis. Fenomena ini mengesampingkan peran perempuan dalam dinamika gerakan dakwah di Indonesia (Muttaqin 2022). Qoirunnisa juga menjelaskan hal serupa bahwa, meskipun ulama perempuan semakin aktif dalam dunia dakwah dan pendidikan Islam, mereka masih menghadapi banyak rintangan dalam menembus patriarki dalam agama. Beberapa kelompok konservatif masih menentang peran perempuan dalam dunia keagamaan dan membatasi ruang gerak mereka. Selain itu, stereotipe gender juga masih sangat kuat dalam masyarakat (Fentika Zahra Qoirunnisa et al. 2023).

Dalam upaya menyebarluaskan ajaran Islam di era digital, ulama perempuan juga dapat memanfaatkan media sosial dan teknologi yang ada. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Syamsul Rizal bahwa di era teknologi saat ini, perempuan juga memiliki kesempatan untuk berdakwah. Apapun yang ingin disampaikan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada dan berkembang. Contohnya, mereka dapat menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lainnya untuk tujuan dakwah (Syamsul Rizal 2021, 61). Rohman juga menambahkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks dakwah. Masyarakat modern yang semakin terhubung melalui internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya, membuka peluang baru untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah (Rohman 2019). Akan tetapi, dakwah yang dilakukan secara digital pada kenyataannya juga memiliki beberapa tantangan. Beberapa tantangan dakwah di dunia digital ini misalnya, pertama, muncul konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama, yang dapat membingungkan penonton dan merusak reputasi dakwah. Selain itu, adanya hoax, fitnah, dan propaganda yang menyebar dengan cepat juga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pesan-pesan dakwah yang sebenarnya (Febriani

2023, 164). Kedua, metode ceramah agama yang menggunakan humor dan hiburan dalam media teknologi membuat materi dakwah menjadi tidak terfokus. Materi dakwah yang seharusnya menjadi inti perhatian dapat terabaikan atau tidak mendapatkan perhatian yang cukup. Hal ini dapat mengurangi efektivitas dakwah dalam menyampaikan pesan yang lebih penting dan mendalam (Effendi 2006, 213). Ketiga, perlunya kepastian bahwa juru dakwah harus memiliki pemahaman yang cukup mengenai media tersebut. Penguasaan teknologi serta strategi komunikasi digital menjadi krusial agar dakwah yang disampaikan dapat berjalan dengan efektif dan menarik perhatian audiens yang ditargetkan. Juru dakwah perlu memahami karakteristik media teknologi yang digunakan dan menguasai berbagai teknik dalam penyampaian pesan yang relevan (Jafar 2023, 144–45).

Berkaitan dengan permasalahan di atas, telah banyak penelitian sebelumnya yang membahas dakwah digital secara umum, namun tidak memberikan fokus yang cukup pada peran spesifik perempuan dalam dakwah tersebut. Kebanyakan studi mungkin menyoroti aspek teknologi atau efektivitas dakwah digital secara keseluruhan, tetapi mengabaikan bagaimana perempuan berkontribusi secara spesifik dalam ruang digital. Untuk itu, dalam penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi peran perempuan dalam dakwah digital. Kemudian, dalam penelitian ini, peneliti juga merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sekaligus sebagai poin pokok dalam pembahasan penelitian ini. Adapun pertanyaan penelitiannya yakni, bagaimana konsep mengenai dakwah digital? Bagaimana peran perempuan dalam dakwah digital? Serta seperti apa peluang dan tantangan dalam dakwah digital yang dilakukan oleh perempuan? Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk mendukung dan memperkuat peran perempuan dalam dakwah digital, sehingga dakwah dapat dilakukan secara lebih inklusif dan efektif di masa depan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *library research* atau penelitian kepustakaan dengan fokus pada pengumpulan dan analisis data dari berbagai literatur yang relevan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi penelitian yang menekankan kata-kata daripada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data (Bryman 2012). Sama halnya dengan pendapat Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif dalam bentuk ucapan, tulisan, dan perilaku dari individu yang diamati. Dengan menggunakan penelitian kualitatif ini, kita dapat memperoleh pemahaman mengenai kenyataan melalui proses berpikir induktif (Bogdan and Taylors 1992, 21).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni deskriptif analitis yaitu dengan mendeskripsikan fenomena dakwah digital oleh perempuan serta menganalisis berbagai literatur untuk menemukan pola, hubungan, dan pemaknaan terhadap peluang serta tantangan yang dihadapi. Sumber data primer dalam penelitian ini yakni berupa studi literatur atau *literature review*. *Literature review* adalah suatu metode yang diterapkan dengan cara meneliti sumber-sumber literatur yang berkaitan dengan pertanyaan yang ingin dijawab oleh peneliti. Proses ini melibatkan identifikasi, seleksi, dan penilaian terhadap literatur yang relevan dengan fokus pembahasan (Baloyi and Jordan 2016). Database ataupun

pangkalan data yang dijadikan sumber utama dalam penelusuran informasi artikel ini adalah *google scholar*. Adapun beberapa kata kunci yang digunakan dalam proses penelusuran ini adalah “perempuan dan dakwah” serta “dakwah digital”. Adapun kriteria pemilihan sumber data yakni memilih literatur yang relevan dengan tema perempuan dan dakwah digital, ketersediaan dalam bentuk teks atau dokumentasi tertulis, terbit minimal dalam sepuluh tahun terakhir, dengan prioritas pada sumber-sumber terbaru.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yakni dengan analisis konten guna mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan dakwah digital, peran, peluang, serta tantangan dakwah perempuan dalam ruang digital. Kemudian peneliti melakukan reduksi data dengan menyaring dan memilih informasi yang paling relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya peneliti melakukan kategorisasi dan pengkodean untuk mengelompokkan data dalam tema-tema mengenai peran perempuan, peluang serta tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital. Kemudian, peneliti melakukan interpretasi data dengan mengaitkan temuan dengan teori dakwah, komunikasi digital, dan perspektif gender dalam Islam. Terakhir, untuk menjaga validitas dan reliabilitas, peneliti melakukan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber yakni membandingkan data dari berbagai jenis literatur baik akademis, praktis, maupun populer.

Pembahasan

Konsep Dakwah Digital

Dakwah adalah upaya untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat dengan tujuan mengajak mereka kepada keimanan dan melakukan amal kebajikan (Nawaffani 2023, 143). Murodi menempatkan dakwah pada posisi yang sangat strategis dalam menentukan maju mundurnya ajaran dan peradaban Islam. Betapapun, hanya dengan kegiatan ini, ajaran Islam dapat tersebar luas, dan menjadi satu doktrin yang diyakini dan diamalkan oleh setiap muslim yang ada di berbagai penjuru dunia. Sebagai umat terbaik (*khaira ummah*), umat Islam diberikan amanah untuk mengajak manusia agar melakukan kebaikan dan mencegah kemunkaran (Murodi 2019, 1). Andi Faisal Bakti, menegaskan, dakwah Islam bermakna mendeklarasikan bahwa tidak ada tuhan selain Allah. Dakwah adalah Islam, Islam adalah dakwah (Bakti 2011, 1).

Dakwah digital mengacu pada penggunaan media dan teknologi digital untuk menyebarkan pesan dan nilai-nilai keagamaan (Sunaryanto and Rofi Syamsuri 2022). Hal ini merujuk pada pengertian media digital. Secara umum, media digital dapat diartikan sebagai media yang berbasis internet, di mana pengguna dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten seperti *blog*, *wiki*, forum, jejaring sosial, dan media sosial melalui aplikasi yang terhubung dengan internet. Semua ini merupakan ruang di dunia maya yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin maju (Mentari et al. 2023, 2245). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein juga mendefinisikan bahwa media digital mencakup berbagai aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas konsep dan teknologi Web 2.0, serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (Andreas and Haenlein 2010).

Berkaitan dengan dakwah dan media digital khususnya media sosial, perlu juga dipahami mengenai hukumnya. Hukum berdakwah merupakan suatu kewajiban, namun para ulama memiliki pandangan yang berbeda terkait

penggunaan media digital, seperti media sosial, dalam berdakwah. Berdasarkan beberapa pendapat yang telah diteliti, hukum penggunaan media sosial dapat dikategorikan sebagai mubah, karena media sosial adalah salah satu sarana yang ada di dunia ini, di mana hukum asal dari sarana tersebut adalah mubah. Namun, status kemubahannya dapat berubah tergantung pada cara penggunaannya. Apabila digunakan untuk tujuan yang baik, maka akan mendatangkan pahala, sedangkan jika digunakan untuk hal-hal yang negatif, maka hukumnya menjadi haram atau berdosa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdakwah melalui media sosial adalah tindakan yang baik dan dianjurkan, sehingga pelakunya akan mendapatkan pahala karena menyebarkan kebaikan dan melaksanakan kewajiban yang ditetapkan oleh Allah SWT.

Dengan dakwah digital, para pendakwah dapat melakukan kegiatan dakwah dengan menjangkau khalayak yang lebih luas dan membuat pesan-pesan mereka lebih mudah diakses dan relevan khususnya generasi muda (Octaviani 2022). Dakwah digital bisa dalam berbagai bentuk, antara lain postingan media sosial, video, meme, dan film (Toni 2007). Media digital memungkinkan cara-cara yang lebih kreatif dan inovatif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Hal ini dapat secara efektif melawan ideologi radikal dengan menggunakan media digital untuk menyebarkan pesan-pesannya (Idris 2022). Dakwah digital juga dapat berfungsi untuk mempromosikan toleransi dan perdamaian antaragama. Agar efektif, strategi dakwah digital harus aktual dan kontekstual, relevan dengan karakteristik khalayak sasaran, serta disajikan dalam bentuk yang menarik secara visual dan mudah dipahami (Nurrohman and Mujahidin 2022).

Dakwah digital berpotensi memberikan dampak signifikan bagi masyarakat melalui peningkatan aksesibilitas terhadap ajaran Islam, pembinaan komunitas, dan pemberdayaan individu. Peningkatan aksesibilitas dengan beralih dari dakwah konvensional menjadi dakwah digital memungkinkan jangkauan ajaran Islam yang lebih komprehensif (Ningrum and Astutik 2023). Siapapun dapat mengakses konten keagamaan, ceramah, dan dakwah online di mana saja menggunakan platform digital yang memungkinkan masyarakat untuk belajar tentang Islam, prinsip-prinsipnya, dan praktiknya (Hasim 2023). Dakwah digital dapat membantu menumbuhkan rasa kebersamaan di kalangan umat Islam (Dalimunthe et al. 2023). Platform online dan grup media sosial memberikan ruang bagi individu untuk terhubung, berbagi pengalaman, dan saling mendukung dalam perjalanan keagamaan mereka (Adnan 2019) (Nasution et al. 2023). Selain itu, pelatihan media digital telah terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi serta dakwah di masyarakat. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital dapat berperan dalam penyebaran ajaran Islam di masyarakat, terutama di Indonesia (Mentari et al. 2023).

Peran Perempuan dalam Dakwah Digital

Peran perempuan dalam dakwah digital semakin penting dan beragam seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Beberapa peran yang dapat dilakukan oleh kaum perempuan dalam kaitannya dengan aktivitas dakwah di antaranya yakni sebagai subjek atau agen agama moderasi, pelopor gerakan tasawuf, pembuat konten kreatif sekaligus sebagai *influencer*, aktor pendidikan Islam, *role model* atau teladan ideal. Segala peran yang dilakukan oleh perempuan tersebut pada hakikatnya tak lain adalah untuk

menyebarkan nilai-nilai Islam, seperti keimanan, ibadah, akhlak, dan hukum-hukum Islam dan bertujuan sebagai bentuk *amar ma'ruf nahi munkar*.

Perempuan sebagai subjek atau agen agama moderasi

Setiap individu, termasuk wanita, merupakan subjek atau agen dari moderasi agama. Manifestasi dari moderasi beragama dapat direalisasikan dalam berbagai cara Pertama, memperkuat pengakuan masyarakat terhadap keberadaan kiai perempuan moderat yang menjadi teladan bagi wanita yang bermartabat dalam hubungan gender serta kemitraan yang setara dalam pengambilan keputusan di tingkat keluarga, masyarakat, dan negara. Kedua, mendorong kehidupan yang mengedepankan prinsip persamaan, keadilan, dan toleransi di antara berbagai agama, ras, suku, serta perbedaan jenis kelamin. Ketiga, secara aktif mencegah ekstremisme yang menolak keragaman dan perbedaan, yang saat ini menargetkan kelompok individu perempuan, keluarga, dan komunitas. Keempat, memperjuangkan penegakan keadilan bagi perempuan, seperti mencegah pernikahan anak, mencegah kekerasan seksual, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), dan praktik-praktik lain yang merendahkan harkat dan martabat perempuan. Dalam konteks menghadapi berbagai masalah dan tantangan kehidupan sosial tersebut, perempuan memiliki peran penting sebagai *digital-native* untuk membangun kontra-narasi secara digital atau online serta melawan narasi yang beredar di media sosial dan *chatroom* terkait dengan intoleransi, ujaran kebencian, ketidaksetaraan gender, pengaruh ideologis, ekstrem, konservatif, dan transnasional yang misoginis. Upaya ini perlu dilakukan sebagai misi untuk menyebarkan Islam moderat dengan memanfaatkan berbagai platform media (Muchlas et al. 2022, 129).

Perempuan sebagai pelopor gerakan tasawuf

Perempuan juga menjadi subjek yang berperan langsung dalam pengembangan tasawuf dengan menyebarkan ajaran hikmah atau ajaran tasawuf di media sosial. Secara hierarki perempuan mendapat kedudukan tertinggi dibandingkan laki-laki dalam kajian bibliografi tasawuf. Meski tergolong sedikit, nyatanya masih bermunculan tokoh-tokoh sufi perempuan dari masa ke masa dalam khazanah perkembangan tasawuf dan ikut meramaikan kontestasi dakwah digital melalui pendekatan tasawuf. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa pada hakikatnya dakwah adalah untuk menyebarkan ajaran Islam yang di dalamnya terdapat nilai-nilai agama Islam yang tertinggi yaitu tasawuf (Muttaqin 2021, 61–62).

Perempuan sebagai pembuat konten kreatif, sekaligus sebagai *influencer*

Dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi, perempuan memiliki peran penting untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, khususnya dakwah Islam. Mereka dapat dengan aktif membuat serta menyebarkan konten digital seperti tulisan, video, serta podcast mengenai ajaran Islam. Dengan demikian mereka juga dapat memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan tak terbatas. Berkaitan dengan hal ini, Rohman berpendapat bahwa kemajuan teknologi serta media memiliki dampak yang sangat penting dalam proses komunikasi dan dakwah di Indonesia (Rohman, 2019). Contoh dari peran ini adalah wanita yang berfungsi sebagai *influencer* di media sosial dan menggunakan popularitas mereka untuk menyebarkan pesan-

pesan agama kepada para pengikut mereka. Mereka sering kali memberikan ceramah, membagikan kutipan ayat Al-Qur'an, atau memberikan nasihat agama melalui akun-akun mereka di platform-platform seperti *Instagram*, *YouTube*, atau *TikTok* (Fasadena and Karisna 2024, 7).

Perempuan sebagai aktor pendidikan Islam

Pendidikan Islam melalui youtube, Instagram dan NU online akan menarik generasi milenial yang memiliki keinginan dalam mengetahui, dan mempelajari ilmu agama. Karena generasi milenial lebih suka yang praktis tanpa harus pergi jauh untuk mengunjungi pengajian. Selain itu waktu yang dibutuhkan juga lebih efisien dan dapat diulangi secara berulang-ulang, apabila audiens belum memahaminya. Salah satu pendidikan yang dapat disampaikan yakni pendidikan mengenai fiqh perempuan yang juga disampaikan oleh ulama perempuan yang lebih diakui karena selaku perempuan mereka juga merasakan permasalahan perempuan (Fentika Zahra Qoirunnisa et al. 2023, 131).

Perempuan sebagai *role mode* atau teladan ideal

berperan sebagai *muharrrik* (penggerak), *murabbi* dan *mu'allim* (pendidik), *munadzzim* (pengorganisir/pemimpin), *mura'i* (wali), dan *munasik* (pengontrol) untuk umat. Para daiyah ini muncul di berbagai platform media sosial dan menyajikan dakwah nilai-nilai Islam. Dakwahnya yang sederhana membuat mereka banyak diikuti oleh kaum perempuan bahkan laki-laki yang haus akan dakwah. Agar dakwah meluas, pemilihan media sosial sebagai media dakwah menjadi salah satu cara para ulama tersebut mengajarkan nilai-nilai Islam. Hal ini merupakan salah satu alternatif yang saat ini dimana perkembangan media digital sangat massif (Uyuni, Arief, and Adnan 2023, 16–21)

Melalui berbagai platform digital, hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran dan kontribusi dalam dakwah, khususnya dalam dakwah di media sosial. Burhanudin dan Syatori menyatakan bahwa perkembangan teknologi saat ini memberikan kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam dakwah melalui media sosial. Dalam hal ini, media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai tempat untuk melaksanakan dakwah (Burhanudin and Syatori 2019, 238). Di era yang mengharuskan setiap individu, termasuk masyarakat Muslim, untuk beradaptasi, sangat krusial untuk mengikuti kemajuan zaman agar tidak tertinggal dalam peradaban. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tak terelakkan akibat globalisasi, tanpa batasan ruang dan waktu, membuat masyarakat Muslim tidak hanya terpesona oleh diskursus modernitas, tetapi lebih menekankan pada cara mengisi kemajuan zaman yang cepat ini dengan perubahan yang konstruktif, sesuai dengan identitas, bangsa, dan kebutuhan mereka (Asmaya 2009).

Kaitannya dengan peran perempuan dalam dakwah, perempuan di era sekarang yang sering disebut sebagai perempuan zaman now harus memiliki kesadaran dan kemampuan dalam menguasai teknologi. Dengan demikian, keberadaan perempuan tidak hanya dilihat sebagai kelompok yang berada di ranah domestik, yaitu makhluk yang lemah yang selalu memerlukan perlindungan dari laki-laki. (Sastriyani 2008, 525). Kehadiran gerakan dakwah online yang dipimpin oleh perempuan dapat dipandang sebagai respons terhadap tren konten yang mendominasi dunia maya, seperti *cybersex*, propaganda teroris, dan agitasi

kebencian. Gerakan ini secara aktif berfungsi sebagai penjaga akhlak yang berusaha memperkenalkan nilai-nilai akhlak Islam serta melawan kerusakan moral (Nisa 2018).

Peluang dan Tantangan

Sebagai upaya untuk menegaskan keberadaan perempuan, perbincangan mengenai perempuan di media terus dikonstruksi. Dalam hal ini ulama perempuan memiliki peran aktif di berbagai platform media sosial. Adapun aktivitas yang mereka lakukan diantaranya yakni menciptakan wacana keislaman melalui ceramah, kajian, diskusi, bahkan hingga sharing atau tanya jawab secara daring. Untuk membangun otoritas ilmiah dengan banyak pengikut di masyarakat media sosial dapat difungsikan sebagai alat secara maksimal (Muchlas et al. 2022, 132).

Dakwah di era modern saat ini dapat dilakukan secara digital yang menandakan bahwa dakwah tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional atau tatap muka secara langsung. Dengan demikian, ketrampilan dalam menguasai teknologi dan komunikasi untuk pendistribusian pesan dakwah sangat diperlukan (Rusli 2013, 2). Sebagaimana ditambahkan oleh Rustandi bahwa dakwah digital ditandai dengan adanya akses internet. Hal ini sekaligus menjadi bukti bahwa pelaksanaan dakwah Islam mengalami pembaharuan dan dapat dilihat dari banyaknya portal website dan platform media sosial yang menyampaikan dakwah Islam (Rustandi 2019, 84).

Internet memiliki banyak kelebihan diantaranya berkaitan dengan efisiensi, aksesibilitas, keterbukaan, dan jangkauan yang luas yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam di era modern saat ini (Saefulloh 2012, 138). Selain itu, internet juga dapat digunakan sebagai alat kampanye yang efektif untuk melakukan perlawanan terhadap wacana Islamophobia serta isu-isu keagamaan lainnya (Arifuddin 2016, 136). Mazaya juga menambahkan bahwa dakwah secara digital juga dapat difungsikan sebagai upaya untuk menyaring pesan-pesan yang bersifat hoaks, ujaran kebencian, serta informasi yang menyesatkan di dunia maya (Mazaya 2019, 14). Komunikasi dakwah yang efektif di media sosial perlu dimiliki oleh ulama perempuan untuk membangun narasi Islam yang adil gender dan moderat. Perkembangan dalam pendidikan serta modernisasi teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perempuan untuk lebih berani dalam mengekspresikan sikap dan pendapat mereka di ruang publik mengenai berbagai isu yang dihadapi oleh masyarakat secara umum dan perempuan secara khusus (Nisa 2013, 241).

Tantangan dalam dakwah saat ini adalah menjaring jamaah muda atau kelompok milenial serta Muslim urban yang memiliki latar belakang beragam. Salah satu kunci untuk menarik kelompok tersebut adalah dengan memahami kebutuhan mereka. Kepopuleran konten dakwah yang disajikan di berbagai kanal media sosial disebabkan oleh tingginya kebutuhan masyarakat akan konten religi, termasuk bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu akibat kesibukan dan hal lainnya. Oleh karena itu, mereka memilih untuk memanfaatkan platform media sosial yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Pilihan media digital ini dianggap sangat efektif dalam menyebarkan kesadaran gender kepada masyarakat secara luas. Media sosial dapat berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi, berpartisipasi, memberikan kontribusi, berbagi, berteman, serta melakukan kegiatan seperti diskusi dan menjawab pertanyaan. Di samping itu, media sosial

juga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk pemasaran dan promosi (Smith and Chaffey 2013).

Perkembangan teknologi dan media telah memberikan dampak signifikan terhadap komunikasi dakwah Islam di Indonesia, namun juga menciptakan peluang bagi informasi yang tidak terverifikasi serta konten yang tidak sejalan dengan ajaran agama. Oleh karena itu, sangat penting bagi para komunikator dakwah atau pendakwah untuk memahami dinamika media sosial dan memanfaatkan platform tersebut dengan bijak dalam menyebarkan pesan-pesan agama (Rohman 2019).

Dakwah digital membuka peluang besar bagi perempuan untuk menyebarkan pesan kebaikan secara lebih luas dan efektif. Namun, tantangannya juga tidak sedikit. Perempuan dakwah digital seringkali menghadapi stigma, diskriminasi, dan serangan personal di dunia maya. Mereka dituntut untuk menjaga penampilan, bahasa, dan perilaku agar sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Selain itu, kurangnya dukungan infrastruktur digital yang memadai dan literasi digital yang rendah juga menjadi kendala bagi perempuan di daerah terpencil untuk ikut serta dalam dakwah digital (Sulfa, Muallifah, and Afifullah 2023).

Dalam konteks dakwah dan tantangan penggunaan media digital yang kemungkinan besar juga dialami oleh pendakwah perempuan yakni, peran seorang dai sering kali dianggap kurang penting, karena perhatian utama lebih terfokus pada substansi pesan yang disampaikan. Situasi ini dapat mengakibatkan hilangnya contoh teladan dalam perilaku dai. Selain itu, akan muncul kecenderungan individualisme, di mana anggota masyarakat daring cenderung memilih informasi atau pesan yang sesuai dengan kepentingan pribadi mereka dan merasa berhak untuk mengabaikan pesan yang dianggap tidak relevan, meskipun kehadiran mereka dalam forum diskusi sangat diperlukan (Efendi, Dina, and Gunawan 2023).

Berbagai tantangan dalam dakwah digital tersebut muncul disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: minimnya pengetahuan dan etika, kecenderungan fanatisme terhadap kelompok tertentu, perbedaan dalam fiqh dan aqidah, hasrat untuk mencapai popularitas, serta adanya individu yang secara sengaja melakukan serangan atau memecah belah di antara kalangan non-Muslim (Basri, Rokim, and Zakaria 2023, 30). Beberapa aspek tersebut dapat memperumit ruang dakwah digital dan mengharuskan para dai khususnya perempuan untuk lebih bijaksana, adaptif, serta tetap berpegang pada prinsip dakwah yang *rahmatan lil 'alamin*.

Simpulan

Berdasarkan pemaparan dalam penelitian ini, kaum perempuan memiliki peran yang strategis dan multifungsi dalam aktivitas dakwah yang berkaitan dengan dinamika sosial keagamaan kontemporer. Sebagai subjek atau agen moderasi beragama, perempuan memiliki kemampuan untuk menyuarakan nilai-nilai Islam yang inklusif dan toleran, serta menyejukkan ruang publik yang sering kali terpolarisasi. Mereka juga menjadi pelopor dalam gerakan tasawuf yang menekankan pentingnya spiritualitas dan etika, sekaligus memberikan kedalaman makna dalam kehidupan beragama. Di era digital, perempuan muncul sebagai pembuat konten kreatif dan influencer yang dapat menjangkau audiens yang luas, menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik, kontekstual, dan mudah

dipahami. Selain itu, peran mereka sebagai aktor pendidikan Islam memperkuat proses transmisi nilai-nilai keislaman sejak usia dini, baik di lingkungan keluarga maupun di lembaga formal. Tak kalah penting, sosok perempuan dalam dakwah juga berfungsi sebagai *role model* atau teladan ideal, yang melalui integritas, akhlak, dan kiprah nyata mereka menginspirasi umat untuk menjalani kehidupan beragama yang lebih bermakna dan harmonis.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peran perempuan dalam dakwah digital merupakan aspek penting dalam perkembangan dakwah kontemporer. Meski dihadapkan pada tantangan-tantangan yang berkaitan dengan norma sosial, teknologi, dan budaya, perempuan telah menunjukkan kemampuan adaptasi yang kuat dan kontribusi signifikan dalam penyebaran ajaran agama melalui media digital. Dakwah digital tidak hanya memperluas jangkauan pesan-pesan keagamaan tetapi juga membuka peluang bagi perempuan untuk terlibat lebih aktif dan berdaya dalam ruang publik. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk mendukung dan memberdayakan perempuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga mereka dapat berperan lebih efektif dalam dakwah dan memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Gunawan. 2019. "The Role Of Multimedia In Islamic Teaching Propagation (Da'wah): An Indonesian Experience." *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 25(2): 267–87. <https://doi.org/10.22373/albayan.v25i2.6676>.
- Andreas, Kaplan, and Michael Haenlein. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Arifuddin, Arifuddin. 2016. "Dakwah Through Internet: Challenges And Opportunities For Islamic Preachers In Indonesia." *Ar-Raniry, International Journal of Islamic Studies* 3(1): 161. doi:10.20859/jar.v3i1.80.
- Asmaya, Enung. 2009. "Modernitas dan Tantangannya terhadap Pelaksanaan Dakwah." *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3(1): 46–62. doi:<https://doi.org/10.24090/komunika.v3i1.114>.
- Bakti, Andi Faisal. 2011. "Islamic Dakwah in Southeast Asia." *Oxford Jurnal New York: Oxford Press* 1 No 1.
- Baloyi, W. Ten. H, and P Jordan. 2016. "Systematic Review as a Research Method in Postgraduate Nursing Education." *Health Sa Gesondheid* 21(1): 120–28. doi:https://doi.org/10.4103/jiaphd.jiaphd_221_20.
- Basri, Hasan, Syaeful Rokim, and Aceng Zakaria. 2023. "Konsep Dakwah Media Sosial Dalam Al Qur'an." *Cendika Muda Islam Jurnal Ilmiah* 3(1): 21–36.
- Bogdan, Robert C., and K.B Taylors. 1992. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Ally and Bacon Inc.
- Bryman, A. 2012. *Social Research Methods*. Oxford, Inggris: Oxford University Press.
- Burhanudin, Aan Mohamad, and A Syatori. 2019. "Peningkatan Public Speaking Mahasiswa Jurusan KPI: Upaya Mencetak Da'i Yang Rahmatallil 'Alamin." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10(1): 1–21. <http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5134>
- Dalimunthe, Maulana Andinata, Harikumar Pallathadka, Iskandar Muda, Manoharmayum Dolpriya Delvi, Akhter Habib Shah, Natalia Alekseevna Pradanova, Mirsalim Elmirzayevich Mamarajabov, and Nermeen Singer. 2023. "Challenges of Islamic Education in the New Era of Information and Communication Technologies." *HTS Theological Studies* 79(1): 1–6. doi:<https://doi.org/10.4102/hts.v79i1.8608>.
- Efendi, Erwan, Siska Tirta Dina, and Andre Gunawan. 2023. "Pemanfaatan Sistem Koneksi Bagi Organisasi Dakwah." *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*. 5(2): 3827–35. doi:<https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13921>.
- Effendi, Muchsin. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenada Setia.
- Faizah, Siti Inayatul. 2023. "Strategi Dakwah Perempuan Berbasis Pemberdayaan Ekonomi." *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 2(2): 88–99.
- Fasadena, Nova Saha, and Nila Noer Karisna. 2024. "Peran Perempuan dalam Komunikasi Dakwah Islam: Kritik Literatur terhadap Studi-Studi Terdahulu." *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*. 3(2): 73-84.
- Febriani, Mila. 2023. "Dinamika Perkembangan Ilmu Komunikasi Dalam

- Dunia Dakwah Pada Era Disruptif Teknologi Digital.” *Jurnal Integrasi Sains dan Qur’an (JISQu)* 2(2): 162–67. doi:10.15575/anida.v23i2.29299.
- Fentika Zahra Qoirunnisa, Arinda Nurmeita Kurniawan, Firda Noor Khalida, Muhammad Afriyanto, and Mahmud Yunus Mustofa. 2023. “Peran Ulama Perempuan Dalam Pendidikan Islam: Upaya Menembus Patriarki Agama Di Era Digital.” *Istifkar* 3(2): 122–38. doi:10.62509/ji.v3i2.91.
- Hasim, Saliudin. 2023. “Da’wah Approach In The Millennial Era.” *Jurnal Syntax Transformation* 4(7): 46–57. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i7.759>
- Idris, Muhammad Ahnu. 2022. “Analisis Fenomenologis Pesan Dakwah Digital PCNU Pamekasan.” *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8(1): 1–26. doi:10.36420/ju.v8i1.5479.
- Jafar, M. 2023. “Peluang dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi di Era 4.0.” *UNIVERSAL GRACE JOURNAL* Volume 1, Nomor 1.
- Januardi. 2023. “Aktivitas Dakwah Bil Hal Pengurus Masjid Nurul Haq Di Jorong Patomuan Kecamatan Talamau Kabupaten Pasaman Barat.” *Jurnal Komunikasi* Vol. 1 No. 3.
- Mazaya, Vicky. 2019. “Cyberdakwah Sebagai Filter Penyebaran Hoax.” *Islamic Communication Journal* 4(1): 14–25. doi:<https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.1.3588>.
- Mentari, Ellyza Cindi, Gita Islya Asmara, Sudianto Sudianto, Vega Liana, and Anggi Mayasari Lubis. 2023a. “Pengaruh Pelatihan Media Digital terhadap Perkembangan Ekonomi dan Dakwah Masyarakat Desa Durian Kecamatan Pantai Labu.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5(4): 2243–53. doi:10.47467/reslaj.v5i5.2203.
- Mentari, Ellyza Cindi, Gita Islya Asmara, Sudianto Sudianto, Vega Liana, and Anggi Mayasari Lubis. 2023b. “Pengaruh Pelatihan Media Digital terhadap Perkembangan Ekonomi dan Dakwah Masyarakat Desa Durian Kecamatan Pantai Labu.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5(4): 2243–53. doi:10.47467/reslaj.v5i5.2203.
- Muchammadun, Muchammadun, Sri Hartini Rachmad, Dendi Handiyatmo, Ayesha Tantriana, Eka Rumanitha, and Zaenudin Amrulloh. 2021. “Peran Tokoh Agama dalam Menangani Penyebaran Covid-19.” *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya* 5(1): 87–96. doi:10.15575/rjsalb.v5i1.10378.
- Muchlas, Budi Asyhari Afwan, Arief Budiman Ch, Universitas Ahmad Dahlan, and UAD Press, eds. 2022. *Dakwah Muhammadiyah dalam masyarakat digital: peluang dan tantangan: kado Muktamar Muhammadiyah #48 dari Universitas Ahmad Dahlan*. Cetakan pertama. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta: UAD Press.
- Muhaemin, Enjang. 2017. “Dakwah Digital Akademisi Dakwah.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11(2): 341–56. doi:10.15575/idajhs.v12i1.1906.
- Murodi. 2019. *Dakwah Dan Filantropi Jalan Menuju Kesejahteraan Umat*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Muttaqin, Jamalul. 2021. “The Digital Da’wah Movement: A Phenomenological Question Of Urban Sufism Women.” *Jurnal Tashwir Afkar* Vol. 40. No. 02.
- Muttaqin, Jamalul. 2022. “Ulama Perempuan Dalam Dakwah Digital: Studi Kebangkitan Dan Perlawanan Atas Wacana Tafsir Patriarkis.” *Living*

- Sufism: Journal of Sufism and Psychotherapy* 1 No 1.
<https://doi.org/10.59005/ls.v1i1.252>.
- Nasution, Faiz Albar, Muhammad Husni Thamrin, Randa Putra Kasea Sinaga, Muhammad Imanuddin Kandias Saraan, and Yofiendi Indah Indainanto. 2023. "Humbang Hasundutan Regional Head Election In 2020: Empty Box Volunteer Political Communication Movement." *Studies in Media and Communication* 11(1): 52–59. doi:10.11114/smc.v11i1.5807.
- Nawaffani, Muhammad Mahsyia. 2023. "Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar : Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi." *Jurnal Sanaamul Qur'an* 4. <https://doi.org/10.62096/sq.v4i2.57>.
- Ningrum, M. E. S, and A.P Astutik. 2023. "Implementation of Dakwah in the Era of Disruption." *Indonesian Journal of Education Methods Development* 18(2): 10–21070. doi:<https://doi.org/10.21070/ijemd.v22i.730>.
- Nisa, Eva F. 2013. "The Internet Subculture of Indonesian Face-Veiled Women." *International Journal of Cultural Studies* 16(3). doi:<https://doi.org/10.1177/1367877912474534>.
- Nisa, Eva F. 2018. "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 46(134): 24–43. doi:10.1080/13639811.2017.1416758.
- Nurrohman, Aziz Setya, and Anwar Mujahidin. 2022. "Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan Viewers Di Channel Youtube Jeda Nulis." *JUSMA: Jurnal Studi Islam dan Masyarakat* 1(1): 20–32. doi:10.21154/jusma.v1i1.513.
- Octaviani, Adelia. 2022. "From Cafe to the Mosque: The Construction of Dakwah Digital Communication of Shift Community." *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan* 21(2): 275–96. doi:10.21580/dms.2021.212.9429.
- Rohman, Dudung Abdul. 2019. "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial." *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13(2): 121–33. doi:10.38075/tp.v13i2.19.
- Rusli, Nurdin. 2013. "Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars." *Jurnal Komunikasi Islam* 3(1): 1–21. doi:<https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.1.1-21>.
- Rustandi, Ridwan. 2019. "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam." *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3(2): 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.
- Saefulloh, Aris. 2012. "Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah." 7(1). ISLAMICA. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.
- Sastriyani, Siti Hariti. 2008. *Women in Public Sector (Perempuan Di Sektor Publik)*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Smith, Paul Russel, and Dave Chaffey. 2013. *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. British: Routledge.
- Sulfa, Nafilah, Muallifah, and Afifullah. 2023. "Perempuan Dan Dakwah (Analisis Dakwah Perempuan Di Media Sosial Dalam Pandangan Al-Quran Dan Dunia Pendidikan)." *Proceedings of the 7th International Conference on Islamic Studies (ICONIS) IAIN Madura*.
- Sunaryanto, Sunaryanto, and Ahmad Rofi Syamsuri. 2022. "Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat." *KOMUNIDA: Media*

- Komunikasi dan Dakwah* 12(2): 103–24.
doi:10.35905/komunida.v12i2.2874.
- Syamsul Rizal. 2021. “Peran Perempuan dalam Dakwah.” *Dakwatul Islam* 5(1): 60–66. doi:10.46781/dakwatulislam.v5i1.221.
- Toni, Ahmad. 2007. “Penyampaian Pesan Dakwah Melalui Film ‘Rindu Kami Pada-Mu’ Karya Garin Nugroho.” UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Uyuni, Badrah, Khairan Muhammad Arief, and Mohammad Adnan. 2023. “Contribution of Woman Ulama in Digital Era.” *International Journal of Emerging Issues in Islamic Studies* Vol. 3. No. 2. <https://doi.org/10.31098/ijeis.v3i1.1239>.