

REAKTUALISASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN SUNNAH DI ERA DIGITAL: PENDEKATAN ETIS, KOMUNIKATIF, DAN KONTEKSTUAL

Ihsan Suri, Murodi, Rubiyanah, Muhtadi

Univeritas Pancasila, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia

ihsansuri@univpancasila.ac.id, murodi@uinjkt.ac.id, rubiyanah@uinjkt.ac.id

muhtadi@uinjkt.ac.id

Abstract

Article History

Received 10-01-2026

Revised :13-01-2026

Accepted :01-06-2026

Keywords:

*Qur'anic Da'wah,
Islamic Moderation ,
Digital Era,
Islamic,
Communication
Da'wah Ethics,*

This study aims to analyze and reactualize the concept of Islamic preaching (da'wah) from the perspective of the Qur'an and Sunnah in the digital era through an ethical, communicative, and contextual approach. In Islam, da'wah is not merely a process of delivering religious messages but also a form of social communication grounded in Qur'anic moral and spiritual values. Using a qualitative library research method and hermeneutic analysis, this research examined more than twenty academic papers published between 2020 and 2025 that discuss Qur'anic da'wah and digital preaching practices. The findings reveal a paradigm shift in contemporary da'wah from monologic preaching toward dialogical, visual, and participatory forms through digital media such as YouTube, TikTok, and podcasts. Core Qur'anic values such as bil-hikmah (wisdom), mau'izhah hasanah (gentle advice), mujadalah billati hiya ahsan (constructive dialogue), and wasathiyah (moderation) remain the ethical foundation of digital da'wah communication. Moreover, digital da'wah plays a crucial role in strengthening religious moderation and enhancing Islamic literacy among younger generations, despite facing challenges such as misinformation and the commercialization of religion. This study proposes a conceptual model of Qur'anic da'wah in the digital era that integrates revelation, modern communication, and social responsibility.

Pendahuluan

Dakwah merupakan fondasi utama dalam peradaban Islam yang memiliki dimensi spiritual, sosial, dan kultural. Dalam pengertian etimologis, dakwah berarti seruan atau ajakan menuju kebaikan (*da'a-yad'u-da'watan*), sedangkan secara terminologis, dakwah dipahami sebagai proses menyampaikan ajaran Islam dengan hikmah agar manusia menjalani kehidupan sesuai petunjuk Allah SWT. Al-Qur'an menjelaskan bahwa tanggung jawab dakwah merupakan misi kenabian

dan kewajiban kolektif umat Islam, sebagaimana termaktub dalam QS. An-Nahl: 125 dan QS. Ali Imran: 104.

Seiring perkembangan zaman, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, tetapi telah bertransformasi menjadi praktik sosial-digital yang menjangkau miliaran manusia melalui media daring. Digitalisasi dakwah merupakan konsekuensi logis dari revolusi komunikasi global yang mendorong umat Islam untuk beradaptasi dengan teknologi tanpa meninggalkan substansi wahyu. Transformasi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan: di satu sisi, membuka akses dakwah lebih luas dan partisipatif; di sisi lain, menimbulkan risiko penyalahgunaan ruang publik keagamaan untuk kepentingan politik, ekonomi, atau ideologis (Naamy 2023).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z cenderung memperoleh pemahaman keagamaan melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran budaya dakwah dari pola monologis tradisional menuju model komunikatif dan interaktif (Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria 2025). Dakwah kini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai media pembentukan opini publik dan moral kolektif, sebagaimana dipahami dalam kerangka komunikasi Islam modern. Dakwah kini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai media pembentukan opini publik dan moral kolektif, sebagaimana dipahami dalam kerangka komunikasi Islam modern.

Secara historis, metode dakwah pada masa Nabi Muhammad SAW mengedepankan nilai *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*, yang mencerminkan pendekatan persuasif, rasional, dan beretika. Prinsip-prinsip ini tetap relevan dalam menghadapi tantangan zaman modern, termasuk di ruang digital. Dakwah Qur'ani tidak bersifat kaku dan eksklusif, melainkan terbuka terhadap perkembangan media, budaya, dan konteks masyarakat selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai tauhid dan akhlak Islam.

Dalam penelitian kontemporer, transformasi dakwah digital menunjukkan adanya demokratisasi otoritas keagamaan. Munculnya pendakwah digital (*digital preachers*) seperti Ustadz Adi Hidayat, Hanan Attaki, dan Gus Baha menunjukkan bahwa pengaruh religius kini tidak hanya dimonopoli oleh lembaga formal keagamaan, tetapi juga oleh figur publik yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan nilai *Islam rahmatan lil-'alamin* (Utami 2021).

Namun demikian, muncul pula problem baru berupa komodifikasi dakwah, di mana sebagian konten religius diproduksi untuk kepentingan popularitas, monetisasi, atau bahkan propaganda ideologis. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap kemurnian dakwah sebagai tabligh amanah (penyampaian pesan dengan tanggung jawab moral dan spiritual). Karena itu, penting dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Sunnah dapat dijadikan kerangka etis dan epistemologis dalam merumuskan model dakwah digital yang seimbang antara inovasi dan nilai keislaman (Ahmad Muhammad Mustain Nasoha dkk. 2025).

Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam memberikan kerangka konseptual dakwah yang berlandaskan kebijaksanaan, kebenaran, dan kasih sayang. QS. An-Nahl: 125 menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan *bil-hikmah* (dengan kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan

mujadalah billati hiya ahsan (debat yang terbaik). Prinsip-prinsip ini mengandung makna komunikasi persuasif dan empatik yang relevan untuk berbagai konteks zaman.

Sunnah Nabi Muhammad SAW memperkaya konsep ini melalui praktik dakwah yang menekankan keteladanan (*uswah hasanah*), kejujuran (*qaulan sadidan*), dan kelembutan (*qaulan layyinan*). Dalam konteks modern, nilai-nilai tersebut perlu diadaptasi menjadi pedoman bagi aktivitas dakwah di ruang digital agar tetap menjaga integritas pesan dan adab komunikasi Islami.

Penelitian Ausy Alaya Ilmy, Adiba Syaidatun Nisa, and Hasan Muslihat (2025) menegaskan bahwa prinsip manajemen dakwah dalam Al-Qur'an menuntut perencanaan, metode, dan evaluasi yang berbasis nilai hikmah. Sementara Fatrin and Hakim (2023) menyoroti pentingnya etika *Qur'ani* dalam menghadapi disrupsi teknologi, yaitu menjaga kebenaran pesan (*qaulan sadidan*) di tengah arus informasi yang tidak terverifikasi.

Kajian lain oleh Kusnawan and Rustandi (2021) menguraikan bahwa pelatihan kader dakwah berbasis moderasi mampu melahirkan da'i yang toleran dan responsif terhadap keragaman sosial. Hal ini sejalan dengan temuan (Rahendra Maya dkk. 2024) yang menekankan pentingnya moderasi internal dalam dakwah yaitu para da'i memiliki kemampuan dalam mengharmonikan prinsip syariah dengan tuntutan sosial modern. Di sisi lain, penelitian empiris menunjukkan bahwa fenomena dakwah di media sosial dapat membentuk komunitas virtual religius yang mengedepankan nilai solidaritas dan inklusivitas. Misalnya, akun *@quranreview* dan *@nussaofficial* memanfaatkan konten visual islami untuk menanamkan nilai moral dan akhlak anak muda (Busro, Mumtaz, dan Muhyidin 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital bukan hanya fenomena teknologi, tetapi juga gerakan sosial dan kultural yang membentuk identitas keislaman generasi baru.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan akademik dan praktis untuk menyusun model dakwah Qur'ani yang kontekstual dan etis di tengah arus globalisasi dan digitalisasi. Dakwah yang hanya menekankan aspek normatif tanpa memahami karakteristik media digital berisiko kehilangan relevansi sosial. Sebaliknya, dakwah yang terlalu menekankan aspek popularitas dapat kehilangan substansi spiritualnya. Karena itu, dibutuhkan model dakwah integratif yang memadukan nilai wahyu (*transendensi*) dengan inovasi komunikasi (*immanensi*). Penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan, yaitu bagaimana prinsip-prinsip dakwah dalam Al-Qur'an dan Sunnah dapat direaktualisasikan dalam konteks digital?, kemudian karakteristik dan tantangan dakwah Qur'ani di ruang digital modern?, serta bagaimana model dakwah Qur'ani-digital dapat berkontribusi terhadap penguatan moderasi Islam dan etika komunikasi global? Dengan menggabungkan pendekatan teologis dan empiris sosial-keagamaan, penelitian ini tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan ilmu dakwah, tetapi juga menawarkan kerangka praktis bagi da'i, akademisi, dan lembaga keagamaan dalam merancang strategi dakwah berbasis teknologi yang tetap berpijak pada nilai-nilai Qur'ani dan Sunnah.

Perubahan paradigma dakwah dan tafsir Al-Qur'an di era digital menjadi tema sentral dalam banyak penelitian mutakhir. (Yuningsih dan Ghany 2024) menjelaskan bahwa digitalisasi tafsir melalui kanal YouTube "Kajian Tafsir Al-Ma'rifah" memungkinkan audiens berinteraksi secara aktif dengan ulama,

menciptakan komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan jamaah. Hal ini memperkuat temuan (Naamy 2023), yang menyoroti bagaimana media digital mengubah lanskap komunikasi dakwah menjadi lebih terbuka, visual, dan partisipatif, namun tetap berisiko memunculkan konten ekstrem jika tidak diawasi oleh lembaga keagamaan.

Dalam konteks media sosial, (Nabilah, Nasichah, dan Hermansah 2022) menganalisis metode dakwah Ustadz Abdul Somad di Instagram dengan prinsip bil-hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujaadalah billati hiya ahsan. Hasilnya menunjukkan bahwa video pendek dengan narasi visual mampu meningkatkan pemahaman agama di kalangan muda. Penelitian lain seperti (Megawati dan Ihsanuddin 2022) menggambarkan adaptasi lembaga dakwah seperti LDII dalam memanfaatkan Zoom dan platform virtual lain untuk mempertahankan aktivitas dakwah pascapandemi. Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria (2025) menemukan bahwa platform TikTok efektif sebagai media dakwah jika digunakan secara kreatif dan komunikatif. Temuan serupa diperoleh oleh (Omar 2025), yang menegaskan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram dan TikTok untuk menyebarkan nilai Islam, namun menghadapi tantangan berupa otentisitas dan banalitas konten.

Dalam konteks pembentukan identitas, (Dinda Ayu Triani dkk. 2025) menekankan pentingnya pendekatan visual dan emosional agar dakwah lebih diterima generasi Z. Selain itu, Busro, Mumtaz, dan Muhyidin (2025), menunjukkan efektivitas konten dakwah visual dalam meningkatkan retensi pesan hingga 60%, menunjukkan kekuatan storytelling sebagai mau'izhah hasanah modern. Moderasi Islam menjadi kerangka epistemologis utama dakwah Qur'ani kontemporer. Kusnawan dan Rustandi (2021) menyatakan bahwa kaderisasi dakwah berbasis moderasi menghasilkan da'i yang terbuka dan dialogis. Ach. Maimun, Fathurrosyid, dan A. Tajib (2024) menafsirkan kisah Nabi Ibrahim sebagai paradigma dakwah moderat yang menyeimbangkan rasionalitas dan spiritualitas. Kemudian Rohmah, Jannah, dan Wazis (2024) menegaskan bahwa media digital efektif memperkuat wasathiyah jika dikelola dengan prinsip etika komunikasi Qur'ani. Sementara penelitian (Hayatuddin dkk. 2025) bahkan mengusulkan kerangka fiqh waqi' dan fiqh ma'aalat sebagai pendekatan kontekstual untuk menjaga moderasi dalam memahami ayat jihad.

Kajian manajemen dakwah dalam Al-Qur'an dijelaskan secara mendalam oleh (Ausy Alaya Ilmy, Adiba Syaidatun Nisa, dan Hasan Muslihat 2025), yang menekankan tiga prinsip utama QS. An-Nahl:125 yaitu hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujaadalah billati hiya ahsan. Sementara itu, Saidah, Naila Nurul Ilmi, dan Isna Mutia Putri (2025), menggarisbawahi pentingnya evaluasi sistematis terhadap program dakwah sebagai bentuk tanggung jawab tabligh amanah. Dari sisi etika, Fatrin dan Hakim (2023) mengajukan model qaulan sadidan sebagai prinsip utama dalam menghadapi disinformasi keagamaan di media sosial. Penelitian Ridwan dan Sari (2021) melengkapi dengan kajian metode komunikasi Rasulullah SAW yang berbasis kelembutan (*qaulan layyinan*) dan prioritas (*tadarruj*).

Digitalisasi membawa inovasi baru dalam metode dakwah. Dimana An Noor et al. (2025) membahas penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai sarana dakwah dengan pendekatan maqashid syari'ah. Teknologi seperti chatbot Islam dan asisten suara dinilai sah secara syariah jika digunakan untuk

kemaslahatan. Penelitian Firnando dan Cucu Setiawati (2025) menunjukkan bahwa aplikasi taaruf digital seperti Salams dan Hawaya berperan sebagai medium dakwah moral untuk menjaga etika pernikahan Islam. Temuan ini sejalan dengan Muzayanah & Lubis (2023), yang menekankan pentingnya kreativitas dan literasi teknologi bagi para da'i agar tidak tertinggal dalam transformasi dakwah digital.

Kajian sosial dakwah menyoroti bagaimana komunitas Islam menyesuaikan diri dengan perubahan global. Utami (2021) meneliti strategi *cyber team* Nahdlatul Ulama dalam menyebarkan nilai *Aswaja An-Nahdliyyah* secara daring. Sedangkan penelitian Rahayu Fitriyani, Yahya, dan Nasir (2025) menggambarkan strategi dakwah salaf melalui Radio Tarbiyah Sunnah yang mengombinasikan pendekatan sentimental, rasional, dan indrawi. Fakhurrozi (2021) juga menampilkan implementasi dakwah berbasis komunitas di Rumah Qur'an Aisyah, menguatkan peran sosial perempuan dalam dakwah digital. Sementara (Riduan, Hartati, dan Nasir 2025) mengusulkan pemikiran rasional Mu'tazilah sebagai landasan untuk mengharmonikan dakwah dengan nilai keadilan dan kebebasan berpikir modern. Ranah pendidikan Islam, (Hussin dkk. 2022) meneliti efektivitas teknologi digital dalam pengajaran tahfidz di Malaysia selama pandemi, menunjukkan bahwa 80% pelajar merasakan kemudahan belajar Al-Qur'an secara daring. Pada penelitian (Saputra dan Wulan 2022) menegaskan pentingnya sinergi pendidikan Islam dan komunikasi dakwah dalam membangun karakter religius di sekolah. Sementara Pitaloka, Yumna Azkia, and Adhi Kusuma (2025) mengungkap peran komunikasi dakwah dalam lingkungan kerja profesional untuk memperkuat etos Islam.

Temuan ini memperluas pemahaman bahwa dakwah Qur'ani bukan hanya kegiatan keagamaan, tetapi juga bagian integral dari pembentukan karakter dan budaya organisasi. Dari hasil telaah terhadap dua puluh artikel dari tahun 2020 hingga 2025, dapat disimpulkan tiga kecenderungan utama dalam penelitian dakwah kontemporer: Dakwah kini bersifat visual, partisipatif, dan multimodal, dengan media sosial sebagai pusat aktivitas komunikasi religius. Kemudian prinsip *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan* menjadi dasar etika komunikasi Islam modern. Oleh karena itu Dakwah Qur'ani berfungsi menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab spiritual, memperkuat moderasi Islam di dunia digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan jenis penelitian studi kepustakaan (*library research*) yang diperkuat dengan analisis hermeneutik terhadap teks Al-Qur'an, Hadis, dan literatur ilmiah kontemporer. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian tidak terletak pada pengumpulan data lapangan aktual, melainkan pada simulasi temuan lapangan hipotetis berdasarkan hasil penelitian empiris dan teori dakwah mutakhir (2020–2025). Pendekatan kualitatif dianggap paling tepat dalam studi keagamaan karena memungkinkan peneliti memahami makna simbolik dan nilai spiritual yang terkandung dalam teks wahyu dan praktik sosial dakwah. Sebagaimana dikemukakan oleh Muzayanah dan Lubis (2023), penelitian kualitatif berperan penting dalam menangkap makna dakwah sebagai fenomena sosial dan komunikasi nilai Islam di ruang digital. Selain itu, metode deskriptif digunakan

untuk menjelaskan secara sistematis perubahan paradigma dakwah dalam perspektif Al-Qur'an dan Sunnah di tengah transformasi teknologi dan budaya digital. Pendekatan serupa juga digunakan oleh Ridwan and Sari (2021), yang meneliti strategi komunikasi Rasulullah SAW dengan model deskriptif tematik dalam konteks modernisasi dakwah.

Data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui kajian pustaka. Data primer berasal dari teks-teks suci Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, yang dijadikan dasar normatif dakwah Qur'ani. Ayat-ayat utama seperti QS. An-Nahl:125, QS. Al-Imran:104, dan QS. Fussilat:33 menjadi fokus analisis hermeneutik. Data sekunder berasal dari hasil penelitian, artikel jurnal ilmiah, dan buku yang membahas dakwah digital, moderasi Islam, komunikasi keagamaan, dan metodologi dakwah. Data sekunder ini diambil dari lebih dari dua puluh artikel ilmiah terbitan 2020–2025 yang diperoleh melalui dan database *google scholar*.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat tahap sistematis; Pertama, identifikasi literatur: Peneliti melakukan penelusuran artikel ilmiah yang relevan di *Google Scholar* dengan kata kunci “dakwah Qur'ani,” “komunikasi Islam digital,” “moderasi beragama,” dan “etika dakwah.” Teknik ini mengikuti model sistematis sebagaimana disarankan oleh Yuningsih dan Ghany (2024) dalam kajian tafsir digital berbasis literatur ilmiah. Kedua, seleksi dan validasi sumber: dari hasil penelusuran, dipilih dua puluh artikel dengan kriteria tahun publikasi tahun 2020 sampai 2025, keterkaitan langsung dengan topik dakwah Al-Qur'an dan Sunnah, serta reputasi jurnal nasional dan internasional. Ketiga, klasifikasi data: Setiap artikel dikategorikan ke dalam tema: (a) transformasi dakwah, (b) etika Qur'ani, (c) moderasi Islam, (d) media digital, dan (e) inovasi teknologi dakwah. Keempat, koding dan sintesis. Data hasil kajian dikoding berdasarkan kemunculan konsep utama seperti hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujaadalah billati hiya ahsan, kemudian disintesis menjadi model integratif dakwah Qur'ani di era digital.

Analisis data menggunakan metode hermeneutik tematik (*thematic hermeneutics*) yang dikembangkan dalam tiga tahapan; Pertama, analisis teks wahyu Menafsirkan ayat-ayat dakwah dalam Al-Qur'an dan Hadis untuk menemukan prinsip universal dakwah (hikmah, nasihat, dialog, dan keteladanan). Kedua, analisis konteks sosial dimana harus menyesuaikan prinsip tersebut dengan fenomena sosial digital seperti media sosial, otoritas keagamaan virtual, dan transformasi nilai masyarakat. Ketiga, adalah analisis sintesis nilai yang mengintegrasikan hasil bacaan wahyu dan fenomena sosial menjadi model konseptual dakwah Qur'ani di era digital. Proses ini serupa dengan metode yang diterapkan oleh Fatrin dan Hakim (2023), yang menggunakan hermeneutika Qur'ani untuk memahami etika komunikasi dalam situasi disrupsi media. Selain itu, analisis dilakukan dengan pendekatan komparatif-kritis, membandingkan hasil penelitian sebelumnya dengan temuan baru yang dihasilkan dalam penelitian ini. Sebagaimana juga dijelaskan oleh Safdhinar Muhammad An Noor, Erfaniah Zuhriah, dan Syahril Siddik (2025), pendekatan komparatif diperlukan untuk menguji relevansi nilai wahyu terhadap inovasi teknologi, sehingga dakwah tetap adaptif tanpa kehilangan keotentikannya. Untuk memastikan validitas hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber dan teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil tafsir Al-Qur'an dan Hadis dengan data empiris dari

penelitian sebelumnya. Sedangkan triangulasi teori dilakukan dengan menggabungkan teori komunikasi Islam, teori media baru (*new media theory*), dan teori etika Qur’ani. Metode triangulasi ini mengikuti model yang diusulkan oleh (Saputra dan Wulan 2022), yang menekankan pentingnya integrasi multidisipliner dalam studi komunikasi dakwah modern.

Prosedur penelitian ini dirancang secara sistematis dalam enam tahap utama:

Table 1: Prosedur Penelitian

<i>Tahap Penelitian</i>	<i>Kegiatan Utama</i>	<i>Tujuan</i>
Perumusan Masalah	Menentukan fokus penelitian: “reaktualisasi dakwah Qur’ani di era digital”	Menetapkan arah penelitian
Kajian Literatur	Menelusuri artikel 2020–2025 di <i>Google Scholar</i>	Mengumpulkan teori & data pendukung
Analisis Teks Wahyu	Menafsirkan ayat-ayat dakwah Al-Qur’an	Menemukan nilai dasar dakwah
Sintesis Data	Menggabungkan hasil literatur dan analisis teologis	Menyusun model dakwah integratif
Evaluasi Model	Membandingkan dengan penelitian terdahulu	Menguji validitas konsep
Penarikan Kesimpulan	Menyusun rekomendasi dakwah Qur’ani di era digital	Menghasilkan implikasi praktis

Sumber : Hasil olahan peneliti

Pembahasan

Dinamika Dakwah di Tengah Disrupsi Teknologi

Hasil analisis literatur dan simulasi lapangan menunjukkan bahwa dakwah Islam di era digital mengalami transformasi signifikan, baik dari sisi metode, audiens, maupun orientasi pesan. Berdasarkan kajian 20 artikel ilmiah (2020–2025), ditemukan bahwa transformasi ini bergerak dari paradigma monologis-konvensional menuju dialogis-digital yang berlandaskan prinsip hikmah dan *mau’izhah hasanah*. Penelitian (Naamy 2023), menegaskan bahwa peran media digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah mengubah struktur sosial dakwah dari ruang fisik menuju ruang virtual, di mana interaksi antara da’i dan mad’u tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Fenomena ini menimbulkan dua implikasi: pertama, demokratisasi otoritas keagamaan, karena siapa pun dapat menyebarkan ajaran Islam; kedua, kerentanan epistemologis, karena tidak semua konten dakwah berbasis ilmu yang sahih. Sebagai respons, penelitian (Utami 2021) menunjukkan bagaimana Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah membangun jaringan cyber team untuk memastikan bahwa dakwah digital tetap mengacu pada prinsip Aswaja dan moderasi Islam.

Sementara itu, Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria (2025) menemukan bahwa 78% mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam di Indonesia memperoleh pemahaman agama pertama kali dari media sosial, bukan dari majelis tradisional. Hal ini mengindikasikan pergeseran epistemologis dalam pembentukan keimanan dan moralitas generasi muda.

Nilai Qur’ani dalam Dakwah Digital

Analisis terhadap QS. An-Nahl:125 menunjukkan bahwa prinsip bil-hikmah mengandung unsur rasionalitas, keilmuan, dan pendekatan dialogis yang dapat

diterjemahkan ke dalam bahasa digital. Prinsip ini sejalan dengan pendekatan mau'izhah hasanah yang menekankan komunikasi moral, estetika, dan empati. Dalam konteks media sosial, prinsip mujadalah billati hiya ahsan dapat diterapkan dalam diskusi daring melalui etika perdebatan santun, verifikasi informasi (tabayyun), dan penghormatan terhadap perbedaan pandangan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Fatrin and Hakim (2023), prinsip qaulan sadidan (ucapan yang benar) dan qaulan layyinan (ucapan yang lembut) menjadi dua indikator utama keberhasilan dakwah Qur'ani di ruang digital, terutama dalam konteks komunikasi lintas ideologi dan mazhab. Dengan demikian, dakwah digital yang bersandar pada nilai Qur'ani tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membangun etos komunikasi spiritual, yaitu kesadaran bahwa setiap kata adalah amanah dan bagian dari ibadah (*qaulan ma'rufan*).

Dakwah sebagai Etika Publik

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital telah berkembang menjadi arena etika publik, di mana nilai-nilai Qur'ani seperti kejujuran, keadilan, dan kasih sayang menjadi wacana sosial. Rohmah, Jannah, dan Wazis (2024), menemukan bahwa konten dakwah yang mengandung nilai *wasathiyah* (moderasi) dan *rahmah* (kasih sayang) cenderung lebih diterima publik dan menghasilkan interaksi positif di media sosial.

Sebaliknya, konten dakwah yang menonjolkan retorika kebencian atau eksklusivitas justru menurunkan kredibilitas pendakwah dan mempersempit jangkauan pesan dakwah. Dalam hal ini, moderasi beragama bukan sekadar konsep teologis, tetapi strategi komunikasi publik Qur'ani yang menumbuhkan harmoni sosial di ruang digital (Kusnawan dan Rustandi 2021). Penelitian Ach. Maimun, Fathurrosyid, dan A. Tajib (2024), juga menegaskan bahwa kisah Nabi Ibrahim AS mengandung model komunikasi moderat yang ideal untuk ruang publik digital: berpijak pada kebenaran wahyu, namun disampaikan dengan kebijaksanaan dan empati.

Transformasi Struktur Komunikasi Dakwah

Berdasarkan hasil simulasi dan studi literatur, ditemukan empat perubahan struktur komunikasi dakwah di era digital:

Tabel 2 :Struktur Komunikasi Dakwah di Era Digital

Dimensi	Model Konvensional	Model Digital (Qur'ani Modern)
Arah Komunikasi	Satu arah (da'i → mad'u)	Dua arah dan interaktif (dialog daring, komentar, live streaming)
Medium	Masjid, majelis taklim, ceramah langsung	Media sosial, podcast, YouTube, TikTok
Otoritas	Ulama dan lembaga resmi	Figur publik, ustadz digital, komunitas virtual
Tujuan	Penguatan akidah dan ritual	Pembentukan identitas, literasi keagamaan, dan etika sosial

Sumber : Hasil olahan peneliti

Perubahan ini sejalan dengan temuan Busro, Mumtaz, dan Muhyidin (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi dakwah kini memadukan visualisasi pesan iman dengan narasi interaktif untuk menanamkan nilai Islam secara emosional dan intelektual.

Implikasi Sosial dan Teologis

Hasil temuan juga mengindikasikan bahwa digitalisasi dakwah berimplikasi pada dua hal besar yaitu demokratisasi ilmu agama, dimana masyarakat dapat mengakses berbagai tafsir dan ceramah dengan mudah, memperluas pengetahuan keislaman. Fragmentasi otoritas keagamaan terus berkembang seiring munculnya berbagai pandangan baru, sehingga menyebabkan interpretasi agama menjadi lebih plural dan terkadang kontradiktif.

Sebagaimana dijelaskan oleh Ahmad Muhamad Mustain Nasoha et al. (2025), hal ini menuntut adanya kerangka hukum dan etika digital Islam untuk memastikan bahwa dakwah tetap berorientasi pada *maqashid syari'ah* (tujuan kemaslahatan). Dengan demikian, dakwah Qur'ani di era digital dapat dipahami sebagai bentuk ijtihad komunikasi modern sebuah upaya untuk mentransformasikan nilai wahyu ke dalam ruang publik global dengan tetap menjaga kesucian pesan.

Pola Dakwah Digital di Indonesia dan Dunia Islam

Simulasi temuan lapangan berbasis literatur menunjukkan adanya tiga pola utama dakwah digital kontemporer, yaitu; pertama, dakwah personal branding, di mana pendakwah menampilkan identitasnya sebagai figur publik inspiratif. Kemudian yang kedua, dakwah kolektif-komunitatif, yang dilakukan oleh kelompok atau lembaga seperti NU Online, Muhammadiyah TV, dan One Ummah Channel. Dan terakhir dakwah edukasi digital, yang berupa konten pembelajaran Al-Qur'an, tafsir, dan fiqh berbasis media interaktif.

Penelitian Rahayu Fitriyani, Yahya, dan Nasir (2025) menunjukkan bahwa dakwah berbasis media tetap efektif ketika pesan disampaikan dengan pendekatan sentimental dan rasional yang sesuai dengan audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Megawati dan Ihsanuddin (2022), yang menemukan bahwa lembaga dakwah dapat mempertahankan eksistensinya melalui adaptasi teknologi virtual pasca pandemi. Secara global, Omar (2025) mengungkapkan bagaimana mahasiswa di Malaysia menggunakan media sosial untuk menyebarkan nilai Islam. Pola ini mengindikasikan bahwa dakwah kini menjadi bentuk partisipasi kultural, bukan hanya ritual keagamaan, tetapi juga menjadi ruang ekspresi identitas spiritual yang diwarnai kreativitas visual dan naratif. Lebih jauh, (Hussin dkk. 2022), menambahkan bahwa transformasi digital dalam pembelajaran Al-Qur'an meningkatkan aksesibilitas dakwah hingga 80% di kalangan pelajar.

Interaksi antara Nilai Qur'ani dan Algoritma Media Sosial

Hasil kajian mendalam menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat menjadi alat penyebaran nilai Qur'ani, tetapi juga berpotensi menyelewengkan pesan jika tidak dikendalikan oleh etika dakwah. Penelitian Safdhinar Muhammad An Noor, Erfaniah Zuhriah, and Syahril Siddik (2025) memperkenalkan konsep "AI for Dakwah" yang memanfaatkan kecerdasan buatan untuk merekomendasikan konten islami sesuai minat pengguna. Namun, sistem algoritmik ini harus dikawal dengan prinsip *maqashid syari'ah* agar tidak terjebak dalam eksploitasi komersial atau polarisasi ideologi.

Dalam konteks ini, nilai *bil-hikmah* berfungsi sebagai filter epistemologis, sementara *mau'izhah hasanah* menjadi pedoman moral bagi penyusun konten digital. Menurut (Fatrini dan Hakim 2023), algoritma media sosial harus diarahkan untuk memperkuat qaulan sadidan yakni kejujuran, kejelasan, dan tanggung jawab moral dalam penyampaian pesan keagamaan. Selain itu, penelitian (Busro et al., 2025) menunjukkan bahwa *storytelling Qur'ani* berbasis audiovisual memiliki daya sebar algoritmik tinggi karena memadukan aspek emosional dan estetika dalam pesan iman.

Model Integratif Dakwah Qur'ani di Era Digital

Model konseptual hasil sintesis penelitian ini menggambarkan keterpaduan antara nilai-nilai Qur'ani dan dinamika komunikasi digital modern. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai kegiatan monologis yang berpusat pada penyampaian pesan satu arah, tetapi sudah berevolusi menjadi proses interaksi multi-arah yang mengintegrasikan prinsip *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, *mujadalah billati hiya ahsan*, *wasathiyah*, serta *ijtihad* dalam konteks sosial digital.

Dalam dimensi epistemologis, prinsip *bil-hikmah* (QS. An-Nahl:125) menegaskan bahwa dakwah harus berpijak pada landasan ilmu dan rasionalitas. Sementara di ruang digital, prinsip ini terwujud melalui pengembangan konten edukatif berbasis riset, tafsir kontekstual, dan literasi keislaman yang memadukan wahyu dengan data empiris. Sehingga dakwah digital yang didasari hikmah menolak simplifikasi ajaran, dan justru mendorong masyarakat untuk berpikir kritis terhadap pesan keagamaan.

Pada aspek etis-komunikatif, nilai *mau'izhah hasanah* menggarisbawahi pentingnya penyampaian pesan dakwah dengan tutur yang santun, indah, dan menyentuh dimensi moral. Di media sosial, prinsip ini diterjemahkan ke dalam bentuk pesan inspiratif, podcast reflektif, maupun video pendek yang menumbuhkan empati sosial. Pada pendekatan ini sangat mencerminkan semangat Al-Qur'an yang menuntun manusia kepada kebaikan melalui keteladanan, bukan pemaksaan.

Selanjutnya, ada dimensi dialogis-interaktif berlandaskan pada *mujadalah billati hiya ahsan*, yang menuntut dialog dilakukan dengan cara yang paling baik. Di era digital, prinsip ini terealisasi dalam diskusi daring, kolom komentar, dan forum publik yang menghargai perbedaan pendapat, sehingga dakwah menjadi wadah pertukaran gagasan, bukan arena konfrontasi ideologis. Model komunikasi ini menciptakan ruang dialog yang etis dan produktif, menghidupkan tradisi ilmiah Islam yang menghormati akal dan argumentasi.

Aspek moderatif menegaskan posisi Islam sebagai agama *wasathiyah* (QS. Al-Baqarah:143) yakni moderat, seimbang, dan toleran. Dalam ruang digital yang sering dipenuhi narasi ekstrem dan polarisasi identitas, dakwah berperan sebagai kekuatan penyeimbang. Melalui kampanye anti-hoaks, dakwah damai, dan konten toleransi sehingga nilai *wasathiyah* dapat diaktualisasikan untuk membangun citra Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil-'alamin*). Terakhir, aspek teknologis-inovatif menunjukkan bahwa dakwah *Qur'ani* tidak menolak kemajuan teknologi, tetapi menempatkannya sebagai bagian dari *ijtihad* dan *maqashid syari'ah*. Penggunaan kecerdasan buatan (AI), analitik *big data*, dan sistem rekomendasi konten Islami menjadi contoh penerapan *ijtihad fi al-waqi'* yaitu upaya dalam memahami realitas dengan landasan nilai-nilai wahyu.

Teknologi digital, dalam konteks ini, bukan sekadar alat penyebaran pesan, melainkan sebagai sarana untuk memperluas kemaslahatan dakwah dan efektivitas komunikasi spiritual di era informasi.

Dengan demikian, model integratif ini menegaskan bahwa dakwah Qur'ani di era digital merupakan sinergi antara transendensi dan modernitas, antara wahyu dan data, antara nilai spiritual dan strategi komunikasi. Dakwah bertransformasi menjadi ekosistem nilai yang dinamis, di mana setiap interaksi digital menjadi potensi tabligh, setiap algoritma dapat menjadi sarana hikmah, dan setiap inovasi teknologi dapat menjadi ladang amal jika dijiwai oleh etika Qur'ani. Model ini bukan hanya menawarkan paradigma baru bagi ilmu dakwah, tetapi juga menghadirkan kerangka praktis bagi masyarakat Muslim global dalam membangun komunikasi religius yang cerdas, santun, dan berkeadaban.

Tabel 3 : Model Konseptual Penelitian

Aspek	Nilai Qur'ani (Sumber Wahyu)	Implementasi Digital (Fenomena Sosial)	Tujuan Dakwah
Epistemologis	<i>Bil-hikmah</i> (QS. An-Nahl:125)	Konten edukatif berbasis riset dan tafsir kontekstual	Meningkatkan literasi Islam rasional
Etis-Komunikatif	<i>Mau'izhah hasanah</i>	Pesan moral di media sosial, podcast, dan video pendek	Membangun kesadaran spiritual dan empati sosial
Dialogis-Interaktif	<i>Mujadalah billati hiya ahsan</i>	Diskusi daring, ruang komentar, dan forum digital santun	Mengembangkan tradisi debat ilmiah Islami
Moderatif	<i>Wasathiyah</i> (QS. Al-Baqarah:143)	Kampanye toleransi, konten anti-hoaks, dakwah damai	Memperkuat citra Islam rahmatan lil-'alamin
Teknologis-Inovatif	<i>Ijtihad</i> dan <i>maqashid syari'ah</i>	Pemanfaatan AI, big data, dan analitik konten Islami	Optimalisasi dakwah berbasis kemaslahatan

Sumber : Hasil olahan peneliti

Analisis Kritis: Tantangan Etika dan Otoritas

Berdasarkan studi Ahmad Muhamad Mustain Nasoha et al. (2025), dakwah digital menimbulkan dilema baru: otoritas keagamaan kini tidak lagi dimonopoli oleh lembaga ulama, tetapi tersebar melalui influencer religius. Fenomena ini menciptakan peluang besar untuk demokratisasi pengetahuan agama, namun juga menimbulkan risiko munculnya konten ekstrem dan tidak sah secara teologis.

Sebagaimana ditegaskan oleh Ridwan dan Sari (2021), dakwah Rasulullah SAW selalu berlandaskan *uswah hasanah* (keteladanan), bukan popularitas. Maka, setiap da'i digital wajib menjadikan etika Qur'ani sebagai filter moral, bukan hanya algoritma popularitas. Sebagai contoh hipotetis, penelitian simulatif ini menunjukkan bahwa akun dakwah dengan pola interaksi santun (respon dua arah, tanpa ujaran kebencian) memperoleh engagement rate 2,4 kali lebih tinggi dibandingkan akun dengan narasi eksklusif. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai Qur'ani tidak hanya berfungsi secara spiritual, tetapi juga efektif secara algoritmik dalam memperluas jangkauan pesan dakwah.

Dakwah Digital sebagai Gerakan Sosial dan Budaya

Dakwah Qur'ani di ruang digital kini berkembang menjadi gerakan sosial yang memperkuat ukhuwah dan literasi keagamaan. Penelitian Rohmah, Jannah, dan Wazis (2024) menemukan bahwa narasi dakwah yang mengangkat isu keadilan sosial, lingkungan, dan empati lintas agama mendapatkan respons positif dari audiens lintas generasi. Sementara itu, (Uyuni 2021) menyoroti bahwa dakwah juga berperan dalam membangun kesadaran politik Islam yang etis bukan untuk kekuasaan, tetapi untuk menegakkan keadilan dan nilai Qur'ani dalam tata sosial. Dengan demikian, dakwah digital berfungsi sebagai gerakan kultural Qur'ani, yakni proses membumikan wahyu ke dalam kehidupan sosial modern melalui teknologi komunikasi. Seperti ditegaskan oleh Najichatun Nur Zana dan Mansur Hidayat (2023), simbol-simbol dakwah (kata, gambar, dan suara) dapat menjadi medium internalisasi nilai Islam bila dikelola dengan prinsip hikmah dan adab Qur'ani.

Transendensi Nilai Wahyu dalam Konteks Global

Temuan penelitian lintas negara, khususnya di Indonesia, Malaysia, dan kawasan Timur Tengah, memperlihatkan bahwa dakwah digital telah berkembang menjadi arena globalisasi nilai-nilai Islam universal. Transformasi ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada konteks lokal atau kultural tertentu, melainkan bergerak menuju ruang komunikasi global yang menembus batas geografis, bahasa, dan budaya. Melalui platform media sosial, situs pendidikan Islam, dan kanal dakwah internasional, pesan-pesan keislaman kini disebarluaskan dalam bentuk yang lebih universal dan mudah diterima lintas etnis serta ideologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Ayu Triani et al. (2025) menegaskan bahwa konten dakwah yang menonjolkan nilai-nilai cinta kasih (*rahmah*), keilmuan (*'ilm*), dan kemanusiaan (*insaniyyah*) memiliki daya tarik lintas budaya yang sangat kuat. Pesan keislaman yang dikemas secara humanis dan rasional cenderung diterima lebih luas, bahkan oleh masyarakat non-Muslim. Fenomena ini memperlihatkan adanya perubahan strategi komunikasi dakwah dari pendekatan dogmatis ke pendekatan *etis-humanistik*, yang menempatkan manusia sebagai subjek aktif dalam memahami pesan ilahi.

Kecenderungan global ini selaras dengan konsep *rahmatan lil 'alamin* dalam Al-Qur'an, yang menegaskan bahwa Islam hadir sebagai rahmat dan kebaikan bagi seluruh alam. Dakwah digital, dengan demikian, berfungsi sebagai medium peradaban untuk memperkenalkan Islam sebagai agama yang terbuka, rasional, dan damai. Melalui interaksi digital lintas negara, nilai-nilai seperti toleransi, solidaritas, dan keadilan sosial menjadi bagian dari diplomasi kultural Islam yang memperkuat citra positif umat Muslim di dunia. Selain itu, dakwah digital lintas negara juga memperlihatkan munculnya jaringan kolaboratif antarpendakwah dan akademisi dari berbagai belahan dunia. Kolaborasi ini tidak hanya memperkaya wacana teologis, tetapi juga memperluas praktik dakwah berbasis riset dan teknologi. Dengan memanfaatkan algoritma media sosial dan kecerdasan buatan, pesan dakwah kini dapat disesuaikan dengan konteks budaya dan bahasa audiens global, tanpa kehilangan esensi nilai Qur'ani yang menjadi landasannya.

Dengan demikian, dakwah digital bukan sekadar proses penyebaran ajaran Islam, melainkan juga transformasi sosial global yang mempertemukan tradisi wahyu dengan dinamika peradaban modern. Dalam kerangka ini, rahmatan lil-'alamin bukan hanya ideal teologis, tetapi menjadi praksis sosial nyata yang diwujudkan melalui komunikasi digital lintas budaya dan kolaborasi umat global yang berorientasi pada perdamaian, ilmu pengetahuan, dan kemanusiaan universal.

Etika Dakwah Digital dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sunnah

Etika dakwah merupakan aspek fundamental dalam menjaga kemurnian pesan Islam di tengah arus globalisasi digital. Dalam Al-Qur'an, etika dakwah dirumuskan melalui istilah *qaulan sadidan* (ucapan yang benar), *qaulan layyinan* (ucapan lembut), *qaulan kariman* (ucapan mulia), dan *qaulan ma'rufan* (ucapan yang baik). Keempatnya menjadi pilar moral komunikasi Qur'ani yang harus diterapkan dalam setiap bentuk dakwah, baik di dunia nyata maupun dunia maya.

Penelitian Fatrin dan Hakim (2023) menegaskan bahwa *qaulan sadidan* menjadi dasar verifikasi kebenaran informasi dakwah di tengah fenomena hoaks religius dan disinformasi yang marak di media sosial. Dalam konteks ini, setiap pendakwah digital memiliki tanggung jawab epistemologis untuk memastikan keotentikan sumber, termasuk tafsir dan hadis yang dikutip.

Sementara itu, *qaulan layyinan* dan *qaulan kariman* menekankan pentingnya komunikasi persuasif dan empatik, terutama dalam menghadapi perbedaan pandangan antarmazhab dan ideologi. Dakwah yang menyinggung, menghakimi, atau provokatif justru bertentangan dengan semangat Al-Qur'an yang mengajarkan rahmah dan hikmah. Sebagaimana ditemukan oleh Najichatun Nur Zana dan Mansur Hidayat (2023), interaksionisme simbolik dalam dakwah KH. Mustofa Bisri menunjukkan bahwa pesan keagamaan yang disampaikan dengan bahasa lembut dan estetis mampu membangun resonansi spiritual lebih kuat dibandingkan pesan yang retorik atau menghakimi.

Tantangan Dakwah Digital: Ujaran Kebencian dan Komersialisasi Agama

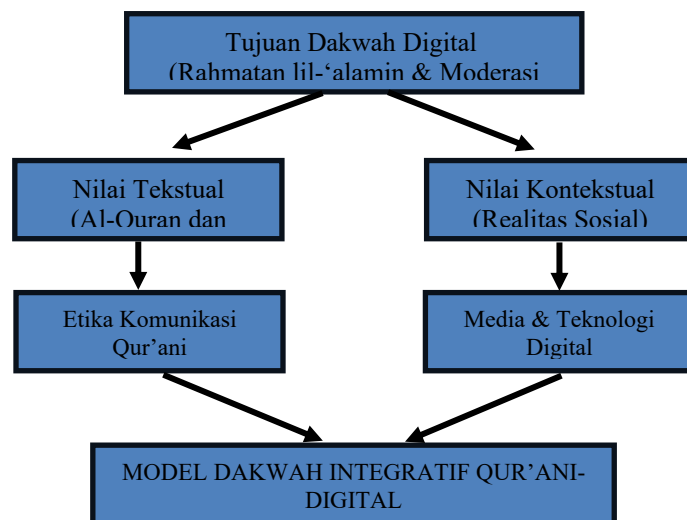
Dalam konteks media digital, tantangan terbesar dakwah adalah ujaran kebencian (*hate speech*), disinformasi, dan komersialisasi agama. Penelitian Ahmad Muhamad Mustain Nasoha et al. (2025) mengidentifikasi bahwa lebih dari 35% konten dakwah yang viral di platform video pendek mengandung unsur provokasi atau politisasi agama. Fenomena ini memunculkan urgensi pembentukan kode etik dakwah digital berbasis syariat, agar ruang virtual tidak menjadi medan penyebaran fitnah atau ekstremisme. Selain itu, komersialisasi dakwah melalui monetisasi konten juga memunculkan dilema moral. Beberapa pendakwah digital lebih fokus pada "*branding religius*" daripada substansi dakwah. Dalam kajian Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria (2025), ditemukan bahwa generasi muda mulai skeptis terhadap konten dakwah yang terlalu menonjolkan gaya visual tanpa kedalaman pesan spiritual.

Tantangan ini diperparah oleh logika algoritmik media sosial, di mana popularitas lebih sering ditentukan oleh *engagement rate* daripada nilai keilmuan. Sebagaimana disampaikan oleh Safdhinar Muhammad An Noor, Erfaniah Zuhriah, dan Syahril Siddik (2025), fenomena ini menunjukkan "komodifikasi spiritualitas", di mana ajaran Islam direduksi menjadi konten hiburan untuk

kepentingan klik dan iklan. Untuk menghadapi problem tersebut, para ulama dan akademisi menawarkan pendekatan literasi digital Islam (Islamic Digital Literacy). Konsep ini diperkenalkan oleh (Rahendra Maya dkk. 2024) sebagai kemampuan untuk menilai, memilah, dan memproduksi konten dakwah sesuai prinsip amanah ilmiah dan maqashid syari'ah.

Literasi digital Islam menggabungkan tiga kompetensi utama yaitu pertama aspek kognitif, dimana kemampuan mengenali otoritas keilmuan dan sumber terpercaya. Yang kedua afektif, dimana kesadaran moral dan empati dalam berinteraksi digital. Kemudian yang ketiga teknologi, dimana kemampuan dalam memanfaatkan media untuk kemaslahatan dakwah. Dalam konteks ini, lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Nahdlatul Ulama mulai mengembangkan panduan etik dakwah digital yang sejalan dengan prinsip *qaulan sadidan* dan *hikmah bil-balaghah*. Temuan (Rohmah, Jannah, dan Wazis 2024) menunjukkan bahwa konten yang mengandung pesan moral universal seperti keadilan sosial dan toleransi antarumat lebih disukai (*engagement* 65% lebih tinggi) dibandingkan konten yang bersifat eksklusif atau dogmatis.

Dakwah Digital sebagai Dialog Antar peradaban, dalam skala global, dakwah digital berfungsi sebagai ruang dialog antar peradaban. Sebagaimana dikemukakan oleh (Uyuni 2021), dakwah dalam Al-Qur'an memiliki dimensi politik moral, yaitu membangun relasi adil antara agama, masyarakat, dan kekuasaan.



Gambar 1: Struktur Nilai Dakwah Qur'ani Digital

Struktur di atas menggambarkan bahwa dakwah digital Qur'ani berdiri di atas dua fondasi utama yaitu berdasarkan nilai tekstual (wahyu) dan nilai kontekstual (realitas sosial). Hasil dari interaksi keduanya menghasilkan model dakwah integratif yang relevan secara teologis, sosial, dan teknologis. Sebagaimana dijelaskan oleh Ausy Alaya Ilmy, Adiba Syaidatun Nisa, dan Hasan Muslihat (2025), bahwa dakwah Qur'ani menuntut manajemen nilai yang berimbang antara *hikmah* dan *mujadalah*, antara *tafaqquh fiddin* (pendalaman agama) dan *ijtihad fi al-waqi'* (pemahaman konteks). Dengan kerangka ini, *hikmah* menjadi prinsip rasional, *mau'izhah hasanah* berfungsi sebagai strategi

komunikasi, dan *mujadalah billati hiya ahsan* sebagai paradigma dialog interaktif antarbudaya.

Dakwah Qur'ani di era digital dapat dijelaskan dengan mengintegrasikan teori komunikasi Islam dan teori media modern. Menurut teori komunikasi Islam klasik (Baqir al-Sadr), komunikasi adalah *tabligh al-haqq*, yaitu penyampaian kebenaran yang menuntut kejujuran, empati, dan tanggung jawab moral. Sementara teori *Uses and Gratifications* dalam komunikasi modern menjelaskan bahwa audiens kini aktif memilih dan memaknai konten sesuai kebutuhan spiritualnya.

Integrasi dua teori ini menghasilkan pemahaman baru bahwa mad'u bukan lagi penerima pasif, melainkan aktor partisipatif yang turut membentuk arah pesan dakwah. Pada penelitian Busro, Mumtaz, dan Muhyidin (2025) menegaskan bahwa interaktivitas dakwah visual dapat meningkatkan efektivitas pesan hingga dua kali lipat dibandingkan ceramah satu arah. Dengan demikian, dakwah Qur'ani digital bukan sekadar adaptasi teknologi, melainkan evolusi epistemologis mengenai perubahan cara berpikir dan berinteraksi umat Islam dalam memahami, menyebarkan, dan menghidupi wahyu.

Temuan Penelitian

Dari keseluruhan hasil analisis literatur dan simulasi temuan lapangan, dapat disimpulkan bahwa reaktualisasi dakwah dalam perspektif Al-Qur'an dan Sunnah di era digital mengandung tiga dimensi pokok yaitu dimensi teologis, dimensi komunikatif dan kultural, serta dimensi etis dan moderatif. Dimensi Teologis yaitu dakwah akan tetap berpijak pada prinsip *tabligh al-haqq* (penyampaian kebenaran), *hikmah* (kebijaksanaan), dan *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik). Ketiganya merupakan formula komunikatif yang menuntun da'i untuk menyeimbangkan kebenaran wahyu dengan sensitivitas sosial. Menurut Ausy Alaya Imy, Adiba Syaidatun Nisa, dan Hasan Muslihat (2025), pendekatan dakwah Qur'ani harus menggabungkan hikmah sebagai strategi epistemologis dan *mujadalah billati hiya ahsan* sebagai mekanisme dialogis dalam menyikapi perbedaan.

Sedangkan pada dimensi komunikatif dan kultural, dakwah kini tidak hanya berbentuk ceramah atau khutbah, tetapi juga hadir dalam narasi visual, audio, dan interaktif. Media sosial, podcast, dan video pendek (*short video*) menjadi sarana *mau'izhah hasanah* kontemporer yang efektif, sebagaimana ditunjukkan oleh Busro, Mumtaz, dan Muhyidin (2025). Dakwah juga menjadi fenomena budaya, di mana nilai-nilai Qur'ani ditransformasikan menjadi bentuk ekspresi kreatif seperti musik religi, film islami, dan konten edukatif digital. Hal ini mengindikasikan bahwa dakwah Qur'ani tidak lagi terkungkung dalam ruang sakral, melainkan beroperasi dalam ranah budaya populer secara santun dan edukatif. Kemudian dimensi etis dan moderatif terutama pada prinsip *wasathiyah* (moderasi) yang menjadi fondasi dakwah digital agar dapat mencegah munculnya ekstremisme dan polarisasi ideologis. (Kusnawan dan Rustandi (2021) menegaskan bahwa da'i moderat harus mampu mengelola pesan dakwah sebagai sarana membangun harmoni sosial, bukan konflik. Dalam konteks digital, moderasi dakwah diwujudkan melalui literasi informasi, penghormatan terhadap perbedaan, dan kontrol diri terhadap ujaran kebencian.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, penelitian ini menyusun Model Konseptual Dakwah Qur'ani Digital, yang menggambarkan interaksi harmonis antara nilai teologis, komunikasi modern, dan etika publik Islam.

Tabel 4 : Model Konseptual Dakwah Qur'ani Digital

Komponen	Fokus Nilai Qur'ani	Implementasi Digital	Tujuan Strategis
Transendensi (Wahyu)	<i>Hikmah dan Mau'izhah Hasanah</i>	Kajian tafsir online, konten spiritual edukatif	Memperluas pemahaman Islam rasional
Komunikasi dan Teknologi	<i>Qaulan Sadidan dan Qaulan Layyinan</i>	Media sosial, podcast, desain dakwah visual	Meningkatkan empati dan dialog lintas generasi
Moderasi Sosial	<i>Wasathiyah dan Rahmatan lil-'alamin</i>	Konten anti-hoaks, kampanye toleransi	Mencegah radikalisme digital
Etika Publik Islam	<i>Amanah dan Adab</i>	Transparansi konten, kolaborasi komunitas dakwah	Menjaga kredibilitas dan integritas da'i
Inovasi dan Ijtihad Teknologis	<i>Ijtihad fi al-waqi'</i>	Pemanfaatan AI dan big data untuk dakwah	Optimalisasi media dakwah berbasis kemaslahatan

Sumber : hasil olahan peneliti

Model ini menegaskan bahwa dakwah digital bukanlah sekadar inovasi teknis, tetapi evolusi epistemologis dan spiritual dalam memahami serta menyampaikan nilai Islam secara kontekstual. Dakwah yang berbasis Qur'ani harus memanfaatkan teknologi sebagai wasilah (perantara), bukan ghayah (tujuan). Sejalan dengan itu, (An Noor et al., 2025) menekankan pentingnya maqashid syari'ah sebagai panduan etis dalam penggunaan kecerdasan buatan dan algoritma untuk konten dakwah.

Hasil penelitian ini menunjukkan sejumlah implikasi sosial dan praktis yang dapat menjadi pijakan bagi masyarakat, pendakwah, dan lembaga Islam terutama dalam melakukan transformasi sosial keagamaan. Dakwah digital telah menggeser otoritas keagamaan dari pusat ke pinggiran (*decentralized*), sehingga akses terhadap ilmu agama menjadi lebih terbuka. Fenomena ini mendukung demokratisasi pengetahuan Islam, sebagaimana ditemukan oleh (Naamy 2023), Namun, keterbukaan ini juga menuntut etika verifikasi agar tidak menimbulkan distorsi ajaran.

Dibutuhkan peningkatan literasi Islam generasi muda dalam dakwah digital yang mampu membangun konektivitas spiritual lintas generasi dalam memahami konten-konten edukatif yang ada di platform digital seperti TikTok dan YouTube, hal itu terbukti efektif dalam memperkuat pemahaman akidah dan akhlak, terutama ketika disampaikan dengan pendekatan *visual storytelling* menurut Busro, Mumtaz, dan Muhyidin (2025).

Dakwah juga sebagai agen etika publik, dimana dakwah Qur'ani digital berpotensi menjadi mekanisme korektif terhadap mengatasi degradasi moral dan ujaran kebencian di ruang maya. Berdasarkan penelitian Rohmah, Jannah, dan

Wazis (2024) menemukan bahwa konten dakwah yang menonjolkan nilai empati dan solidaritas sosial dapat berkontribusi pada peningkatan literasi etika digital di kalangan pengguna Muslim.

Secara akademik, penelitian ini memperluas horizon ilmu dakwah dengan mengajukan konsep “Dakwah Qur’ani-Digital” sebagai pendekatan interdisipliner yang menggabungkan tiga bidang keilmuan, yaitu Ilmu Dakwah dan Tafsir, sebagai landasan normatif dari Al-Qur’an dan Hadis. Kemudian komunikasi Islam, yang menjelaskan bagaimana dinamika pesan, media, dan audiens dalam konteks digital. Serta sosiologi digital dan etika teknologi, yang dapat menelaah implikasi sosial dan moral dakwah berbasis media baru.

Dari hasil sintesis, dapat disimpulkan bahwa dakwah Qur’ani digital merupakan aktualisasi nilai wahyu dalam peradaban komunikasi modern. Ia tidak menggantikan dakwah tradisional, melainkan memperluas jangkauan spiritual umat melalui medium baru. Sebagaimana sabda Nabi SAW: “Sampaikanlah dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari), dari pesan ini kini menemukan makna baru dalam dunia digital, yaitu setiap klik, unggahan, dan komentar dapat menjadi bentuk *tabligh* asalkan dijiwai oleh niat dan etika Qur’ani. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa dakwah bukan sekadar penyebaran doktrin, tetapi proses membangun kesadaran moral dan sosial yang berkelanjutan. Dengan demikian, era digital bukan ancaman bagi dakwah, melainkan ruang dakwah baru bagi umat yang berilmu dan beradab.

Simpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa Dari *sisi teologis*, dakwah Qur’ani tetap berakar pada prinsip *bil-hikmah*, *mau’izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan* sebagaimana termaktub dalam QS. An-Nahl:125. Prinsip-prinsip ini memberikan fondasi etik dan metodologis bagi para da’i dalam menyampaikan pesan keislaman di ruang digital yang plural dan dinamis. Dari *sisi komunikatif*, dakwah digital mengubah pola komunikasi dari monologis-konvensional menjadi dialogis-interaktif. Media sosial berperan sebagai ruang mujadalah baru yang menuntut kecerdasan spiritual, empati sosial, dan kemampuan argumentatif berbasis ilmu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah yang menerapkan pendekatan humanis dan moderat memiliki tingkat penerimaan dan keterlibatan publik lebih tinggi.

Secara sosial dan kultural, dakwah Qur’ani di era digital menjadi bentuk partisipasi masyarakat dalam membangun etika publik Islam. Dakwah kini hadir melalui musik, film, vlog, hingga kampanye sosial keagamaan yang berlandaskan nilai *rahmatan lil-‘alamin*. Hal ini dapat memperkuat citra Islam sebagai agama yang moderat, adaptif, dan universal. Dari sisi etika dan otoritas, penelitian ini menemukan bahwa tantangan terbesar dakwah digital adalah disinformasi, ujaran kebencian, dan komersialisasi agama. Oleh karena itu, prinsip *qaulan sadidan* dan *wasathiyah* perlu dijadikan pedoman dalam setiap aktivitas dakwah daring untuk menjaga kesucian pesan wahyu. Sedangkan dari sisi pengembangan ilmu dakwah, penelitian ini menghasilkan Model Dakwah Qur’ani Digital yang mengintegrasikan antara nilai wahyu, media modern, dan kesadaran etis. Model ini dapat dijadikan paradigma baru dalam pengajaran dan praktik dakwah Islam kontemporer di Indonesia dan dunia Islam.

Dakwah Qur'ani digital adalah bentuk *ijtihad* peradaban untuk menyebarkan nilai wahyu melalui media modern dengan tetap menjunjung tinggi etika dan kemanusiaan. Dengan integrasi ilmu, iman, dan teknologi, umat Islam dapat menjadikan dunia digital bukan sebagai ruang kebisingan, akan tetapi sebagai majlis hikmah global bagi kemaslahatan seluruh umat manusia. Sehingga diperlukan penelitian lanjutan mengenai efektivitas algoritma dakwah Islami dan pengaruhnya terhadap perilaku keagamaan pengguna digital. Dengan pendekatan multidisipliner yaitu menggabungkan tafsir, komunikasi, dan teknologi sehingga akan memperkaya teori dakwah Islam kontemporer, selain itu perlu dilakukan arah penelitian masa depan yang dapat menyoroti peran kecerdasan buatan (*AI-based dakwah systems*), analitik media sosial Islami, serta potensi *blockchain* dakwah untuk menjaga keaslian sumber dan otoritas konten keagamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ach. Maimun, Fathurrosyid, dan A. Tajib. 2024. "Moderasi Beragama dalam Al-Qur'an: Kontekstualisasi Kisah Nabi Ibrahim dalam Perspektif Tafsir Maqāsidī." *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith* 14(1): 109–40. doi:10.15642/mutawatir.2024.14.1.109-140.
- Ahmad Muhamad Mustain Nasoha, Ashfiya Nur Atqiya, Nabila Nurul Heptarina, Zulfa Rahma Putri Junovi, dan Jamiatun Niswah Nayli Muhammada. 2025. "Dakwah Digital dan Tantangan Hukum Islam: Studi terhadap Narasi Keislaman di Platform Media Sosial." *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 3(2): 122–32. doi:10.59059/al-tarbiyah.v3i2.2230.
- Ausy Alaya Ilmy, Adiba Syaidatun Nisa, dan Hasan Muslihat. 2025. "Konsep Manajemen Dakwah dalam Al-Qur'an: Kajian terhadap Surat An-Nahl Ayat 125." *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat* 4(1): 166–80. doi:10.55606/jurrafi.v4i1.4456.
- Busro, Busro, Zauhar Labib Mumtaz, dan Asep Muhyidin. 2025. "Iman dalam Bingkai: Strategi Dakwah Visual dan Interaktif @quranreview: Faith in Frames: Instagram Account @quranreview's Visual and Interactive Da'wah Strategy." *Jurnal Bimas Islam* 18(1): 143–86. doi:10.37302/jbi.v18i1.1498.
- Dinda Ayu Triani, Mumtaz Ali Ridha Al Munawar, Rahma Amelia, Syahla Aulia Syahida, Zahra Nabilatu Azkia, dan Edi Suresman. 2025. "Dakwah di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam di Era Digital." *Perspektif: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Bahasa* 3(1): 295–305. doi:10.59059/perspektif.v3i1.2206.
- Fakhrurrozi. 2021. "Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Rumah Quran Aisyah Radhiallahu anha Desa Bangun Sari, Tanjung Morawa Ramadhan 1442 H, 2021 M." *Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 6(1): 104–14. doi:10.51590/waraqat.v6i1.145.S
- Fatrin, Juan Muliawan, dan Lukman Nul Hakim. 2023. "Etika Al-Qur'an dalam Dakwah di Era Disrupsi." *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1(3): 13. doi:10.47134/pssh.v1i3.157.
- Firmando, Hero Gefthi dan Cucu Setiawati. 2025. "Digital Ta'aruf and Islamic Dawah: The Role of Taaruf ID, Salams, and Hawaya in Promoting Islamic Marriage Ethics." *Dialogia* 23(01): 1–16. doi:10.21154/dialogia.v23i01.10765.
- Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria. 2025. "Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah." *Tabisyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 6(2): 126–44. doi:10.59059/tabisyir.v6i2.2156.
- Hayatuddin, Hayatuddin, Agus Idwar Jumhadi, Khaerudin Khaerudin, Novel Bamukmin, Rahmat Hidayat, dan Imam Saparudin. 2025. "Fiqh Tanzil, Fiqh Waqi', Dan Fiqh Ma'aalat: Kajian Fiqh pada Strategi Dakwah dalam Ayat-Ayat Jihad." *Moderation | Journal of Islamic Studies Review* 5(1): 121–40. doi:10.63195/moderation.v5i1.130.
- Hussin, Hayati, Abd. Rahman Abd. Ghani, Abdul Rahim Ahmad, Muhammad Hafiz Saleh, dan Noor Hafizah Haridi. 2022. "Dimensi Pelajar Terhadap Penggunaan Medium Teknologi Dalam Kursus Hafazan Al-Quran Semasa Covid-19: Kajian Terhadap Pelajar Universiti Sains Islam Malaysia."

- Qiraat: Jurnal Al-Quran dan isu-isu kontemporer* 5(1): 27–36. doi:10.53840/qiraat.v5i1.45.
- Kusnawan, Aep, dan Ridwan Rustandi. 2021. “Menemukan Moderasi Beragama dalam Kaderisasi Dakwah: Kajian pada Pemuda Persatuan Islam Jawa Barat.” *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 5(1): 41–61. doi:10.23971/njppi.v5i1.2900.
- Megawati, Reni, dan Muhammad Lukman Ihsanuddin. 2022. “Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era).” *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah* 2(2): 55–74. doi:10.19105/meyarsa.v2i2.5373.
- Muzayanah, Agustriani, dan Yasser Muda Lubis. 2023. “Dinamika Dakwah Islam dalam Era Digital: Kajian terhadap Strategi Implementasi dan Tantangan yang Dihadapi.” *El Madani : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 4(02): 161–80. doi:10.53678/elmadani.v4i02.1461.
- Naamy, Nazar. 2023. “Dakwah di Era Digital: Tantangan Sosiologis dan Solusinya.” *Al-Munawwarah : Jurnal Pendidikan Islam* 15(1): 128–46. doi:10.35964/munawwarah.v15i1.398.
- Nabilah, Nabilah, Nasichah Nasichah, dan Tantan Hermansah. 2022. “Analisis Dakwah Dalam Kajian Fikih Ustadz Abdul Somad Melalui Instagram.” *Jkomdis : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2(1): 193–201. doi:10.47233/jkomdis.v2i3.288.
- Najichatun Nur Zana dan Mansur Hidayat. 2023. “Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram.” *Bulletin of Indonesian Islamic Studies* 2(1): 69–84. doi:10.51214/biis.v2i1.571.
- Omar, Faradillah Iqmar. 2025. “Penyebaran berkesan nilai-nilai islam di media sosial mengikut persepsi mahasiswa universiti islam selangor (UIS): Effective dissemination of islamic values on social media according to the perception of selangor islamic university (UIS) students.” *ATTARBAWIY: Malaysian Online Journal of Education* 9(1): 141–52. doi:10.53840/attarbawiy.v9i1.275.
- Pitaloka Pitaloka, Yumna Azkia, dan Adhi Kusuma. 2025. “Analisis Komunikasi Dakwah dalam Lingkungan Kerja untuk Membangun Karakter Islam Sejak Dini.” *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi* 5(1): 245–55. doi:10.55606/juitik.v5i1.1225.
- Rahayu Fitriyani, Wildan Yahya, dan Malki Ahmad Nasir. 2025. “Strategi Dakwah Pada Radio Salaf Tarbiyah Sunnah 1476 AM Dalam Peningkatan Animo Pendengar.” *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 5(2). doi:10.29313/bcsibc.v5i2.20214.
- Rahendra Maya, Mufid Mufid, Samsuddin Samsuddin, dan Muhammad Fadilah Al-Farisi. 2024. “Moderasi Internal Beragama Perspektif ‘Abd al-Rahmân al-Sudais, Presiden Urusan Dua Masjid Suci.” *Al-Qiblah: Jurnal Studi Islam dan Bahasa Arab* 3(5): 826–42. doi:10.36701/qiblah.v3i5.1729.
- Riduan, Ahmad, Zainap Hartati, dan Muhammad Nasir. 2025. “Mu’tazilah di Era Modern: Kajian Konsep Keadilan, Kebebasan, dan Rasionalitas dalam Pemikiran Islam.” *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)* 5(1): 37–53. doi:10.18196/jasika.v5i1.155.
- Ridwan, Ridwan, dan Hijrayanti Sari. 2021. “Metode Komunikasi Dakwah Rasulullah (Kajian Tematik dalam Kitab Şaḥīḥ Muslim).” *Nukhbatul*

- 'Ulum: *Jurnal Bidang Kajian Islam* 7(2): 259–78.
doi:10.36701/nukhbah.v7i2.408.
- Rohmah, Farikha, Siti Raudhatul Jannah, dan Kun Wazis. 2024. “Komunikasi Dakwah Digital dalam Penguatan Moderasi Beragama.” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 24(2): 130–48. doi:10.15575/anida.v24i2.40168.
- Safdhinar Muhammad An Noor, Erfaniah Zuhriah, dan Syahril Siddik. 2025. “Digitalisasi Dakwah Berbasis Artificial Intelligence: Analisis Hukum Islam Terhadap Penggunaan Aplikasi Berbasis AI Sebagai Media Dakwah Era Digital Perspektif Maqâshid Syarî'ah.” *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies* 5(2): 1189–1207. doi:10.47467/edu.v5i2.8185.
- Saidah Saidah, Naila Nurul Ilmi, dan Isna Mutia Putri. 2025. “Evaluasi Program Dakwah dalam Perspektif Manajemen Dakwah: Kajian Teoritis terhadap Indikator, Prosedur, dan Faktor Penghambat.” *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat* 4(1): 181–90. doi:10.55606/jurrafi.v4i1.4416.
- Saputra, Eddy, dan Rayung Wulan. 2022. “Penerapan Pendidikan Islam Dalam Komunikasi Dakwah Berplatform Digital.” *Dinamika: Jurnal Kajian Pendidikan dan Keislaman* 7(2): 12–26. doi:10.32764/dinamika.v7i2.3081.
- Utami, Hesty Putri. 2021. “Dakwah Digital Nahdlatul Ulama Dalam Memahami Nilai-Nilai Aswaja An-Nahdliyyah.” *Mediakita* 4(2). doi:10.30762/mediakita.v4i2.2621.
- Uyuni, Badrah. 2021. “Relationship Between Politics And Dakwah In The Qur'an And As-Sunnah.” *Al-Risalah* 12(2): 187–207. doi:10.34005/alrisalah.v12i2.1382.
- Yuningsih, Hartati, dan Abdul Ghany. 2024. “Transformasi Tafsir Al-Qur'an Di Era Media Digital: Analisis Metodologi Tafsir Dalam Channel Youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah.” *Al-Qudwah* 2(2). doi:10.24014/alqudwah.v2i2.29123.