

TRANSFORMASI DAKWAH ISLAM MELALUI STRATEGI DAN IMPLEMENTASI DI ERA DIGITAL

Dede Sihabudin, Eko Carles, Idi Warsah, Zepri Hiptraspa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Curup, Indonesia

dede@iaincurup.ac.id, carles@iaincurup.ac.id, idiwarsah@iaincurup.ac.id,

zeprihiptraspa@iaincurup.ac.id

Abstrak

Article History

Received : 08-11-2024

Revised : 18-11-2024

Accepted : 01-12-2024

Keywords:

Transformation Of
Islamic Da'wah,
Strategy, Era Digital,

In the current digital era, Islamic da'wah is facing massive transformation due to the penetration of information technology. This transformation introduced a new method of spreading Islamic teachings, which not only increased the speed and reach of da'wah, but also involved more interactive and creative interactions. However, this change also raises new challenges such as information accuracy and the spread of hoaxes. This research aims to examine the transformation of da'wah in the digital era, understand its influence on traditional da'wah methods, and identify effective strategies in overcoming emerging challenges. The methodology used is qualitative analysis of literature and case studies of digital da'wah practices. The research results show that digital da'wah expands reach and increases congregational engagement through various content formats such as videos, podcasts and mobile applications. However, challenges related to information accuracy and the spread of hoaxes require effective mitigation strategies, including increasing digital literacy and content validation. Da'wah in the digital era requires adapting strategies that not only utilize technology to expand reach, but also ensure the integrity and accuracy of information. This strategy must involve collaboration between da'i, educational institutions, and technology institutions to develop da'wah practices that are innovative and responsive to the dynamics of the times.

Pendahuluan

Di era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran agama Islam (Carles et al., 2023:10). Dakwah, sebagai salah satu pilar penting dalam Islam, mengalami transformasi besar dengan hadirnya teknologi digital (Jalaludin et al., 2021, 20). Hal ini menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi para da'i dan organisasi Islam dalam menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat luas (Mutie, 2023:12). Sebelumnya, dakwah Islam lebih banyak dilakukan melalui ceramah di masjid, pengajian, dan media cetak

(Kuswana & Pauzian, 2023: 34). Namun, dengan hadirnya internet dan media sosial, metode dakwah tradisional mulai beralih ke platform digital (Fitriansyah & Lubis, 2023: 87).

Pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah bukan hanya tentang kecepatan dan luasnya jangkauan, tetapi juga tentang interaktivitas dan kreativitas dalam menyampaikan pesan (Ummah, 2021: 23). Teknologi memungkinkan para da'i untuk berinteraksi langsung dengan jamaahnya, menjawab pertanyaan, dan memberikan penjelasan lebih mendalam tentang ajaran Islam (Ali & Sahib, 2022 : 31). Selain itu, konten dakwah dapat dikemas dalam berbagai bentuk, seperti video, podcast, artikel blog, infografis, dan aplikasi mobile, yang semuanya dapat menarik minat audiens yang berbeda (D'Souza et al., 2023: 11)

Namun, digitalisasi dakwah juga membawa tantangan yang perlu dihadapi. Salah satu tantangan utamanya adalah memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tetap akurat dan sesuai dengan ajaran Islam yang benar (Setiawan, 2022: 17). Selain itu, ada risiko penyebaran informasi yang salah atau hoaks yang dapat merusak citra Islam (Abdurrahman & Badruzaman, 2023: 67). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk dakwah, termasuk upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan da'i dan jamaah.

Dakwah secara bahasa dipahami sebagai suatu proses transformasi pesan-pesan tertentu yang berupa kecenderungan untuk mengajak atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Dari segi terminologi, dakwah dipahami secara populer sebagai aktivitas mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. (Sopiyan et al, 2020: 35). Dakwah adalah salah satu pilar penting dalam Islam, yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada umat manusia (Febriyani & Nursikin, 2023: 42). Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam metode dan pendekatan dakwah (Lestari, 2020: 4). Di era digital ini, dakwah tidak lagi terbatas pada pertemuan tatap muka, tetapi juga melalui media sosial, aplikasi mobile, dan platform online lainnya (Khamim, 2022: 27).

Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti "seruan" atau "panggilan". Dalam konteks Islam, dakwah merujuk pada proses mengajak seseorang kepada Islam melalui nasihat dan pengajaran yang bijaksana (Sya'bani & Has, 2023: 50). Al-Qur'an dan Hadis mengandung banyak referensi mengenai pentingnya dakwah, seperti dalam Surat An-Nahl ayat 125 yang menyebutkan, "*Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk*" (Surat An-Nahl Ayat 125, n.d.).

Selain disampaikan dengan penuh rahmat atau penuh rasa santun seorang yang berdakwah juga harus memperhatikan tingkat intelektualitas/pendidikan objek dakwah (Mad'u). Sehingga penyampaian pesan-pesan dakwah disesuaikan dengan latar belakang sosial dan pengetahuan objek dakwah dengan tujuan pesan dakwah dapat sampai kepada objek dakwah. Selanjutnya seorang da'i membina hubungan dengan objek dakwah. (Sopiyan et al., 2024: 29).

Sejarah dakwah dimulai sejak masa Nabi Muhammad SAW yang menyampaikan wahyu Allah SWT kepada umat manusia (Riyadi et al., 2023:89). Metode dakwah yang digunakan pada masa ini meliputi ceramah, dialog, dan teladan pribadi (Farida et al., 2021: 29). Pada masa Khulafaur Rasyidin, dakwah meluas ke luar Jazirah Arab dengan penaklukan dan penyebaran Islam ke wilayah-wilayah baru (Syaiquddin, 2024: 9). Metode dakwah tradisional termasuk khutbah, pengajaran di masjid, dan majelis taklim (Mibtadin & Hedi, 2020: 58). Di era kontemporer, metode dakwah mengalami transformasi dengan pemanfaatan media massa, internet, dan media sosial (Rani, 2023: 23). Globalisasi, kemajuan teknologi, dan perubahan sosial telah mengubah lanskap dakwah secara signifikan (Efendi et al., 2023). Internet dan media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak da'i dalam menyampaikan pesan-pesan mereka (Faishol & Zuhro, 2024: 71). Situs web, blog, YouTube, Facebook, dan Instagram adalah beberapa contoh platform yang digunakan untuk berdakwah secara efektif (Subhan, 2023: 19). Media ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens global, memfasilitasi diskusi interaktif, dan menyediakan akses informasi yang cepat dan luas. Namun, transformasi ini juga menimbulkan sejumlah tantangan. Informasi yang beredar di internet tidak selalu dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga ada risiko penyebaran informasi yang menyesatkan atau bahkan bertentangan dengan ajaran Islam yang sebenarnya. Selain itu, penggunaan media digital dalam dakwah juga memerlukan keterampilan khusus yang mungkin belum dimiliki oleh semua da'i, sehingga diperlukan pelatihan dan adaptasi yang memadai (Purnomo & Efendi, 2024: 60).

Melihat perkembangan ini, penting untuk merumuskan strategi dan implementasi dakwah Islam yang efektif di era digital. Penelitian dan analisis terhadap berbagai platform digital serta pendekatan yang tepat akan membantu dalam menyusun panduan yang dapat digunakan oleh para da'i dan organisasi Islam dalam menjalankan misi dakwahnya. Dengan demikian, dakwah Islam dapat terus relevan dan berdampak positif di tengah perubahan zaman yang dinamis.

Penelitian tentang dakwah Islam di era digital telah menjadi topik yang semakin banyak dikaji oleh para akademisi dan praktisi. Beberapa kajian penting yang menjadi landasan dalam memahami strategi dan implementasi dakwah di era digital. Wibowo dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media sosial memainkan peran kunci dalam era digital dalam menyebarkan dakwah dan pendidikan Islam kepada masyarakat, terutama kaum milenial. Para pendakwah menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk menciptakan konten yang menarik dan mudah diakses, memungkinkan penyebaran nilai-nilai Islam secara luas dan efektif (Wibowo, 2019:14).

Rani mengungkapkan bahwa komunikasi dakwah mengalami transformasi signifikan dalam era digital. Pemanfaatan teknologi membuka peluang besar bagi pendidikan Islam, namun juga menimbulkan tantangan seperti risiko konten tidak sesuai dan kesenjangan digital yang perlu diatasi dengan bijaksana (Rani, 2023b). Mutrofin meneliti YouTube sebagai platform dakwah. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa video dakwah di YouTube tidak hanya menarik minat jamaah, tetapi juga memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang ajaran Islam. Mereka menyarankan para da'i untuk memanfaatkan fitur interaktif seperti live streaming dan kolom komentar untuk berinteraksi langsung dengan penonton

(Mutrofin, 2018: 1). Pamungkas dkk membahas tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital, seperti penyebaran informasi hoaks dan kurangnya literasi digital di kalangan da'i. Penelitian ini menekankan perlunya pendidikan dan pelatihan bagi para da'i dalam menggunakan teknologi digital dengan bijak. Pamungkas juga mengusulkan kolaborasi antara organisasi Islam dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas dakwah digital (Pamungkas & Halwati, 2023:29). Rosmalina menyoroti pentingnya literasi digital bagi para da'i. Penelitiannya menunjukkan bahwa da'i yang memiliki literasi digital yang baik dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan menghindari penyebaran informasi yang tidak benar. Rosmalina mengusulkan program pelatihan literasi digital yang khusus dirancang untuk para da'i sebagai bagian dari strategi dakwah di era digital (Rosmalina, 2022: 24).

Penelitian-penelitian di atas memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan dalam dakwah Islam. Mereka juga mengidentifikasi tantangan dan solusi yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi dan implementasi dakwah yang efektif di era digital. Kajian-kajian ini menjadi landasan penting untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dan praktik dakwah yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Uraian di atas memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat diintegrasikan dalam dakwah Islam. Media sosial terbukti sebagai platform yang efektif, sementara literasi digital dan pendidikan teknologi bagi para da'i menjadi kunci untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Kolaborasi antara organisasi Islam dan lembaga pendidikan juga penting untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan dakwah digital.

Artikel ini akan membahas berbagai strategi dakwah yang telah digunakan, tantangan yang dihadapi oleh para da'i, serta implementasi dakwah dalam konteks digital. Penelitian ini penting untuk memahami dinamika dakwah di era modern dan bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan Islam secara lebih efektif. Penelitian ini menawarkan beberapa kebaruan yang signifikan dalam konteks strategi dan implementasi dakwah Islam di era digital. Hal ini memberikan gambaran lebih komprehensif tentang bagaimana berbagai teknologi digital dapat diintegrasikan secara efektif dalam strategi dakwah. Dengan kebaruan, penelitian ini berusaha memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dakwah Islam di era digital, serta mempersiapkan para da'i dan organisasi Islam dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, mengandalkan analisis literatur dan studi kasus yang mendalam untuk menggali fenomena dakwah dalam konteks digital. Proses pengumpulan data melibatkan penelusuran dan evaluasi berbagai jenis sumber informasi, yang mencakup buku-buku akademik, artikel jurnal terkini, laporan penelitian yang relevan, serta berbagai konten dan diskusi yang tersedia secara online. Melalui pendekatan ini, penelitian berusaha mengidentifikasi pola, tren, serta praktik terbaik dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk dakwah. Selain itu, studi kasus yang digunakan mencakup praktik-praktik dakwah dari berbagai organisasi Islam terkemuka serta individu-individu yang diakui keahliannya dalam memanfaatkan platform digital untuk

tujuan dakwah. Studi kasus ini memberikan insight konkret dan aplikatif mengenai implementasi strategi digital dalam dakwah, serta menyoroti tantangan dan solusi yang mereka hadapi dalam praktik sehari-hari.

Pembahasan

Strategi Dakwah

Dakwah dalam Islam di Era Digital terdapat sejumlah strategi yang efektif dalam menyebarkan pesan Islam di tengah kemajuan teknologi digital. Pemanfaatan media digital, seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, memungkinkan para da'i untuk menyebarkan pesan keagamaan secara luas dengan konten multimedia yang menarik. Meskipun dakwah melalui media digital populer, interaksi langsung dalam webinar, seminar, dan acara dakwah langsung tetap penting untuk meningkatkan pemahaman agama dan keterlibatan umat Muslim. Pendekatan edukatif, melalui workshop, kursus online, dan program pembelajaran berbasis komunitas, efektif dalam memberikan pengetahuan agama yang mendalam dan mendorong praktik keagamaan yang konsisten.

Kerjasama dengan lembaga dakwah, organisasi sosial, pendidikan, dan pemerintah memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan efektivitas program-program dakwah. Sensitivitas terhadap konteks sosio-kultural dan psikologis audiens membantu para da'i menyampaikan pesan agama dengan lebih efektif dan relevan. Strategi-strategi ini memberikan landasan yang kokoh bagi para praktisi dakwah untuk menyebarkan ajaran Islam secara efektif di era kontemporer yang didominasi oleh teknologi digital. Dakwah memiliki berbagai strategi yang dapat disesuaikan dengan audiens dan konteks sosial-budaya (Hidayat, 2024). Strategi-strategi tersebut antara lain dakwah bil lisan, dakwah bil hal, dakwah bil kitabah, dan dakwah digital (Muhaemin, 2017:11). Dengan menggunakan kombinasi strategi ini, pesan Islam dapat disampaikan dengan lebih efektif kepada beragam audiens.

Dakwah bil lisan melibatkan penggunaan pidato, ceramah, diskusi, dan pengajaran langsung untuk menyebarkan pesan Islam. Para da'i atau pembicara dakwah menggunakan keahlian berbicara mereka untuk menginspirasi, mendidik, dan membimbing audiens. Metode ini telah menjadi bagian integral dari tradisi dakwah Islam sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Ceramah Jumat, pengajian di masjid, dan diskusi kelompok adalah beberapa contoh praktik dakwah bil lisan (Aminudin & Suradika, 2022: 19). Dakwah bil hal atau dakwah melalui perilaku, adalah strategi dakwah yang menekankan pentingnya menunjukkan nilai-nilai Islam melalui tindakan dan perilaku yang baik. Para da'i memperlihatkan kepribadian yang mulia, integritas yang tinggi, dan sikap yang penuh kasih sayang sebagai bagian dari dakwah mereka. Dengan menjadi teladan yang baik, mereka menarik perhatian dan kepercayaan orang lain, sehingga memudahkan proses dakwah.

Dakwah bil kitabah melibatkan penggunaan tulisan, baik dalam bentuk buku, artikel, pamflet, atau blog, untuk menyebarkan ajaran Islam. Para penulis dakwah menggunakan kata-kata untuk menjelaskan konsep-konsep agama, menafsirkan ayat-ayat Al-Qur'an, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan keagamaan. Buku-buku Islam, situs web agama, dan materi cetak menjadi sumber pengetahuan dan inspirasi bagi banyak orang dalam memahami Islam.

Dakwah digital merupakan strategi dakwah yang menggunakan media digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, Twitter), blog, podcast, dan video online untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Para da'i memanfaatkan teknologi modern untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, memberikan khotbah, dan berbagi konten yang mendidik secara online. Dakwah digital memungkinkan para da'i untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens, memperluas jangkauan dakwah, dan menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif dan menarik (Rahman, 2019: 39).

Setiap strategi dakwah memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri, dan kombinasi strategi-strategi ini dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam menyebarkan ajaran Islam. Dengan terus mengembangkan dan memodernisasi strategi dakwah sesuai dengan perkembangan zaman, umat Islam diharapkan dapat tetap menjadi rahmat bagi seluruh alam (Santoso & Jannah, 2023:14).

Dalam era New Normal yang didukung oleh teknologi digital, strategi dakwah yang efektif melibatkan pemanfaatan media sosial, video streaming, dan virtual meeting. Da'i dapat menyebarkan pesan dakwah melalui platform media sosial seperti Instagram dan YouTube, serta melakukan tatap muka skala besar secara virtual. Dengan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi, dakwah tetap dapat dilakukan tanpa mengorbankan keselamatan dan kesehatan umat (Baidowi & Salehudin, 2021:70). Strategi dakwah yang dapat disesuaikan dengan kondisi New Normal akibat pandemi Covid-19, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial, video streaming, dan virtual meeting sebagai sarana efektif dalam menyebarkan ajaran Islam. Strategi dakwah yang kreatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital menjadi sorotan utama dalam artikel ini, memberikan panduan bagi para da'i dalam merumuskan strategi dakwah yang tepat di era new normal (Pribadi & Fahrudin, 2021: 25). Dapat diketahui bahwa pentingnya da'i untuk lebih kreatif dalam merumuskan strategi dakwah yang dapat digunakan dengan baik di era New Normal yang didukung oleh teknologi digital. Dakwah dalam Islam di era digital menggunakan berbagai strategi efektif untuk menyebarkan pesan keagamaan melalui kemajuan teknologi. Pemanfaatan media digital seperti YouTube, Instagram, dan Twitter memungkinkan penyampaian pesan yang menarik dan luas melalui konten multimedia. Meskipun dakwah digital populer, interaksi langsung dalam bentuk webinar, seminar, dan acara dakwah tetap penting untuk meningkatkan pemahaman agama dan keterlibatan umat. Pendekatan edukatif melalui workshop, kursus online, dan program pembelajaran berbasis komunitas juga sangat efektif dalam memberikan pengetahuan agama yang mendalam. Kerjasama dengan lembaga dakwah, organisasi sosial, pendidikan, dan pemerintah memperluas jangkauan dan efektivitas dakwah. Sensitivitas terhadap konteks sosio-kultural dan psikologis audiens membantu menyampaikan pesan agama dengan lebih relevan dan efektif, sehingga strategi-strategi ini memberikan landasan kokoh bagi dakwah Islam di era teknologi digital.

Implementasi Dakwah di Era Digital

Implementasi Dakwah dalam Islam di Era Digital membutuhkan pendekatan yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya menjadi tanggung jawab para ulama dan da'i, tetapi juga menjadi kewajiban setiap individu Muslim yang memiliki akses ke

teknologi digital. Para da'i dan lembaga dakwah dapat menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan secara luas. Mereka dapat membagikan kutipan-kutipan Al-Qur'an, hadis, serta ceramah-ceramah singkat yang relevan dengan isu-isu kontemporer (Mukarom & Rosyidi, 2020:10).

Pembuatan konten multimedia yang menarik seperti video ceramah, infografis, dan animasi dapat memperkuat pesan dakwah dan menjangkau audiens yang lebih luas. Konten-konten tersebut dapat diunggah di platform-platform seperti YouTube, Instagram, dan situs web dakwah (Febrina et al., 2021:29). Para da'i dapat menyelenggarakan webinar dan kursus online untuk mendalami pemahaman agama dan membahas isu-isu keagamaan secara mendalam. Melalui platform-platform pembelajaran online, dakwah dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja (Sikumbang et al., 2024: 6). Pengembangan aplikasi mobile yang menyediakan konten keagamaan, jadwal sholat, pengingat dzikir, dan Al-Qur'an digital dapat memudahkan umat Islam dalam menjalankan ibadah sehari-hari. Aplikasi-aplikasi tersebut dapat menjadi sarana dakwah yang efektif di era digital (Anzar Abdullah & Halim, 2018: 10). Kerjasama dengan *influencer* atau tokoh publik yang memiliki pengikut yang besar di media sosial dapat meningkatkan visibilitas pesan dakwah. Para *influencer* dapat membantu menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada audiens mereka dengan cara yang lebih terjangkau dan terpercaya (Masruroh & Slamet, 2023: 29). Penggunaan teknologi digital juga memungkinkan untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap efektivitas dakwah secara online. Data analytics dapat digunakan untuk memahami perilaku dan preferensi audiens, sehingga strategi dakwah dapat disesuaikan secara lebih efektif (Kholili, 2023: 15).

Implementasi dakwah dalam Islam di era digital membutuhkan kreativitas, adaptabilitas, dan keterampilan teknologi informasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara bijaksana, dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan dampak yang lebih signifikan dalam menyebarkan ajaran Islam (Rizqy et al., 2023:20). Dalam era digital, interaksi antara pengirim pesan (da'i) dan penerima pesan (audiens) dapat terjadi secara langsung melalui berbagai platform, seperti komentar di media sosial, forum online, dan obrolan langsung. Hal ini memungkinkan adanya dialog yang lebih intensif dan interaktif antara para da'i dan audiens, sehingga pesan-pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami dan diterima (Sugito, 2023:19). Menyusun konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan tren yang sedang berlangsung di media sosial dapat meningkatkan potensi konten dakwah menjadi viral. Konten yang viral memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat dampak dakwah (Maghfiroh, n.d.).

Dalam menyebarkan pesan dakwah di era digital, penting untuk memperhatikan keamanan dan ketertiban digital. Para penggiat dakwah perlu mewaspadaikan penyebaran informasi yang tidak benar atau memicu konflik, serta mengedepankan etika dalam berinteraksi dan berkomunikasi online (Munir, 2024:38). Untuk memaksimalkan potensi dakwah di era digital, diperlukan pendidikan dan pelatihan khusus bagi para penggiat dakwah mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Pelatihan tersebut dapat meliputi pemahaman tentang algoritma media sosial, teknik pembuatan konten yang efektif, serta strategi pemasaran digital (Setyaningsih, 2023: 19). Selain

platform-platform media sosial yang umum digunakan, penggunaan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan realitas virtual dapat dijelajahi untuk meningkatkan efektivitas dakwah. Misalnya, penggunaan chatbot untuk menjawab pertanyaan agama secara otomatis atau penggunaan teknologi realitas virtual untuk simulasi pembelajaran agama (Ulya, 2024:2).

Seiring dengan keuntungan, dakwah di era digital juga menghadapi tantangan dan risiko tertentu, seperti disinformasi, radikalisme online, dan pelanggaran privasi. Oleh karena itu, penting bagi para penggiat dakwah untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan-tantangan tersebut dengan cara yang bijaksana dan proaktif. Dengan terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, implementasi dakwah dalam Islam di era digital dapat menjadi lebih efektif dan memperluas dampaknya dalam menyebarkan ajaran Islam secara global.

Studi kasus menunjukkan bahwa penggunaan media sosial telah mengubah cara dakwah dilakukan. Misalnya, beberapa da'i menggunakan YouTube untuk mengunggah video ceramah yang menjangkau jutaan penonton. Instagram dan Facebook digunakan untuk berbagi kutipan Al-Qur'an, Hadis, dan nasihat keagamaan. Temuan menunjukkan bahwa media digital memungkinkan penyebaran pesan Islam secara lebih cepat dan luas. Namun, ada tantangan dalam memastikan pesan yang disampaikan tetap autentik dan tidak disalahgunakan. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi para praktisi dakwah. Pemanfaatan teknologi digital harus diimbangi dengan pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam agar pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah Islam di era digital telah mengalami transformasi besar dengan pemanfaatan teknologi informasi. Teknologi seperti media sosial, podcast, video, dan aplikasi mobile telah memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan keterlibatan jamaah melalui konten yang lebih interaktif dan menarik. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan baru, terutama terkait dengan akurasi informasi dan penyebaran hoaks. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi mitigasi yang efektif, termasuk peningkatan literasi digital di kalangan da'i dan jamaah, serta validasi konten yang disampaikan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antara da'i, lembaga pendidikan, dan lembaga teknologi untuk mengembangkan praktik dakwah yang inovatif dan responsif terhadap dinamika zaman. Secara keseluruhan, dakwah di era digital memerlukan adaptasi strategi yang tidak hanya memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan, tetapi juga memastikan integritas dan keakuratan informasi yang disampaikan. Hal ini penting agar dakwah tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan ajaran Islam di tengah perubahan sosial dan teknologi yang cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. 2023. Tantangan dan peluang dakwah islam di era digital. *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 152–162.
- Ali, J. A., & Sahib, R. 2022. *A Sociological Study of the Tabligh Jama'at: Working for Allah*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-98943-9>
- Aminudin, A., & Suradika, A. 2022. Peluang dan tantangan dakwah bil lisan melalui youtube sebagai metode komunikasi dakwah. *Perspektif*, 2(1). <https://jurnal.jkp-bali.com/perspektif/article/view/197>
- Anzar Abdullah, M. H., & Halim, H. 2018. Nahdhatul Ulama: From traditionalist to modernist. *International Conference On Islam And Muslim Societies (Iconis)*, 200. https://www.academia.edu/download/57850860/ICONIS_FULL_Articles_-Working_-OK_-Part_2.pdf
- Baidowi, A., & Salehudin, M. 2021. Strategi dakwah di era new normal. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), 58–74.
- Carles, E., Hiptraspa, Z., Warsah, I., & Morganna, R. 2023. Pemahaman Anak dan Pengalaman Belajar dalam Program Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) KUA Curup Utara untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca dan Menghafal Al-Quran. *Kodifikasia*, 17(2), 221–237.
- D'Souza, S. M., Bashar, I., Ramachandran, S., Basit, A., & Gamage, R. N. 2023. SOUTH ASIA. *Counter Terrorist Trends and Analyses*, 15(1), 50–81.
- Efendi, E., Purba, R., & Naibaho, T. D. F. B. 2023. Media Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 27(2). <https://jurnalhost.com/index.php/jekma/article/view/288>
- Faishol, M., & Zuhro, F. 2024. Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: The Influence of Alaydrus's Platform of Instagram. *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 6(1), 13–26.
- Farida, A., Saputri, Y., Faiziyyah, R., & Hanafiah, Y. 2021. Metode Dakwah rasulullah dan Relevansinya dengan Tantangan Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *Murabby: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 12–22.
- Febrina, S. A., Rusydi, A., & Ramadhani, A. D. 2021. Utilization of Instagram as a Media for Da'wah in the COVID-19 Era. *Proceeding Antasari International Conference*, 2(1). <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/proceeding/article/view/5641>
- Febriyani, N. I., & Nursikin, M. 2023. Dakwah Islam Wasathiyah dalam Pendidikan Islam di Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 360–370.
- Fitriansyah, N., & Lubis, T. 2023. Mediating Alghorithm Mediating Da'wa: The New Preacher and Optimization of Social Media for Da'wa in the Case of Habib Ja'far. *Jurnal Penelitian*, 1–12.
- Hidayat, N. 2024. Tantangan Dakwah NU di Era Digital dan Disrupsi Teknologi. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 45–54.

- Jalaludin, A., Ulfiah, U., Mudrikah, A., & Noval, S. R. 2021. Strategy management of dakwah education in the era of the industrial revolution 4.0. *Journal of Social Science*, 2(6), 743–759.
- Khamim, M. 2022. Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 14(1), 25–43.
- Kholili, H. M. 2023. Reconceptualization of the Da'wah Movement in Indonesia: Perspectives on Da'wah Communication. *Interdisciplinary Journal and Hummanity (INJURITY)*, 2(3), 219–238.
- Kuswana, D., & Pauzian, M. H. 2023. Religious Authority in the New Media Era: Sabilul Huda Islamic Boarding School Da'wah on Social Media. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 17(2), 415–444.
- Lestari, P. P. 2020. Dakwah digital untuk generasi milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58.
- Maghfiroh, R. (n.d.). Inovasi Manajemen Dakwah sebagai Pendekatan Dakwah Islam pada Generasi Milenial di Desa Trahan Kabupaten Rembang. *Jurnal Exact: Journal of Excellent Academic Community*, 1(1), 53–67.
- Masruroh, S. A., & Slamet, M. 2023. Representasi Personal Branding Islamic Social Media Influencer. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, 7, 10–16. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/4928>
- Mibtadin, M., & Hedi, F. 2020. Masjid, Khutbah Jumat, dan Konstruksi Realitas Keagamaan di Ruang Publik: Studi tentang Materi Khutbah Jumat di Masjid-Masjid Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 40–53.
- Muhaemin, E. 2017. Dakwah digital akademisi dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356.
- Mukarom, Z., & Rosyidi, I. 2020. Mediatization of Da'wah in Disruption Era: Study of Islamic Da'wah in Social Media. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(9), 190–202.
- Munir, M. 2024. Monitoring Dakwah Online di Media Sosial. *IMTIYAZ: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(01), 38–50.
- Mutie, C. K. 2023. Understanding the Islamic Da'wah and Its Contribution to the Growth of Islam in Kenya. *ShahidiHub International Journal of Theology & Religious Studies*, 3(2), 109–123.
- Mutrofin, M. 2018. Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 341–357.
- Pamungkas, A., & Halwati, U. 2023. Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *Arkana: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(01), 146–158.
- Pribadi, S. A. T., & Fahrudin, A. 2021. Strategi Dakwah Pengajian Islam dalam Suasana Pandemi Covid-19. *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 39–46.
- Purnomo, D. E., & Efendi, E. 2024. Pemanfaatan Teknologi Digital oleh Majelis Ta'lim Darrussofa Medan dalam Melaksanakan Dakwah di Media Sosial: Use of Digital Technology by Majelis Ta'lim Darrussofa Medan in Carrying Out Da'wah on Social Media. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 220–236.

- Rahman, M. T. 2019. Strategi Dakwah Copler Community pada Anak-Anak Muda di Wilayah Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. *Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya*. <https://core.ac.uk/download/pdf/196142988.pdf>
- Rani, S. 2023a. Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 207–216.
- Rani, S. 2023b. Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 207–216.
- Riyadi, S., Widodo, T., Wibowo, N. S., & Setiabudi, D. I. (2023). Peran Dakwah Islam Periode Makkah. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 177–187.
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. 2023. Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42.
- Rosmalina, A. 2022. Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(1), 64–77.
- Santoso, B. R., & Jannah, A. Z. 2023. Technology-Based Da'wah Method in Rural Communities: Study of the Delivery of Islamic Teachings at the Jamiatul Muslimin Mosque Lamongan. *Bayan Lin-Naas: Jurnal Dakwah Islam*, 7(2), 73–87.
- Setiawan, N. 2022. Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 223–232.
- Setyaningsih, R. 2023. The Phenomenon of E-Dakwah in the New Normal Era: Digital Literacy of Virtual Da'i in Da'wah Activities. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 2(1), 65–75.
- Sikumbang, A. T., Dalimunthe, M. A., Kholil, S., & Nasution, N. F. 2024. Digital Da'wah Indonesia Ulema in the Discourse of Theology. *Pharos Journal of Theology*, 105(1), 1–14.
- Sopiyan, W., Nurjanah, I., Mislawati, S., & Syamsul, E. 2024. Strategi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Peningkatan Pemahaman Praktik Ibadah Kemasyarakatan. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 17-26.
- sopiyan, wawan, Mukhlis, M., & Solimin, S. 2020. Analisis Akulturasi Dakwah Dan Kebudayaan Pada Masa Kenabian Muhammad. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 101-115.
- Subhan, H. 2023. Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 8(1), 34–51.
- Sugito, R. 2023. Pengaruh Manajemen Dakwah Terhadap Perkembangan Era 5.0. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(2), 186–193.
- Surat An-Nahl Ayat 125: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online. (n.d.). Retrieved 1 July 2024, from <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>
- Sya'bani, M. Z., & Has, Q. A. B. 2023. Relevansi Bahasa Arab dalam Dakwah: Refleksi atas kedudukan bahasa arab sebagai bahasa Al-Quran (Tinjauan Literatur). *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(1), 97–111.

- Syaifuddin, M. (2024). Pemikiran Manajemen Pendidikan Islam pada Masa Khulafaurasyidin. *Hikamatzu| Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 129–139.
- Ulya, Y. A. (2024). Communication Strategies in Islamic Da'wah Opportunities and Challenges in the Era of Artificial Intelligence. *Feedback International Journal of Communication*, 1(2), 121–130.
- Ummah, A. H. (2021). New Media and Women's Da'wah Movement in the Post Covid-19 Era. *Hikmatuna: Journal for Integrative Islamic Studies*, 7(2), 125–134.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339–356.