KUSUMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
E-ISSN 3089-2805
Vol. 02, No. 02, Tahun 2025 | Hal. 1 – 12

https://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/kjpkm/index

Tantangan dan Peluang dalamDinamika Komunikasi Penyiaran Islam dalam Era Digital

Hendra Lesmana
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Nahdlatul Ulama Indramayu
avveroesganteng06@gmail.com

DOI : 1055656/kjpkm.v2i2.348

Submitted: (2024-12-04) | Revised: (2025-02-19) | Approved: (2025-04-01)

Abstract

In the era of continuously developing digital technology, the dynamics of Islamic broadcasting communication are experiencing a significant transformation. This research uses a qualitative approach which aims to explore the challenges and opportunities faced by Islamic broadcast communications in the midst of the digital revolution. The research results show that rapid changes in information technology and digital media have an impact on the way Islamic messages are spread and received by society. Apart from that, these changes also have an impact on Islamic broadcasting methods related to the effectiveness of messages in reaching an increasingly digitally connected audience. There are a number of key challenges involving the expansion of social media, the rapid dissemination of information and the diversity of digital platforms.

Keywords: *Communication Dynamics, Islamic Broadcasting, Digital Era.*

Abstrak

Dalam era pertumbuhan teknologi digital yang terus berkembang, dinamika komunikasi penyiaran Islam mengalami transformasi yang signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengeksplorasi terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi oleh komunikasi penyiaran Islam di tengah revolusi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan yang cepat dalam teknologi informasi dan media digital berdampak pada cara penyebaran dan penerimaan pesan-pesan Islam terhadap masyarakat. Selain itu, perubahan tersebut berdampak pula terhadap metode penyiaran Islam yang berkaitan dengan efektivitas pesan dalam mencapai audiens yang semakin terhubung secara digital. Terdapat sejumlah tantangan utama yang melibatkan ekspansi media sosial, penyebaran informasi yang cepat, dan keragaman platform digital.

Kata Kunci: Dinamika Komunikasi, Penyiaran Islam, Era Digital.

Pendahuluan

Di era digital yang berkembang pesat saat ini, komunikasi memainkan peran krusial dalam membentuk dinamika sosial, termasuk di bidang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Kemajuan teknologi serta kehadiran tren komunikasi dari individu maupun platform digital menghadirkan berbagai tantangan dan peluang bagi institusi pendidikan. Tren komunikasi, yang berfungsi sebagai agen utama dalam mengubah pola interaksi masyarakat, memiliki dampak signifikan terhadap pendidikan, khususnya dalam konteks komunikasi dan penyiaran Islam. Trendsetter komunikasi berperan sebagai agen utama dalam mendorong perubahan pola komunikasi di tengah masyarakat. Kehadirannya memberikan dampak signifikan, terutama dalam ranah pendidikan, khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Lembaga pendidikan menghadapi berbagai tantangan dalam merespons perubahan ini, yang tidak hanya terbatas pada aspek teknologi, tetapi juga mencakup dampak budaya, norma sosial, dan nilai-nilai Islam. Di sisi lain, kemajuan teknologi dan peran trendsetter komunikasi membuka peluang baru untuk meningkatkan efektivitas pendidikan di bidang komunikasi dan penyiaran Islam. (Taufik Hidayat, 2024).

Dalam era informasi, kita dapat mengamati bagaimana media memegang peran dominan dalam mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, media di era cyber tampaknya kembali ke sistem komunikasi masa lampau, mengubah peran penerima (komunikan) menjadi entitas yang lebih aktif. Konsep "komunikasi massif" pun tampak mencampuradukkan dengan "demassifikasi." Internet atau media online dianggap sebagai bentuk komunikasi yang tidak hanya bersifat interaktif tetapi juga mencakup dimensi komunikasi massa (Muis, 2001).

Pada abad ke-21, kita menyaksikan perubahan besar dalam panorama komunikasi global yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital yang pesat. Era digital membawa paradigma baru dalam penyebaran informasi dan nilai-nilai keagamaan, termasuk dalam konteks komunikasi penyiaran Islam. Dengan kehadiran media-media baru dan beragam platform online, pesan-pesan Islam kini memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beraneka ragam. Dampak dari teknologi digital melalui Internet telah membawa paradigma baru ke seluruh industri. Internet menciptakan ekonomi tanpa batas, mengubah seluruh cara berpikir dan menghasilkan di era informasi menjadi era konseptual. Era Industri 4.0, yang fokus pada penguasaan teknologi terkini dan globalisasi yang menghapuskan batasan teritorial dan ekonomi, menuntut kesiapan sumber daya suatu negara. Transformasi digital tidak hanya terjadi di sektor swasta, melainkan juga pada tingkat individu dan organisasi publik. Digitalisasi, penggunaan teknologi, dan transformasi digital diharapkan dapat meningkatkan konsumsi produk teknologi serta menjadikan work-from-home sebagai alternatif utama untuk pengaturan kerja di organisasi (Almeida et al., 2020).

Pemanfaatan teknologi informasi di berbagai sektor memberikan kontribusi yang signifikan dalam pencapaian tujuan organisasi. Dengan perkembangan revolusi industri 4.0 dan revolusi pemerintahan 4.0, penggunaan teknologi menjadi landasan utama dalam transformasi pemerintahan. Harapannya, penerapan teknologi informasi dapat mempermudah dan mempercepat penyelenggaraan pelayanan publik. Revolusi industri 4.0 mendorong otomatisasi di berbagai tahap layanan publik melalui sistem informasi yang mengintegrasikan sumber daya, teknologi informasi, dan interaksi informasi (Rochmansjah & Karno, 2020). Reformasi ini berhasil membangun infrastruktur pemerintahan digital yang canggih. Sudah menjadi pemahaman umum bahwa teknologi digital dapat meningkatkan akuntabilitas, efisiensi, dan transparansi administrasi, mengurangi pengeluaran, serta membentuk tata kelola yang lebih baik.

Setiap perubahan membawa dampak dan tantangan tersendiri. Demikian pula dengan peralihan dari media konvensional ke media online yang menyebabkan perubahan minat pasar dari media tradisional ke digital dan online. Banyak majalah dan surat kabar mulai tutup akibat perubahan ini. Kini, menonton TV atau mendengarkan radio tidak memerlukan perangkat tersebut; cukup dengan streaming melalui ponsel, kita dapat mengakses berita secara langsung dan real-time. Keunggulan lain dari dinamika media komunikasi adalah kemampuan media massa untuk berkembang bersama masyarakat yang semakin kompleks dan kebutuhan informasi yang terus meningkat. Media kini lebih penting dari sebelumnya karena transfer informasi menjadi lebih krusial dalam konteks sistem nilai yang berubah (Onong Uchjana Effendy, 2004).

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi membawa sejumlah tantangan dan peluang yang signifikan bagi komunikasi penyiaran Islam. Di satu sisi, ekspansi media sosial, kecepatan penyebaran informasi, dan keberagaman platform digital menimbulkan tantangan baru dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Namun, di sisi lain, era digital juga membuka peluang besar, seperti kemampuan untuk secara langsung menjangkau audiens global, berkolaborasi antarmedia, dan berinteraksi langsung dengan audiens.

Dengan fokus pada konteks ini, artikel ini bertujuan untuk menginvestigasi dinamika komunikasi penyiaran Islam di era digital, mengenali tantangan-tantangan yang dihadapi, dan mengeksplorasi peluang-peluang yang muncul. Dengan pemahaman mendalam terhadap perubahan ini, diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pembuat kebijakan, praktisi, dan akademisi dalam pengembangan strategi komunikasi penyiaran Islam yang relevan, efektif, dan responsif terhadap kemajuan dunia digital yang terus berkembang.

Metode Penelitian

Metodologi ini berfungsi sebagai landasan yang mengatur dan mengumpulkan data relevan dalam sebuah penelitian atau kajian. Tujuan utamanya adalah menyelesaikan berbagai masalah utama dengan merujuk pada sumber-sumber literatur yang berkaitan dengan tema kajian. Berdasarkan pendekatannya, artikel ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi fenomena sosial secara mendalam (Sidharta, et al., 2021). Penelitian kualitatif ini mengedepankan logika induktif (Mustopa & Wiratama, 2022). Penelitian ini adalah studi kepustakaan, yang dilakukan dengan metode dokumentasi atau studi literatur dari penelitian-penelitian sebelumnya atau dokumen terkait lainnya. Artikel ini merupakan penelitian dasar yang bertujuan menemukan generalisasi teori atau prinsip tertentu. Seperti penelitian kepustakaan pada umumnya, data diperoleh dari sumber tertulis seperti buku dan jurnal ilmiah. Data dikumpulkan dengan menelusuri kajian tentang Dinamika Komunikasi Penyiaran Islam Dalam Era Digital: Tantangan Dan Peluang.

Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menjelaskan topik penelitian. Prosedur dalam studi kepustakaan meliputi pemilihan topik, eksplorasi informasi, penentuan fokus penelitian, pengumpulan data, membaca sumber data, membuat catatan penelitian, mengolah catatan, dan menyusun artikel penelitian. Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu menyediakan dasar yang kuat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan kajian secara menyeluruh.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Di era modern saat ini, platform digital seperti YouTube, Facebook, dan Instagram telah memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari (Lontoh dkk., 2020). Platform tersebut menjadi strategi efektif bagi berbagai organisasi dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan mereka. Manfaatnya sangat besar, karena masyarakat kini semakin mudah mengakses berbagai jenis dakwah melalui media digital. Hal ini memungkinkan individu untuk belajar dan mendengarkan ajaran Islam melalui ceramah yang disampaikan di media sosial. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang juga mempermudah masyarakat dalam memperoleh pemahaman tentang ajaran Islam (Parinata, 2021). Dengan akses yang lebih mudah, masyarakat dapat memahami dan mengamalkan ajaran Islam dengan lebih baik.

Penelitian ini mengeksplorasi dinamika komunikasi penyiaran Islam dalam era digital, mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menyebarkan pesan Islam melalui media digital. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara komunikasi dan penyiaran Islam, mengharuskan penyesuaian strategi dakwah untuk tetap relevan dan efektif. Dakwah digital kini menjadi sarana penting dalam menyebarkan informasi dan nilai-nilai Islam di era modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan ruang baru yang lebih luas dan fleksibel bagi aktivitas dakwah (Sulaeman dkk., 2020). Penelitian menunjukkan

bahwa dakwah digital memiliki sejumlah dampak positif bagi masyarakat, seperti meningkatnya akses terhadap informasi keagamaan, penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat, serta penguatan komunitas Muslim di platform daring (Amar Ahmad, 2013).

Dalam satu dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam metode penyebaran ajaran agama (Dwiraharjo, 2020). Dakwah digital telah menjadi salah satu pendekatan yang semakin diminati oleh para dai dan organisasi keagamaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Adaptasi terhadap era digital ini tidak sekadar mengikuti arus perkembangan zaman, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan (Yati dkk., 2023). Meski demikian, muncul pertanyaan mengenai seberapa efektif strategi dakwah digital jika dibandingkan dengan metode konvensional.

Pertama, dakwah digital memungkinkan penyebaran informasi keagamaan dengan cepat dan luas, tanpa terhalang oleh batasan waktu maupun lokasi. Melalui platform seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, pesan dakwah dapat menjangkau jutaan orang dari berbagai latar belakang dan wilayah. Hal ini membuka peluang yang lebih besar untuk menyebarkan ajaran yang bernilai positif. *Kedua,* fitur interaktif yang dimiliki media digital memberikan ruang lebih luas bagi audiens untuk berpartisipasi aktif, mengajukan pertanyaan, serta mendiskusikan berbagai topik keagamaan. Kondisi ini menciptakan komunitas virtual yang dinamis, di mana pertukaran pengetahuan dan pengalaman berlangsung lebih terbuka. Dengan demikian, terbentuklah peluang untuk pertumbuhan spiritual yang lebih mendalam dan bersifat personal. *Ketiga,* dakwah digital memungkinkan penyesuaian konten sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Dengan bantuan teknologi canggih seperti big data dan analisis perilaku pengguna, pesan dakwah dapat dirancang agar lebih relevan, efektif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Hal ini berpotensi meningkatkan keterlibatan serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap ajaran agama.

Meskipun dakwah digital menawarkan berbagai keunggulan, efektivitasnya juga dihadapkan pada sejumlah tantangan, seperti masalah keamanan data, kesenjangan akses teknologi di wilayah tertentu, serta risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Selain itu, interaksi virtual tidak sepenuhnya mampu menggantikan pengalaman spiritual dan sosial yang diperoleh melalui pertemuan langsung atau keterlibatan dalam komunitas fisik. Melihat potensi dan tantangan tersebut, dakwah digital memang menjadi metode yang inovatif dan efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan. Namun, penerapannya harus dilakukan dengan bijak, memastikan validitas informasi yang disebarkan, serta mengombinasikannya dengan interaksi langsung agar tercipta dampak yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan dalam pembinaan umat (Andy Riski Pratama dkk.,2024).

Tantangan yang dihadapi

Perubahan besar dalam teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Meskipun ini membawa banyak manfaat, dampaknya terhadap interaksi manusia tidak bisa diabaikan. Masyarakat kini dapat berpartisipasi secara aktif dalam penyebaran informasi. Namun, sisi negatifnya adalah masyarakat sering kali mengutamakan kecepatan tanpa pengawasan dan kontrol terhadap informasi, sehingga risiko penyebaran hoaks semakin besar. (Falsya Marchanda & Tyzhar Akmaluddin, 2023).

Saat ini, penyebaran berita palsu atau hoaks sering dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini semakin marak karena adanya perubahan dalam penggunaan media online, di mana konsumen dapat dengan mudah mengakses atau membuat berita apapun (Oknita, n.d.). Ini menjadi tantangan besar bagi kita dalam menanggapi atau merespon berbagai berita hoaks tersebut, yang seringkali dibuat hanya untuk mencari sensasi dan dapat mempengaruhi persepsi atau pandangan konsumen media terhadap berita tersebut.

Di era informasi yang sangat cepat, dakwah digital menghadapi berbagai tantangan besar, terutama dalam memerangi penyebaran informasi yang salah yang dapat menyesatkan mengenai ajaran agama. Selain itu, aktivitas online juga menghadapi ancaman terkait keamanan siber, seperti serangan terhadap data pribadi dan infrastruktur digital yang digunakan untuk menyebarkan dakwah. Lebih lanjut, platform digital sering menjadi media untuk menciptakan polarisasi ideologi dan bahkan digunakan oleh kelompok radikal untuk menyebarkan pandangan mereka, yang berisiko memicu radikalisasi di kalangan masyarakat. Untuk memaksimalkan manfaat dakwah digital dan mengatasi tantangan tersebut, beberapa strategi bisa diterapkan. *Pertama,* peningkatan edukasi digital sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan literasi digital di kalangan dai dan audiens. Ini bertujuan agar mereka dapat menggunakan teknologi digital secara bertanggung jawab dan efektif. *Kedua,* perlu diterapkan sistem verifikasi dan penyaringan konten dakwah yang lebih ketat untuk menghindari penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan. *Ketiga,* pendekatan personalisasi dalam menyajikan konten dakwah bisa dilakukan dengan memanfaatkan data dan analitik untuk memahami preferensi audiens, sehingga konten yang disajikan lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. (Andy Riski Pratama dkk.,2024).

Adapun tantangan yang dihadapi dalam konteks dinamika komunikasi di era digital antara lain sebagai berikut:

1. Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar, yang dapat mengakibatkan perbedaan pandangan di antara umat Islam.
2. Menjaga mutu dan kepercayaan terhadap konten dakwah di tengah banyaknya informasi yang beredar di internet.
3. Platform digital mengurangi kesempatan untuk interaksi langsung antara dai dan mad'u (audiens dakwah), sehingga menyulitkan untuk memastikan bahwa audiens memahami dan memberikan respons secara langsung.

Komunikasi di era digital harus mampu mengelola dan menyaring informasi yang dikonsumsi oleh publik agar tetap berkualitas dan bermanfaat, karena opini publik sangat dinamis. Perubahan ini juga terlihat dari cara penyajian konten, seperti video streaming, podcast, potongan reels, dan konten interaktif lainnya. Hal ini sangat memudahkan manusia dalam mengakses berita di mana pun hanya dengan menggunakan internet. Bahkan, hanya dengan foto dan caption yang mendetail, kita dapat mengetahui suatu berita secara rinci pada hari yang sama. (Falsya Marchanda & Tyzhar Akmaluddin, 2023).

Peluang yang dapat dimanfaatkan

Era digital membawa peluang besar dan beragam dalam aktivitas dakwah (Ummah, 2022). Berbagai platform dan aplikasi digital telah mempermudah penyebaran informasi ke seluruh dunia, termasuk dalam kegiatan dakwah. Namun, perluasan dakwah melalui media digital tidak hanya menghadirkan peluang, tetapi juga tantangan yang cukup kompleks. Di tengah arus informasi global yang begitu cepat, setiap konten yang dipublikasikan di dunia digital dapat dengan mudah diakses dan tersebar luas tanpa batasan. Meski demikian, kemajuan teknologi ini ibarat pisau bermata dua. Penggunaan yang bijak dapat membawa dampak positif, tetapi jika disalahgunakan, teknologi digital berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi individu maupun masyarakat. Kemajuan teknologi tidak bertentangan dengan ajaran Islam, karena Islam bersifat universal dan relevan di segala ruang dan waktu. Selama prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dipegang teguh, ajaran Islam dapat diterapkan dengan baik di era digital. Oleh karena itu, para pendakwah di era ini harus menjaga integritas dan moralitas dalam menyampaikan informasi di media sosial serta menghindari penyebaran berita palsu atau *hoaks*. (Andy Riski Pratama dkk.,2024).

Dengan hadirnya media sosial, ruang dakwah Islam semakin luas dan dapat menjangkau lebih banyak orang. Namun, hal ini juga memerlukan kewaspadaan agar dakwah Islam tidak hanya terbatas pada tempat ibadah atau majelis ilmu. Umat Muslim perlu memanfaatkan dunia digital dengan bijak untuk menyebarkan dakwah Islam yang penuh kasih sayang, bukan kebencian atau kekerasan (Sutisna, 2022). Selain itu, umat Muslim juga harus memperoleh pemahaman yang benar tentang Islam dari sumber yang tepat, agar informasi yang disebarkan

melalui media digital sesuai dengan ajaran Islam yang sejati. Dengan demikian, kita dapat bersama-sama menjaga prinsip dan ajaran Islam serta membangun dakwah yang berkualitas di era digital ini.

Dengan transformasi digital, media massa dapat menciptakan konten yang lebih interaktif, partisipatif, dan personal. Dalam memberdayakan masyarakat, media memungkinkan partisipasi publik dalam isu-isu penting dan gerakan sosial. Sebagai contoh, kampanye politik saat ini menjadi sorotan karena pemilihan umum yang semakin dekat (Khodijah, 2018). Para politikus menggunakan media massa sebagai platform untuk mengkampanyekan calon legislator mereka. Di samping politik, peluang juga terbuka di bidang pendidikan, di mana konten edukatif dan kursus online meningkatkan kesempatan belajar. Hal ini menjadi peluang bagi dunia pendidikan untuk meningkatkan kecerdasan bangsa dengan memanfaatkan konten edukasi sebagai sarana pembelajaran yang dapat menginspirasi kreativitas siswa dalam menciptakan model pembelajaran yang lebih menarik.

Media digital juga menghasilkan inovasi dalam model bisnis dan membuka peluang baru dalam pemasaran. Sebagai contoh, Kompas, yang dulunya merupakan media cetak berupa koran fisik, kini memanfaatkan peluang media digital dengan menjadi Kompas.com. Peluang ini mencakup pemahaman perilaku konsumen dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, peluang ini juga melibatkan penggunaan media untuk mempromosikan merek atau produk melalui foto atau video yang menarik, sehingga memperluas cakupan pemasaran (Riana & IAIN, 2023). Di samping itu, inovasi bisnis juga menciptakan lapangan kerja yang efisien dan dinamis dalam menjalankan pekerjaan tersebut.

Salah satu manfaat lainnya adalah ketika kita mampu menyelesaikan suatu pekerjaan dengan efisien, yang menghemat waktu, maka waktu tersebut dapat dimanfaatkan untuk hal-hal yang dapat menguntungkan kita. Misalnya, pengembangan keterampilan dan mencari pekerjaan lepas yang dapat dilakukan sesuai waktu luang. Peluang yang besar dan menguntungkan juga bisa ditemukan dalam bidang bisnis. Dengan kemudahan akses internet, konsumen dapat mencari dan membandingkan produk serta layanan dengan harga yang beragam, yang dapat menjadi strategi pemasaran potensial untuk menjadikan peluang bisnis ini menguntungkan (Khodijah, 2018).

Berkaitan dengan dinamika komunikasi di era digital terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan, antara lain:

1. Media sosial memfasilitasi keterlibatan aktif dari para pemirsa, yang bisa memperkuat ikatan komunitas serta meluaskan cakupan dakwah.

2. Diversifikasi media dalam dakwah memanfaatkan beragam format seperti video, podcast, dan infografis interaktif. Hal ini bertujuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas serta mempermudah pemahaman dan akses terhadap pesan dakwah.
3. Kerjasama strategis dengan perusahaan teknologi memiliki potensi untuk memperluas cakupan dan efisiensi dakwah dengan menggabungkan inovasi serta pengembangan produk secara kolaboratif.

Strategi Transformasi

Meskipun teknologi komputer telah ada selama beberapa dekade, konsep transformasi digital relatif baru. Konsep ini muncul pada tahun 1990-an dengan popularitas internet. Sejak saat itu, kemampuan untuk mengubah media tradisional menjadi media digital telah menjadi semakin penting. Kita telah menyaksikan digitalisasi merambah ke semua aspek kehidupan kita. Transformasi media di era digital merujuk pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam berbagai situasi. Sebagai contoh, konvergensi media mengintegrasikan platform dan konten media untuk memungkinkan akses multiplatform, yang membutuhkan partisipasi publik agar pesan dapat disampaikan dengan efektif. Perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, mengonsumsi informasi, dan membentuk identitas sosial mereka menjadi sangat berbeda dengan adanya internet. Transformasi lainnya terlihat dari harga ponsel yang semakin terjangkau dan luasnya akses internet. Ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menggunakan platform media sebagai sarana komunikasi.(Falsya Marchanda & Tyzhar Akmaluddin, 2023).

Kelebihan dari transformasi yang terjadi dalam media komunikasi adalah semakin tingginya respons konsumen terhadap informasi, sehingga semakin canggih pula akses informasi yang dapat diakses. Hal ini mengakibatkan wartawan dari media komunikasi tidak hanya memberikan sudut pandang tunggal, tetapi dari berbagai sudut pandang yang dapat menarik perhatian konsumen dalam menelusuri informasi tersebut. Sebuah merek juga membutuhkan keterampilan dalam berkomunikasi. Di masa lalu, para penjual mempromosikan produk, namun kini telah beralih ke media komunikasi. Membuat video atau foto tentang suatu produk dan mengubah konten tersebut menjadi lebih menarik serta menjelaskan berbagai kelebihan di dalamnya dapat menjadi strategi yang efektif. Hanya dengan membuat satu video yang diolah dengan baik, merek tersebut dapat menarik banyak pelanggan bahkan melebihi target pencapaiannya. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa dengan media komunikasi, kita dapat menyederhanakan pekerjaan yang sebelumnya memerlukan interaksi langsung atau kunjungan rumah, dan beralih ke konten yang menjadi peluang dalam bisnis dan keterampilan komunikasi. (Falsya Marchanda & Tyzhar Akmaluddin, 2023).

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam konteks dinamika komunikasi di era digital, yaitu sebagai berikut:

1. Menginisiasi transformasi digital melalui pembangunan platform daring yang responsif dan user-friendly untuk mendistribusikan pesan dakwah secara lebih luas dan efisien.
2. Meningkatkan mutu konten melalui investasi pada pelatihan bagi jurnalis dan dai yang unggul, serta mendorong praktik jurnalisme yang beretika, hal ini bertujuan untuk menjamin keandalan dan relevansi konten yang disampaikan.
3. Untuk meningkatkan pendapatan, media massa dan lembaga dakwah harus mencari sumber pendapatan lain selain dari iklan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggali potensi langganan berbayar dan sponsorship untuk mendukung kegiatan dakwah.
4. Inovasi dalam teknologi melibatkan perkembangan terbaru seperti kecerdasan buatan dan realitas virtual, dengan tujuan untuk memperbaiki pengalaman pengguna serta kesesuaian konten yang disajikan.

Simpulan

Di era digital, media komunikasi menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, namun juga menawarkan peluang yang luas bagi masyarakat dalam berbagai bidang. Perubahan transformasional dalam media komunikasi membawa kemajuan yang signifikan. Salah satu tantangan yang signifikan adalah hoaks yang disajikan untuk mencari sensasi dan kesenangan pribadi, yang dapat merugikan pemahaman dan persepsi konsumen terhadap media. Respons yang tidak bertanggung jawab dari individu dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap kebenaran berita. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dan kebijakan dalam penggunaan media. Meskipun tantangan ini bisa dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan pemahaman terhadap media komunikasi, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan kemampuan menyaring informasi, mendukung literasi media yang lebih tinggi, dan memupuk sikap kritis terhadap berita yang disajikan.

Dalam menghadapi dinamika komunikasi penyiaran Islam dalam era digital, penting bagi umat Islam untuk mengakui tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital dengan bijaksana. Hal ini melibatkan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan mempromosikan pemahaman yang benar tentang agama melalui platform-platform digital. Dengan demikian, komunikasi penyiaran Islam dapat tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan pesan agama di tengah masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun era digital membawa berbagai tantangan, terdapat banyak peluang yang bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan Islam secara lebih efektif. Dengan strategi yang tepat, seperti transformasi digital, peningkatan kualitas konten, dan

kerjasama strategis, komunikasi penyiaran Islam dapat tetap relevan dan berdaya saing di era yang terus berkembang ini.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya hendaknya tidak hanya memperdalam pemahaman tentang dinamika komunikasi penyiaran Islam dalam era digital, tetapi juga dapat memberikan wawasan praktis yang dapat digunakan oleh para praktisi untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Menyelidiki bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi pembentukan identitas keagamaan di kalangan pemuda Muslim. Termasuk di dalamnya analisis tentang peran influencer Muslim, konten keagamaan viral, dan dampak dari interaksi di media sosial.

Daftar Pustaka

Almeida, F., Duarte Santos, J., & Augusto Monteiro, J. (2020). The Challenges and Opportunities in the Digitalization of Companies in a Post-COVID-19 World. IEEE Engineering Management Review, 48(3), 97–103. https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3013206.

Marchanda, F., & Akmaluddin, T. (2023). Dinamika Media Komunikasi: Tantangan, Peluang, Dan Transformasi Dalam Era Digital. Encommunication: Journal of Communication Studies. (Enli Institute)

Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial. Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Ejournal UIN Imam Bonjol).

Artikel Radar Sorong tentang strategi media massa di era digital (Radar Sorong).

Muis, A. (2001). Komunikasi Islam. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rochmansjah, H., & Karno, K. (2020). The Digitalization of Public Service Assurance. MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan, 36(1), 43–52. https://doi.org/10.29313/mimbar.v36i1.5073.

Effendy, Onong Uchjana. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya.

Sidharta, S. M., Adityo, D. B., Iqbal, P. M., & Gunadi, W. (2021). Customer loyalty analysis on online food delivery services. Turkish Journal of Computer and Mathematics

Education (TURCOMAT), 12(3), 4003–4013. https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1690.

Mustopa, M., & Wiratama, A. (2022). "Jamang Sangsang" Identitas Laki-Laki Suku Baduy, Desa Kanekes, Kecamatan Ciboleger, Kabupaten Lebak, Banten. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi. https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3398.

Oknita. (n.d.). Upaya Pencegahan Perilaku Nomophobiadikalangan Mahasiswa Iain Lhokseumawe. At-Tabayyun Journal Islamic Studies, 3(1), 10–27.

Khodijah, Nyayu. 2018. Pola Asuh Anak dalam Tradisi Islam Melayu di Palembang (Studi terhadap Pola Asuh Anak dalam Keluarga Muslim Suku AsliPalembang), Palembang: RafahPress.

Riana, Rina. 2023. Peran Badan Usaha Milik Pesantren Fathul 'Ulum Kwagean Kediri Dalam Meningkatkan Perekonomian Pondok Ditinjau Dari Produksi Islam. Skripsi: IAIN Kediri.