

Transformasi Komunikasi Dakwah Era Digital: Peluang serta Tantangan bagi Pendidikan Islam Kontemporer

Eva Nurziah¹, Ilah Mustopa²

¹²Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: evanurziah1107@gmail.com¹, Ilah.mustopa@gmail.com²

DOI: <https://doi.org/10.35878/muashir.v3i2.1629>

Article Info

Article history:

Received 21-04-2025

Revised 03-11-2025

Accepted 29-11-2025

ABSTRACT

The transformation of da'wah communication in the digital era and its opportunities and challenges in the context of contemporary Islamic education. Advances in information technology have changed the way da'wah is delivered, from conventional methods to digital approaches that are more interactive, flexible, and reach a wider audience. This study uses a qualitative approach with a literature study method and participatory observation of digital da'wah practices on various platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok. The results of the study show that digital media provides great opportunities in expanding the reach of da'wah and making it more contextual for the younger generation. However, challenges such as the spread of hoaxes, low digital literacy, and polarization of the community are also serious concerns. Islamic education is expected to be able to respond to these changes by integrating digital literacy into the da'wah curriculum. In conclusion, digital da'wah has the potential to be a strategic means of strengthening Islamic values if managed wisely, professionally, and collaboratively.

Keywords: Digital Da'wah, Islamic Education, Digital Literacy.

ABSTRAK

Transformasi komunikasi dakwah di era digital serta peluang dan tantangannya dalam konteks pendidikan Islam kontemporer. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara dakwah

disampaikan, dari metode konvensional menuju pendekatan digital yang lebih interaktif, fleksibel, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan observasi partisipatif terhadap praktik dakwah digital di berbagai platform seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memberikan peluang besar dalam memperluas jangkauan dakwah dan menjadikannya lebih kontekstual bagi generasi muda. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks, rendahnya literasi digital, dan polarisasi umat juga menjadi perhatian serius. Pendidikan Islam diharapkan mampu merespons perubahan ini dengan mengintegrasikan literasi digital dalam kurikulum dakwah. Kesimpulannya, dakwah digital berpotensi menjadi sarana strategis dalam penguatan nilai-nilai Islam jika dikelola secara bijak, profesional, dan kolaboratif.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Pendidikan Islam, Literasi Digital.

**Corresponding author :*

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Jl. Jendral Sudirman No. 30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec. Serang, Kota Serang, Banten

Email : evanurziah1107@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang keagamaan. Salah satu aspek keagamaan yang turut terdampak adalah aktivitas dakwah Islam. Dakwah yang sebelumnya disampaikan secara konvensional melalui mimbar masjid, majelis taklim, atau media cetak, kini mengalami transformasi signifikan dengan kehadiran media digital seperti media sosial, situs *web*, dan aplikasi berbasis seluler (Mardiya & Sofa, 2024). Perubahan ini memberikan peluang besar bagi para *da'i* dan lembaga keislaman untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat dan interaktif.

Transformasi komunikasi dakwah dalam era digital memberikan dimensi baru dalam penyampaian pesan keagamaan. Tidak hanya dari segi

kecepatan dan jangkauan, namun juga dalam bentuk penyampaian pesan yang lebih variatif dan menarik. Dakwah kini dapat hadir dalam bentuk video pendek, infografis, *podcast*, hingga siaran langsung (*live streaming*), yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pendakwah dan mad'u. Di sisi lain, kemajuan ini menuntut para *da'i* untuk memiliki literasi digital yang memadai agar dapat memanfaatkan media teknologi secara optimal dan bertanggung jawab.

Namun demikian, kemudahan yang ditawarkan oleh era digital juga menghadirkan tantangan yang tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah maraknya penyebaran informasi yang belum tentu valid atau bahkan mengandung hoaks, yang dapat mengganggu pemahaman umat terhadap ajaran Islam. Di samping itu, tidak semua *da'i* memiliki kemampuan adaptif terhadap teknologi digital, sehingga dapat menimbulkan kesenjangan dalam efektivitas komunikasi dakwah (Yunita, 2024). Ketidakseimbangan antara penguasaan teknologi dan pemahaman keislaman dapat berpotensi menimbulkan distorsi pesan dakwah.

Dalam konteks pendidikan Islam kontemporer, transformasi komunikasi dakwah melalui media digital menjadi sebuah keniscayaan yang harus direspon secara bijak dan strategis. Pendidikan Islam memiliki peran penting dalam membekali calon *da'i* dengan kompetensi teknologi informasi dan komunikasi, selain penguasaan ilmu keislaman. Hal ini sejalan dengan kebutuhan zaman, di mana generasi milenial dan generasi Z lebih akrab dengan dunia digital dibandingkan metode pembelajaran konvensional. Oleh karena itu, institusi pendidikan Islam perlu mengintegrasikan penguasaan teknologi sebagai bagian dari kurikulum dakwah.

Peluang yang hadir di era digital ini mencakup meningkatnya keterjangkauan dakwah oleh masyarakat luas, baik secara geografis maupun demografis. Dengan dukungan media digital, pesan dakwah dapat diterima oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau bahkan luar negeri. Interaktivitas yang ditawarkan media digital juga memungkinkan pendakwah untuk melakukan klarifikasi langsung terhadap isu-isu keislaman yang berkembang, sehingga dapat meningkatkan

efektivitas komunikasi dan edukasi keagamaan. Di sinilah pentingnya pemahaman strategi komunikasi dakwah yang adaptif dan inovatif (Rahmawati et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam transformasi komunikasi dakwah dalam era digital, serta mengeksplorasi peluang dan tantangan yang muncul dalam konteks pendidikan Islam kontemporer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan analisis terhadap literatur dan studi kasus praktik dakwah digital di Indonesia. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi dakwah yang relevan, efektif, dan mampu menjawab tantangan zaman, tanpa kehilangan esensi nilai-nilai Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan observasi partisipatif terhadap fenomena dakwah digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk menggali makna, nilai, serta dinamika komunikasi dakwah dalam konteks sosial yang kompleks dan terus berkembang (Sugiyono, 2013). Fokus penelitian ini tidak hanya pada hasil, tetapi juga pada proses bagaimana transformasi komunikasi dakwah terjadi di era digital, serta bagaimana pelaku dakwah merespons perubahan tersebut dalam ruang pendidikan Islam kontemporer.

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian literatur dari berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal akademik, buku, laporan penelitian, dan artikel relevan (Arikunto, 2006) yang membahas dakwah digital, komunikasi keagamaan, dan pendidikan Islam. Selain itu, peneliti juga mengamati praktik dakwah di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok yang dilakukan oleh para pendakwah muda dan institusi keagamaan. Observasi ini dilakukan secara non-intervensif dengan mencatat pola

komunikasi, bentuk konten dakwah, serta respon audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif-analitis, dengan menelaah secara mendalam konten-konten dakwah digital dan membandingkannya dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam dan nilai-nilai pendidikan Islam. Data yang telah dikumpulkan diklasifikasikan berdasarkan tema, kemudian dianalisis untuk menemukan keterkaitan antara strategi dakwah digital dan efektivitas penyampaian pesan keislaman. Interpretasi dilakukan secara kontekstual, mempertimbangkan faktor-faktor sosial, budaya, dan teknologi yang melatarbelakangi fenomena yang diteliti (Sarosa, 2021).

Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai informasi dari literatur akademik dengan hasil observasi langsung. Selain itu, keabsahan interpretasi dijaga melalui diskusi akademik dan refleksi kritis terhadap dinamika dakwah di era digital (Sadiah, 2015). Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang utuh mengenai strategi komunikasi dakwah di era digital serta kontribusinya terhadap pendidikan Islam yang lebih inklusif, adaptif, dan transformatif.

Hasil dan Pembahasan

Perubahan Paradigma Komunikasi Dakwah di Era Digital

Transformasi dakwah Islam di era digital bukan sekadar perubahan media penyampaian pesan, tetapi mencerminkan pergeseran paradigma komunikasi dakwah itu sendiri. Sebelumnya, dakwah bersifat monolog dan konvensional, di mana *da'i* berperan sebagai pusat informasi yang menyampaikan pesan agama secara satu arah kepada audiens. Komunikasi ini umumnya terjadi dalam forum tatap muka seperti khutbah Jumat, pengajian, atau majelis taklim, yang bersifat kaku dan terstruktur (Syawal, 2024). Namun, dengan masuknya era digital, dakwah menjadi lebih dialogis, fleksibel, dan bersifat dua arah, di mana *mad'u* (audiens) juga dapat memberi

tanggapan secara langsung melalui komentar, pesan pribadi, atau diskusi daring.

Dalam paradigma baru ini, komunikasi dakwah tidak lagi terbatas pada waktu dan tempat. Pesan-pesan keislaman dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh siapa pun yang memiliki koneksi internet. Hal ini menjadikan dakwah lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan zaman. Teknologi memungkinkan munculnya *da'i* digital dari berbagai latar belakang yang mampu menyampaikan pesan agama melalui berbagai format, mulai dari video singkat di *TikTok* hingga siaran langsung ceramah di *YouTube*. Kemudahan akses ini mendorong perluasan dakwah tidak hanya secara geografis, tetapi juga secara demografis, menjangkau kelompok usia muda yang cenderung lebih akrab dengan dunia digital.

Paradigma baru juga membawa konsekuensi pada gaya komunikasi *da'i*. Mereka dituntut untuk tidak hanya memahami substansi ajaran Islam, tetapi juga cara menyampaikannya dengan bahasa yang komunikatif, ringkas, dan sesuai dengan karakteristik media sosial (Suwahyu, 2024). Gaya dakwah yang formal dan kaku mulai ditinggalkan, digantikan dengan pendekatan yang lebih santai namun tetap substantif. Penggunaan analogi kekinian, humor yang sehat, serta pendekatan visual menjadi ciri khas dakwah digital yang efektif. Hal ini menandakan terjadinya adaptasi retorika dakwah terhadap budaya komunikasi digital yang berkembang di masyarakat.

Perubahan paradigma ini juga memunculkan identitas baru dalam dunia dakwah, yaitu lahirnya para "*influencer* dakwah" yang tidak hanya dikenal sebagai ulama, tetapi juga sebagai figur publik di media sosial. Keberadaan mereka membawa tantangan tersendiri dalam hal otoritas keilmuan dan validitas pesan yang disampaikan. Di satu sisi, mereka memiliki kemampuan menjangkau massa dalam jumlah besar, namun di sisi lain mereka juga rentan terhadap komersialisasi dan tekanan popularitas. Oleh karena itu, penting bagi para *da'i* digital untuk menjaga integritas dakwah agar tidak kehilangan substansi karena terpaku pada konten yang viral semata.

Selain itu, paradigma komunikasi dakwah di era digital menekankan pentingnya engagement atau keterlibatan audiens. Tidak cukup hanya menyampaikan pesan, tetapi juga penting menciptakan ruang dialog yang sehat, memberikan respons terhadap pertanyaan-pertanyaan keagamaan, serta membuka kanal komunikasi yang ramah dan inklusif. Di sinilah teknologi digital berperan sebagai jembatan interaktif yang mendekatkan *da'i* dengan *mad'u*, sehingga dakwah tidak lagi bersifat *top-down*, melainkan lebih partisipatif dan relevan dengan kebutuhan umat (Sihabudin, 2022).

Dengan segala kelebihanannya, perubahan paradigma komunikasi dakwah di era digital membuka peluang besar dalam mendinamisasi penyampaian ajaran Islam. Namun demikian, diperlukan kesadaran kritis untuk mengelola perubahan ini secara bijak, agar teknologi tidak hanya menjadi alat penyebar informasi, tetapi juga sarana transformasi spiritual yang efektif. Perubahan paradigma ini menuntut pembaruan dalam strategi dakwah, peningkatan kapasitas digital *da'i*, serta kolaborasi yang sinergis antara lembaga pendidikan Islam dan pelaku teknologi informasi demi keberlanjutan dakwah yang bermakna di era digital.

Media Sosial sebagai Instrumen Dakwah Modern

Media sosial telah menjadi salah satu instrumen utama dalam dakwah Islam di era digital. Platform seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, dan *Facebook* bukan hanya menjadi sarana komunikasi sehari-hari, tetapi juga ruang publik baru yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara masif (Setyowati, 2023). Dengan jangkauan global dan kemampuan menyebarkan informasi dalam waktu singkat, media sosial memungkinkan *da'i* menjangkau audiens yang sangat luas dan beragam, baik dari segi usia, pendidikan, maupun latar belakang sosial budaya.

Keunggulan utama media sosial sebagai sarana dakwah terletak pada kecepatan penyampaian pesan dan fleksibilitas dalam penggunaan format konten. *Da'i* dapat memilih bentuk komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens, mulai dari video pendek, infografis, kutipan ayat dan hadis, hingga konten interaktif seperti siaran langsung dan sesi tanya jawab

(Rochim, 2024). Fitur-fitur seperti komentar, *like*, dan *share* memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan *engagement* dan memperkuat keterikatan antara *da'i* dan *mad'u*. Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi statis, tetapi menjadi dinamis dan responsif terhadap isu-isu aktual. Media sosial juga memungkinkan dakwah dilakukan secara kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari umat. Banyak konten dakwah yang mengangkat isu-isu kekinian seperti gaya hidup, hubungan sosial, ekonomi, dan pendidikan, yang dikemas dalam perspektif Islam. Hal ini menjadikan dakwah lebih mudah diterima dan diaplikasikan oleh audiens, terutama generasi muda yang cenderung mencari makna keberagamaan yang praktis dan tidak menggurui. Para *da'i* digital yang memahami psikologi audiens dan tren media memiliki peluang besar untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif dan menyentuh (Rizal et al., 2024).

Namun demikian, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadirkan tantangan tersendiri. Salah satunya adalah risiko penyebaran konten yang tidak valid atau kurang akurat secara teologis. Dalam upaya untuk mendapatkan perhatian atau popularitas, tidak sedikit konten dakwah yang mengedepankan sensasi, provokasi, atau bahkan ujaran kebencian yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam itu sendiri. Oleh karena itu, *da'i* perlu memiliki literasi digital yang tinggi dan kemampuan untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya kepada publik.

Selain itu, media sosial sebagai ruang publik yang terbuka juga dapat menjadi arena perdebatan yang tajam dan tidak jarang berujung pada konflik atau polarisasi antar kelompok umat Islam. Perbedaan *mazhab*, pandangan keagamaan, atau metode dakwah sering kali memicu perdebatan panas di kolom komentar atau unggahan media sosial. Situasi ini menuntut para *da'i* untuk mengedepankan etika komunikasi Islam yang santun, bijak, dan menjunjung tinggi *ukhuwah islamiyah* dalam menyikapi perbedaan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangannya, media sosial tetap menjadi alat yang sangat potensial dalam menyebarluaskan dakwah Islam secara modern. Pemanfaatannya secara optimal memerlukan strategi

komunikasi yang matang, penguasaan teknologi, serta integritas moral dan spiritual yang kuat dari para *da'i* (Qury, 2025). Maka dari itu, pelatihan dan pendampingan terhadap para penggiat dakwah digital sangat diperlukan agar media sosial tidak hanya menjadi media ekspresi keagamaan, tetapi juga instrumen strategis dalam membangun peradaban Islam yang damai, inklusif, dan berkembang.

Peluang Dakwah Digital dalam Pendidikan Islam Kontemporer

Dakwah digital memberikan peluang besar bagi pengembangan pendidikan Islam kontemporer yang lebih adaptif dan relevan dengan perkembangan zaman. Seiring dengan pergeseran perilaku belajar generasi muda yang cenderung berbasis digital, dakwah melalui media digital menjadi solusi strategis dalam menyampaikan ajaran Islam secara lebih menarik dan mudah diakses. Pendidikan Islam tidak lagi hanya berlangsung dalam ruang kelas formal, tetapi juga meluas ke ruang-ruang *virtual* seperti *YouTube*, *podcast*, aplikasi belajar Islami, dan media sosial, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Salah satu peluang yang paling menonjol adalah meningkatnya aksesibilitas terhadap materi keislaman. Melalui dakwah digital, materi pembelajaran seperti tafsir Al-Qur'an, hadis, fiqh, akidah, dan akhlak dapat diakses oleh peserta didik di seluruh pelosok negeri bahkan dunia, tanpa harus terkendala oleh ruang dan waktu. Ini tentu sangat membantu pemerataan pendidikan agama Islam, terutama di daerah-daerah terpencil yang kekurangan tenaga pendidik atau fasilitas keagamaan. Selain itu, kehadiran media digital memungkinkan pemanfaatan teknologi interaktif yang dapat meningkatkan motivasi dan pemahaman peserta didik (Ingthias et al., 2024).

Integrasi dakwah digital ke dalam sistem pendidikan Islam juga memberikan peluang untuk menciptakan metode pembelajaran yang lebih kontekstual dan personal. Materi dakwah dapat dikaitkan dengan fenomena sosial, budaya, dan isu-isu kontemporer yang relevan dengan kehidupan peserta didik. Dengan pendekatan ini, peserta didik tidak hanya memahami

Islam sebagai doktrin teologis, tetapi juga sebagai panduan hidup yang solutif dan responsif terhadap persoalan zaman. Ini sangat penting dalam membentuk generasi Muslim yang tidak hanya saleh secara spiritual, tetapi juga cerdas secara sosial dan kritis secara intelektual.

Di sisi lain, peluang ini juga mendorong peran aktif guru agama dan pendakwah dalam mendesain konten-konten dakwah digital yang edukatif, inspiratif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Khairunnisa et al., 2024). Guru agama tidak lagi hanya sebagai penyampai materi di ruang kelas, tetapi juga sebagai kreator konten dakwah yang mampu menjembatani pembelajaran Islam dengan dunia digital yang digemari peserta didik. Dengan memanfaatkan platform seperti *Google Classroom*, *Zoom*, *YouTube Edu*, atau media sosial, pendidik dapat membangun interaksi yang lebih hidup dan komunikatif dalam proses pembelajaran.

Lebih dari itu, dakwah digital juga membuka peluang kolaborasi antara lembaga pendidikan Islam dengan institusi teknologi dan media. Kolaborasi ini dapat menghasilkan aplikasi pembelajaran berbasis syariah, program edukasi daring, atau platform dakwah yang lebih profesional dan terstandarisasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas pendidikan Islam, tetapi juga memperluas eksistensinya dalam ranah publik digital. Pendidikan Islam kontemporer, dengan demikian, berpotensi menjadi pelopor dalam inovasi edukasi keagamaan berbasis teknologi.

Dengan semua peluang tersebut, dakwah digital menjadi pilar penting dalam transformasi pendidikan Islam. Pengelolaan yang tepat dan terarah akan memperkuat misi pendidikan Islam untuk membentuk pribadi Muslim yang berakhlak mulia, berpengetahuan luas, dan siap menghadapi tantangan zaman. Oleh karena itu, penting bagi semua pemangku kepentingan, baik guru, *da'i*, pengelola lembaga pendidikan, maupun pemerintah, untuk mengembangkan literasi digital dan kompetensi teknologi dalam rangka memanfaatkan peluang dakwah digital secara maksimal untuk keberlangsungan pendidikan Islam yang progresif dan berdaya saing tinggi (Fasmadhy Satiadharmanto & Abd. Rahman, 2024).

Tantangan dan Risiko Dakwah Digital: Hoaks, Polarisasi, dan Literasi Digital

Meskipun dakwah digital membawa banyak peluang, namun tidak dapat dipungkiri bahwa transformasi ini juga diiringi dengan berbagai tantangan dan risiko yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah maraknya penyebaran hoaks dan informasi keagamaan yang tidak valid. Di dunia digital, siapa pun dapat memproduksi dan menyebarkan konten keagamaan tanpa filter, termasuk individu yang tidak memiliki otoritas keilmuan yang memadai. Hal ini sangat berbahaya karena dapat menyesatkan masyarakat dan merusak citra Islam itu sendiri.

Penyebaran hoaks keagamaan kerap kali didorong oleh kepentingan politik, ideologi sempit, atau sekadar sensasi untuk mendapatkan perhatian publik. Dalam konteks ini, dakwah digital justru dapat menjadi bumerang apabila tidak disertai dengan tanggung jawab moral dan keilmuan dari para *da'i*. Misalnya, penggunaan potongan ayat atau hadis yang dikutip tanpa konteks, atau penyebaran tafsir yang menyimpang, dapat memicu salah paham dan konflik dalam masyarakat. Hal ini menggarisbawahi pentingnya validasi konten dakwah serta penguatan peran lembaga otoritatif dalam membimbing arah dakwah digital.

Selain hoaks, tantangan lain yang muncul adalah polarisasi dan fragmentasi umat akibat perbedaan pandangan dalam menyikapi isu-isu keislaman yang muncul di media sosial. Alih-alih menjadi ruang dialog, media digital kerap kali menjadi arena debat yang tidak produktif, bahkan sarat dengan ujaran kebencian antar sesama Muslim. Polarisasi ini dapat melemahkan ukhuwah Islamiyah dan mengikis toleransi dalam keberagaman internal umat Islam. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya membutuhkan konten yang benar, tetapi juga cara penyampaian yang bijak dan mendamaikan.

Tantangan lainnya adalah rendahnya tingkat literasi digital, baik di kalangan *da'i* maupun *mad'u*. Banyak pendakwah yang belum memahami etika bermedia sosial, algoritma distribusi konten, serta strategi komunikasi digital yang efektif (Fahmi, 2023). Di sisi lain, sebagian masyarakat pengguna

media digital juga belum mampu membedakan antara sumber informasi yang kredibel dan yang menyesatkan. Rendahnya literasi digital ini menciptakan ruang kosong yang mudah diisi oleh konten-konten ekstremis atau manipulatif yang mengatasnamakan Islam.

Untuk menjawab tantangan ini, pendidikan literasi digital bagi para *da'i* dan masyarakat menjadi sangat penting. *Da'i* perlu dibekali dengan kemampuan teknis dan kritis dalam mengelola media digital, termasuk dalam hal verifikasi informasi, penggunaan bahasa yang moderat, serta pemahaman tentang dinamika psikologi audiens *online*. Demikian pula, masyarakat umum harus dibekali dengan keterampilan literasi media agar tidak mudah terprovokasi oleh konten yang provokatif atau tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin* ((Darmawati et al., 2024).

Dengan memahami dan mengantisipasi berbagai tantangan tersebut, dakwah digital dapat diarahkan menjadi sarana pencerahan, bukan perpecahan. Perlu adanya sinergi antara *da'i*, akademisi, lembaga keagamaan, dan pemerintah dalam menyusun pedoman serta membangun ekosistem dakwah digital yang sehat, edukatif, dan bertanggung jawab. Dakwah digital yang efektif bukan hanya yang viral, tetapi yang mampu memberikan pemahaman mendalam, menjaga persatuan umat, dan menguatkan komitmen terhadap nilai-nilai Islam yang universal dan humanis.

Strategi Inovatif dan Kolaboratif Dakwah Islam di Era Teknologi

Dalam menghadapi dinamika dakwah di era digital, dibutuhkan strategi yang inovatif dan kolaboratif agar pesan Islam dapat tersampaikan dengan efektif, menarik, dan tepat sasaran. Strategi inovatif merujuk pada pendekatan baru yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara kreatif untuk menyampaikan dakwah yang kontekstual dan relevan. Sementara itu, strategi kolaboratif menekankan pentingnya kerja sama lintas sektor, seperti antara *da'i*, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, hingga perusahaan teknologi untuk memperkuat ekosistem dakwah digital yang sehat dan profesional.

Inovasi dakwah dapat diwujudkan melalui pemanfaatan media digital yang sedang tren di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. *Da'i* dapat memproduksi konten dakwah yang dikemas dalam bentuk vlog, *podcast*, animasi, *short video*, atau webinar interaktif. Konten semacam ini lebih mudah diterima karena sesuai dengan gaya komunikasi audiens digital yang menyukai kecepatan, visualisasi, dan kedekatan emosional. Selain itu, penggunaan storytelling atau narasi pengalaman hidup dalam dakwah terbukti efektif dalam menyampaikan pesan agama yang menyentuh hati dan membumi.

Penggunaan teknologi canggih seperti *artificial intelligence* (AI), *augmented reality* (AR), dan *virtual reality* (VR) juga menjadi peluang strategis untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih mendalam dan imersif, misalnya aplikasi pembelajaran Al-Qur'an berbasis AI dapat membantu pengguna memahami tajwid dan makna ayat dengan lebih akurat. Sementara itu, simulasi VR dapat digunakan untuk pembelajaran ibadah seperti haji dan umrah secara virtual, yang sangat bermanfaat dalam konteks pendidikan Islam. Teknologi ini membuka ruang dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga edukatif dan interaktif.

Di sisi lain, strategi kolaboratif sangat penting untuk membangun dakwah digital yang berkelanjutan. Kolaborasi antara lembaga dakwah dan institusi pendidikan Islam dapat menghasilkan kurikulum yang mengintegrasikan literasi digital dan teknik komunikasi media (Anwar et al., 2025). Kemitraan dengan perusahaan teknologi juga dapat membuka peluang pengembangan *platform* dakwah yang lebih aman, menarik, dan sesuai syariat. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat dakwah dari segi konten, tetapi juga dari sisi sistem pendukung dan pengelolaan.

Selain itu, penting juga untuk melibatkan komunitas dan tokoh publik dalam menyebarluaskan nilai-nilai Islam melalui pendekatan kultural dan sosial yang positif. *Influencer* Muslim yang memiliki basis massa besar di media sosial dapat menjadi mitra strategis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang damai, moderat, dan inspiratif. Mereka dapat menjadi

jembatan antara generasi muda dan ajaran Islam, asalkan tetap dalam pengawasan nilai dan prinsip syariat yang benar.

Akhirnya, strategi dakwah yang inovatif dan kolaboratif harus didasari oleh nilai keikhlasan, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial. Tujuan utama dari inovasi dan kolaborasi ini bukanlah popularitas atau keuntungan material, tetapi menyampaikan risalah Islam secara benar dan menyentuh hati masyarakat (Afif & Ningrum, 2024). Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak serta membangun jejaring yang luas, dakwah Islam dapat terus relevan, kuat, dan membawa perubahan positif dalam kehidupan umat manusia di era digital.

Kesimpulan

Transformasi komunikasi dakwah di era digital telah mengubah cara penyampaian ajaran Islam dari ruang mimbar menuju platform digital yang lebih interaktif dan luas jangkauannya. Media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok* menjadi sarana efektif untuk berdakwah, terutama kepada generasi muda, meskipun menghadirkan risiko seperti hoaks, konten provokatif, dan polarisasi umat sehingga menuntut literasi digital dan etika komunikasi yang kuat dari para *da'i*. Dalam konteks pendidikan Islam, pemanfaatan teknologi digital membuka peluang pembelajaran yang lebih fleksibel, personal, dan relevan dengan kebutuhan zaman, sekaligus memungkinkan penguatan karakter dan spiritualitas peserta didik secara adaptif di tengah dinamika kehidupan modern.

Secara keseluruhan, dakwah digital menuntut inovasi berkelanjutan agar pesan keislaman tetap otentik, menarik, dan mampu menjawab tantangan sosial yang terus berkembang. Para pelaku dakwah juga perlu memperkuat kemampuan analisis media agar dapat memproduksi konten yang berkualitas. Dengan demikian, dakwah digital dapat menjadi sarana strategis untuk memperkuat nilai-nilai Islam di era modern.

Daftar Pustaka

- Afif, Y. U. & Ningrum, A. R. S. (2024). Peran Strategis Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk Generasi Berakhlak dan Berwawasan Keislaman di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Islam*, 5.
- Anwar, R. N., Ali, N. & Azizah, R. N. (2025). Penguatan Kapasitas Mahasiswa Muslimah dalam Menghadapi Tantangan Transformasi Sosial dan Budaya di Era Modern. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 88–98. <https://doi.org/10.69812/jpn.v2i1.93>
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.
- Darmawati, A., Rahmat, W. A. & Zanuba, Y. P. (2024). Living Hadis dan Strategi Komunikasi Dakwah Pada Osdpodcast “Marriage is Scary.” *Muqaddimah: Jurnal Studi Islam*, 15(5), 91–107. <https://doi.org/10.71247/4nycdh61>
- Fahmi, Z. (2023). *Integrasi Komunikasi Dan Pendidikan Islam Dalam Pembentukan Etika Sosial Mahasantri Ma’had Aly Mudi Mesjid Raya Samalanga*.
- Fasmadhy Satiadharmanto, D. & Abd. Rahman, Z. (2024). Transformasi Literasi Dalam Pesantren; Perspektif Pemikiran Islam Di Pesantren Al Mu’min Muhammadiyah Tembarak Temanggung. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 190–212. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v2i2.172>
- Ingtias, E. N., Khasanah, A., Maisyaroh, N. I., Fatihah, S. A. & Haliza, V. N. (2024). *Menelusuri Jejak Media Islam: Dari Masa Klasik hingga Era Digital*.
- Khairunnisa, K., Junaidi, J. & Pratama, A. R. (2024). *Problematisasi Lembaga Pendidikan Islam di Era Society 5.0: Perspektif Digitalisasi dan Transformasi Pendidikan*. 10.
- Mardiya, Z. & Sofa, A. R. (2024). Keutamaan Menuntut Ilmu dalam Perspektif Islam di Kehidupan Modern: Tantangan, Peluang, dan Pengaruh Teknologi dalam Pembentukan Karakter di Era Digital. *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan dan Bahasa*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.58192/insdun.v4i1.2774>

- Qury, S. (2025). Dakwah Kontemporer dan Teknologi Informasi di Dunia Pendidikan Pondok Pesantren. *Al-Munawwarah: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(1), 70–86. <https://doi.org/10.35964/munawwarah.v16i1.352>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z. & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Rizal, D. A., Maula, R. & Idamatussilmi, N. (2024). *Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama; Media Dakwah dan Wisata Religi*. 9(2).
- Rochim, A. S. (2024). *Meningkatkan Kualitas Pembelajaran PAI melalui Evaluasi Media Digital: Tantangan dan Peluang di Era Digital*. 09.
- Sadiah, D. (2015). *Metode Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Remaja Rosdakarya.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.
- Setyowati, E. (2023). *Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube*.
- Sihabudin, A. (2022). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Bumi Aksara.
- Sugiyono, S. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suwahyu, I. (2024). Peran Inovasi Teknologi dalam Transformasi Pendidikan Islam di Era Digital. *Referensi Islamika: Jurnal Studi Islam*, 2(2), 28–41. <https://doi.org/10.61220/ri.v2i2.003>
- Syawal, R. (2024). *Demokrasi Islam di Indonesia: Tantangan dan Peluang di Era Disrupsi Digital*. 3(1).
- Yunita, M. (2024). Transformasi Konten Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bingkai Dakwah. *Jurnal Syiar-Syiar*, 4(1), 58–69. <https://doi.org/10.36490/syiar.v4i1.1232>