

STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN AGAMA ISLAM

DA'WAH STRATEGIES IN THE DIGITAL ERA IN INCREASING UNDERSTANDING OF ISLAM

Fauzi

Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen
Jl. Medan – Banda Aceh, Blang Bladeh, Bireuen, Aceh
fauzikalia2017@gmail.com

Article:

Received: Maret, 2023
Accepted: April, 2023
Published: Juni, 2023

© 2023 The Author(s).



This is an open-access
article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license

Correspondence Address:

fauzikalia2017@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada bagaimana transformasi digital saat ini mengubah kegiatan dakwah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi dakwah di era digital dalam meningkatkan pemahaman agama Islam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang merupakan jenis penelitian kepustakaan. Data dikumpulkan melalui media digital, buku, laporan penelitian, jurnal, dan literatur lainnya yang terkait dengan dakwah Islam untuk menunjukkan peluang dan tantangan. Keabsahan data diuji dengan teknik uji validitas internal dan eksternal, reliabilitas, dan objektivitas. Analisis data juga dilakukan dengan analisis model Miles dan Huberman yaitu reduksi, display dan memverifikasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah di era digital ditetapkan dengan melihat dua hal yaitu peluang dan tantangan. Peluang dakwah di era digital adalah kemudahan mengakses berbagai informasi Islam oleh mad'u melalui media internet. Para mad'u dapat membentuk komunitas dakwah sehingga dapat meningkatkan popularitas para da'i. Sedangkan tantangannya adalah kemampuan para da'l dalam mengemas pesan melalui media internet harus bersaing dengan konten-konten lain yang menarik para mad'u. Selain itu otentitas kebenaran ajaran islam dan kepakaran orang yang menyampaikannya menjadi tantangan karena kemudahan dalam mengakses informasi.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Era Digital, Pemahaman Agama

Abstract: This research focuses on how today's digital transformation is transforming da'wah activities. The purpose of this study is to examine da'wah strategies in the digital era in increasing understanding of Islam. This research is qualitative research, which is a type of literature research. Data is collected through digital media, books, research reports, journals, and other literature related to Islamic da'wah to show opportunities and challenges. The validity of the data is tested by internal and external validity test techniques, reliability, and objectivity. Data analysis was also

performed by analyzing the Miles and Huberman model of reduction, display and verifying. The results showed that the da'wah strategy in the digital era was determined by looking at two things, namely opportunities and challenges. The opportunity for da'wah in the digital era is the ease of accessing various Islamic information by mad'u through internet media. The mad'u can form a da'wah community so as to increase the popularity of the da'i. While the challenge is the ability of da'is in packaging messages through internet media must compete with other content that attracts mad'u. In addition, the authenticity of the truth of Islamic teachings and the expertise of the people who convey them is a challenge because of the ease of accessing information.

Keywords: Da'wah Strategy, Digital Age, Religious Understanding

PENDAHULUAN

Dakwah diartikan sebagai proses mengajak orang untuk melakukan hal-hal baik dan meninggalkan hal-hal buruk sehingga tercapai kebahagiaan di dunia dan akhirat¹ Dalam dakwah, seorang da'i berusaha untuk mengubah keadaan buruk yang terjadi pada seseorang atau kelompok orang menjadi keadaan yang lebih baik dengan memperjuangkan yang baik daripada yang buruk dan memenangkan kebenaran terhadap kebatilan.² Selain itu, dakwah dapat didefinisikan sebagai ajakan yang diberikan oleh da'i kepada mad'u untuk melakukan hal-hal baik dan menjauhi hal-hal buruk dengan tujuan mendapatkan manfaat yang lebih besar di dunia dan di akhirat sesuai dengan perintah Allah SWT dan Rasul-Nya.³ Upaya mengajak orang lain dalam kegiatan dakwah harus dilakukan secara terencana dan penuh kesadaran. Karena dakwah merupakan perintah Allah Swt kepada manusia sebagai upaya melakukan perubahan sosial untuk kepentingan manusia itu sendiri.

Tujuan utama kegiatan dawah adalah menciptakan kehidupan umat Islam yang lebih baik.⁴ Artinya, melalui dakwah dapat meningkatkan iman dan taqwa umat muslim secara keseluruhan, menyebarkan kebaikan dan mencegah keburukan. Selain itu juga dakwah bertujuan agar Islam menjadi pegangan dan pedoman hidup bagi semua orang dengan memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Inilah yang ditegaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 yang artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk". Untuk mencapai tujuan ini, harus mempertimbangkan betapa pentingnya dakwah bagi seorang muslim. Karena itu,

¹ M Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Predana Media, 2003), h. 7.

² Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah.," *Jurnal Al Munzir* 9, no. 1 (2018): 29-46.

³ Moh. Salehoddin Ach. Baidowi, "Strategi Dakwah Di Era New Norma," *Jurnal Muttaqin* 2, no. 1 (2021): 58-74.

⁴ Khoiruddin, "Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial," *Jurnal Al- Mishbah*, 8, no. 1 (2012): 123-134.

setiap muslim memiliki kewajiban untuk melaksanakan dakwah sesuai dengan kapasitasnya masing-masing.

Saat ini dengan berkembangnya teknologi, muncul fenomena menarik dalam kehidupan masyarakat moder yaitu kecenderungan masyarakat untuk bergantung pada media dan maraknya budaya global. Era perkembangan teknologi yang diistilahkan dengan era digital. Era digital saat ini telah mengubah cara berinteraksi dan akses informasi begitu juga penyamaan pesan dakwah. Sekarang model dakwah adalah dakwah digital yaitu model penyampaian ajaran Islam melalui media yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja karena adanya internet.⁵ Model dakwah digital ini dimaksudkan agar dakwah menarik, efektif dan efisien sehingga mad'u mengikuti dakwah tersebut secara terus menerus. Proses transformasi dakwah didorong oleh kemunculan internet sebagai media baru. Sebagai medianya, internet dapat digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah ke khalayak yang lebih luas. Ruang digital, yang memungkinkan para da'i untuk berinovasi dan kreatif, dapat membantu kesinambungan kegiatan dakwah.

Penyampaian pesan dakwah dalam skala yang lebih luas dan tidak terbatas dapat dilakukan melalui internet sebagai medianya. Berbagai informasi mengalir dengan cepat dan jangkauan yang melampaui batas ruang dan waktu menjadikan internet sebagai media dakwah yang efektif dan efisien.⁶ Salah satu medium yang banyak digunakan untuk menggali dan menjadi referensi ilmu keagamaan adalah internet sehingga minat untuk belajar ajaran islam semakin meningkat.⁷ Berdasarkan riset platform manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi marketing sosial *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2023 sebanyak 212,9 juta atau 77% dari total populasi. Penggunaan internet tersebut rata-rata menghabiskan waktu 7 jam, 42 menit.⁸ Internet sebagai media baru yang keberadaannya memiliki tingkat koneksi dan interaksi yang tinggi berdampak pada kegiatan dakwah yang lebih berkembang dan terintegrasi. Kemunculan internet sebagai media baru mendorong terjadinya proses transformasi dakwah. Kehadiran internet memberikan kemudahan untuk mengakses segala informasi secara terbuka termasuk informasi yang berkaitan dengan kehidupan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak karena internet menawatkan kebebasan dan kemudahan untuk mengakses informasi yang beragam.

Penyampaian pesan dakwah dalam skala yang lebih luas dan tidak terbatas dapat dilakukan melalui internet sebagai medianya. Kesinambungan kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan ruang-ruang digital sebagai bentuk inovasi dan kreatifitas

⁵ Reza Mardiana, "DAYA TARIK DAKWAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–158.

⁶ Emi Azizah, "Eksistensi Metode Dakwah Konvensional Pada Era Modern," *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)* 9, no. 3 (2023): 1736–1744.

⁷ Athik Hidayatul Ummah, "DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," *Jurnal Tasamuh* 18, no. 1 (2020): 54–78, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>.

⁸ We are Social Hootsuite, "Indonesian Digital Report 2023," last modified 2023, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.

para da'i. Respon terhadap perkembangan zaman saat ini tidak dapat diabaikan begitu saja oleh para da'i, karena ini merupakan penentu berkembangnya syiar ajaran Islam. Media digital memiliki kelebihan dalam meraih khalayak dengan jumlah yang banyak secara lebih cepat. Meskipun pada dasarnya, media berperan dan mempunyai fungsi serta karakter masing-masing.⁹ Kemajuan teknologi yang begitu cepat di era digital saat ini merupakan peluang baru dalam metode dan media dakwah agar dapat diterima secara luas. Karena itu apabila media internet tidak dimanfaatkan seefektif mungkin, maka dakwah akan semakin terasing dan tergerus oleh perkembangan zaman ini.

Dakwah di era digital tidak hanya sekedar menggunakan teknologi, akan tetapi juga memerlukan pemahaman agama yang kuat, kreativitas dan komunikasi yang baik.¹⁰ Kemampuan dalam membaca dan memahami perubahan ini menjadi indikasi untuk memahami perubahan dalam konteks sosio kultural keagamaan dan hubungannya dengan kemajuan yang sangat pesat dari era digital. Kondisi ini menuntut kegiatan dakwah direncanakan secara sistematis agar dapat hadir dengan berbagai dimensi dan tetap signifikan. Kemajuan teknologi yang begitu cepat di era digital saat ini merupakan peluang baru dalam metode dan media dakwah agar dapat diterima secara luas. Untuk memperkuat jaringan khalayak dalam menyebarkan syiar Islam dapat digunakan media digital yang saat ini beragam informasi dapat diakses dengan mudah. Karena untuk menjangkau belahan dunia tentunya dakwah tidak cukup dilakukan dengan metode dan media konvensional.

Penyebaran dakwah di media berbasis internet menunjukkan proses kebudayaan yang luas, yang mencakup ruang partisipasi dakwah yang terbuka. Sekarang khalayak sebagai mad'u tidak hanya sebagai objek untuk mengkonsumsi pesan dakwah. Akan tetapi mad'u juga berperan sebagai subyek dalam memproduksi pesan keagamaan.¹¹ Karena itu, pengetahuan dan pemahaman mad'u sebagai objek sekaligus subyek dakwah juga menjadi penentu dalam penyampaian pesan dakwah melalui internet. Maka, internet sebagai media dakwah selama ini telah mereduksi secara bertahap pemahaman tentang makna agama. Dakwah digital berkembang dari dakwah konvensional karena kemajuan teknologi dan media ini. Aktivitas dakwah ini dapat ditemukan di ruang-ruang virtual di masyarakat global. Seseorang semakin mudah mendapatkan informasi religius atau dakwah, terlebih jika mereka memiliki akses internet. Kecanggihan teknologi digital ini menjadikan dakwah lebih optimal dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman. Dakwah dan teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah dan meningkatkan efisiensi baik dari segi proses, biaya, dan waktu.¹² Teknologi

⁹ Bakti, Andi Faisal, Venny Eka Meidasari, "Trendsetter Komunikasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Pendidikan Komunikasi Dan Penyiaran Islam.", *Jurnal Komunikasi Islam*, 4.1 (2014), 20-44.

¹⁰ Meity Suryandari. Basoeky, R. Aziz Mayardi, "MANAJEMEN DAKWAH DALAM ERA DIGITAL: STRATEGI DAN TANTANGAN.", *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2023): 70-77.

¹¹ Harjani. Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Group, 2019), 26.

¹² Muhammad. Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial.", *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, no. 1 (2018): 101-116.

digital memengaruhi kegiatan dakwah dari berbagai aspek yaitu sebagai media dakwah dan sebagai penentu keberhasilan dakwah atau *trendsetter*.

Perkembangan media secara bertahap mengarah pada fase pemutakhiran seperti saat ini yang dikenal dengan era disruptif. Era ini menunjukkan bahwa media baru kini menjadi penyambung dan respon terhadap kendala jarak dan waktu bagi massifnya kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah menggunakan internet atau dakwah digital sebagai realitas saat ini menunjukkan suatu paradigma baru dalam keberhasilan dakwah. Keberhasilan pesan-pesan dakwah dapat diterima secara optimal oleh mad'u saat ini tidak hanya ditentukan oleh da'i sebagai faktor utama. Saat ini mad'u aktif dalam memproduksi dan mendistribusikan pesan dakwah tidak lagi pasif sebagai penerima saja. Artinya, mad'u memiliki kemampuan untuk menghasilkan pesan dakwah dari apa yang mereka pelajari dan kemudian menyebarkannya. Terlepas dari itu, budaya media modern memberikan kesempatan yang luar biasa untuk membangun metode baru untuk aktivitas dakwah. Media dianggap sebagai kekuatan yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan pesan atau ide keagamaan melalui sarana atau saluran tertentu. Apalagi sasaran dakwah adalah mad'u yang berasal dari generasi digital atau milenial yang sangat mahir dalam menggunakan teknologi canggih.

Penggunaan media cyber tersebut harus diselaraskan dengan pengemasan pesan dakwah yang menarik. Realitas ini memberikan pemahaman bahwa keberadaan internet sebagai media dakwah merupakan sebuah kebutuhan. Kehadiran internet memberikan kemudahan untuk mengakses beragam informasi secara cepat termasuk informasi ajaran Islam. Kemudahan akses informasi ajaran Islam di era ini menjadikan mad'u tidak hanya sebagai penerima akan tetapi juga sebagai produsen dan distributor pesan dakwah sesuai dengan tingkat pmanahannya. Untuk itu perlu strategi yang tepat dalam penyampaian dakwah di era digital ini sehingga hasilnya maksimal dalam meningkatkan pemahaman agama Islam. Latar belakang inilah yang menjadi daya Tarik peneliti untuk mengkaji strategi dakwah di era digital dengan melihat peluang dan tantangannya.

Penelitian terkait dengan dakwah di era digital sudah diteliti oleh peneliti terdahulu akan tetapi terkait dengan strategi yang harus dipersiapkan oleh da'i menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang relevan dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Matrix Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Hasil	Relevansi	Perbedaan
1.	Penelitian Arifuddin (2020) berjudul: "Dakwah through Internet: Challenges and opportunities for	Dakwah mengalami pergeseran disebabkan perkembangan teknologi informasi khususnya internet.	Sama-sama meneliti tentang dakwah	Penelitian Arifuddin lebih menyoroti peluang dan tantangan apa saja yang

	Islamic preachers in Indonesia”. ¹³	Jika dibandingkan dakwah secara tatap muka, kegiatan dakwah menggunakan internet lebih efisien karena dapat diakses setiap saat. Selain itu peningkatan jumlah pengguna internet menjadi peluang sebagai target dakwah. Era digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi dakwah yaitu munculnya isu global seperti Islamofobia, kesetaraan gender dan kegiatan ekstremis termasuk terorisme terkait Islam merupakan tantangan dakwah. Akan tetapi, tantangan ini menjadi peluang bagi para da’i untuk memperbaiki situasi tersebut melalui informasi yang valid dengan bentuk dakwah di internet.	di era digital.	dihadapi dakwah di era digital. Sedangkan penelitian ini lebih kepada mempersiapkan strategi dakwah di era digital.
2.	Penelitian Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni & M.Khairurromadhan (2020) berjudul: “Podcast sebagai strategi Dakwah di Era Digital: Analisis	Podcast menjadi media dakwah digital yang efektif karena dapat mentransformasi pengetahuan keagamaan kepada khalayak, dapat dikolaborasikan	Sama-sama meneliti tentang strategi dakwah di era digital.	Penelitian Ummah, dkk lebih menyoroti strategi dakwah melalui podcast secara khusus. Sedangkan penelitian ini

¹³ Arifuddin, “Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia.”, *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies* 3, no. 1 (2020): 161-188.

	Pelunag dan Tantangan”. ¹⁴	dengan media lain. Selain itu juga alternatif media untuk mendiseminasikan konten audio baik individu maupun Lembaga, dapat diakses dengan aman dan nyaman. Adapun strategi yang dilakukan da'i untuk mengelola dakwah digital melalui Podcast, diantaranya mengenal karakteristik objek dakwah, menyusun pesan dakwah yang menarik, menggunakan metode dakwah yang sesuai, dan menggunakan media sesuai target.		strategi dakwah di era digital dengan media internet secara umum.
3.	Penelitian Dita Verolyna & Intan Kurnia Syaputri (2021) yang berjudul “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif”. ¹⁵	Dakwah bertujuan untuk memperbaiki tingkah laku kea rah yang baik dan diwujudkan dalam amal sholeh. Aktivitas dakwah menghadapi tantangan dan peluang saat menggunakan media online. Kelebihan utama media internet adalah meningkatnya jumlah pengguna. Dengan demikian,	Sama-sama meneliti tentang dakwah di era digital.	Penelitian Verolyna, dkk lebih menyoroti kelebihan dan kekurangan dakwah di era digital. Sedangkan penelitian ini lebih kepada mempersiapkan strategi dakwah di era digital.

¹⁴ M. Khairurromadhan Athik, Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, “PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN,” *Jurnal Komunike* XII, no. 2 (2020): 211–234.

¹⁵ Dita Verolyna and Intan Kurnia Syaputri, “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021): 23.

		dakwah di dunia maya atau dakwah digital, sekarang menjadi keniscayaan. Salah satu kelebihan dari teknologi adalah memungkinkan penyebaran informasi tanpa batas ruang dan waktu sehingga ajaran Islam dapat menyebar di seluruh dunia. Jika informasi disebarluaskan secara proporsional, tidak akan ada lagi Islamophobia. Namun, tidak dapat disangkal bahwa da'i akan terjebak dalam komodifikasi konten dakwah karena monetisasi platform digital sangat menguntungkan		
4.	Penelitian Murniaty Sirajuddin (2014) berjudul: "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)".¹⁶	Strategi dakwah melalui internet dapat dikembangkan melalui perencanaan yang matang dengan lembaga yang bekerja secara profesional. Pemanfaatan teknologi komunikasi melalui internet dapat mendorong dinamika Islam dan memperkuat ketahanan nilai-nilai Islam dalam aktivitas dakwah yang akomodatif. Dakwah	Sama-sama meneliti tentang strategi dakwah di era digital.	Penelitian Murniaty lebih menyoroti pengembangan dakwah di era digital. Sedangkan penelitian ini lebih kepada mempersiapkan strategi dakwah di era digital.

¹⁶ Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan).," *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2014): 12–23.

		menghadapi tantangan besar karena beragamnya tantangan dan intensitas perubahan zaman yang setiap kali memunculkan pertanyaan dan kajian baru, dan mengingat beragamnya kebutuhan maupun kepentingan manusia yang kini cenderung lebih kritis. Akibat keluasan informasi, maka dakwah yang multi disipliner menjadi sangat dibutuhkan, maka dalam era ini peluang berdakwah menjadi besar karena jasa IPTEK dapat dipakai dengan memanfaatkan iptek sebagai instrumennya. Melalui internet dakwah akan menjadi suluh yang tampil memainkan perannya, baik sebagai penyeimbang, penyaring maupun sebagai pemberi arah hidup yang serba kompleks.		
5.	Pada penelitian Ridwan Rustandi (2019) dengan judul “Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam	Cyberdakwah adalah istilah untuk aktivitas dakwah yang dilakukan melalui internet, sebuah ruang mayantara yang digunakan untuk	Sama-sama meneliti tentang dakwah di era digital.	Penelitian Rustandi lebih menyoroti sistem komunikasi dakwah islam melalui

	Sistem Komunikasi Dakwah Islam” ¹⁷	melakukan tindakan amar ma’ruf nahi munkar. Cyberdakwah adalah fenomena pemanfaatan internet untuk menyampaikan informasi dan pesan-pesan ajaran Islam secara luas dan substantif. Ini dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menarasikan konten Islam dalam mengcounter masalah yang mengganggu citra Islam. Cyberdakwah adalah jenis dakwah digital yang memengaruhi keberlangsungan dakwah Islam di era globalisasi. Oleh karena itu, cyberdakwah menjadi metode modern untuk menyebarkan risalah Islam di era digita	internet. Sedangkan penelitian ini lebih kepada mempersiapkan strategi dakwah di era digital.
--	---	---	---

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis peristiwa, aktivitas sosial, fenomena, kepercayaan, sikap dan persepsi baik individu maupun kelompok. Deskripsi tersebut dipakai untuk menemukan penjelasan dan prinsip-prinsip yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan atau *library research* yaitu jenis penelitian yang mengumpulkan data dengan meninjau literatur, buku, dan laporan yang relevan. Sedangkan identifikasi teori, pencarian literatur, dan analisis dokumen yang berisi informasi tentang subjek penelitian adalah langkah-langkah umum dalam studi kepustakaan.¹⁸ Tahap-tahap dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan bahan-bahan penelitian yang bersumber dari jurnal, laporan penelitian, buku dan literatur ilmiah

¹⁷ Ridwan Rustandi, “Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam,” *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84–95.

¹⁸ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 27.

lainnya terkait media digital dan dakwah. Kemudian membaca bahan kepustakaan untuk menggali dan menemukan ide-ide baru terkait topik penelitian.¹⁹

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kepustakaan yaitu mengumpulkan beragam bahan penelitian seperti majalah, naskah, koran, buku, dokumentasi dan literatur ilmiah lainnya yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya keabsahan data yang telah terkumpul diuji dengan teknik uji validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), uji reliabilitas (*dependability*) dan objektivitas (*confirmability*). Sedangkan analisis data menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yaitu reduksi data dengan melakukan pemilihan, pemfokusan, abstraksi dan pentransformasian data dalam bentuk catatan tertulis. Selanjutnya tahap display data untuk mendapatkan pemahaman dari data tersebut supaya dapat menentukan Langkah berikutnya. Kemudian verifikasi atau gambaran kesimpulan dari data yang diteliti. Dari kesimpulan ini dipaparkan penemuan baru sebagai hasil penelitian yang masih bisa untuk diteliti kembali. Peneliti dapat kembali melakukan reduksi, display dan kesimpulan begitu seterusnya sampai mendapatkan hasil yang maksimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Dakwah di Era Digital : Peluang dan Tantangan

Dakwah dapat dikatakan sebagai suatu proses penyadaran sehingga masyarakat mau merubah pola pikir dan tindakannya. Dakwah dalam hal ini tidak hanya sekedar kegiatan penyampaian saja terkait ajaran Islam, lebih daripada itu juga sebagai gerakan penyadaran masyarakat untuk mengubah dirinya. Paradigma baru ini terlihat selaras dengan karakteristik masyarakat digital yang memungkinkan setiap individu berperan sebagai penerima sekaligus penyampai pesan. Artinya dalam konteks dakwah, mereka tidak hanya mengonsumsi pesan-pesan keagamaan, akan tetapi juga dapat memproduksinya untuk kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform di dunia internet. Kegiatan dakwah di era teknologi saat ini harus menggunakan metode yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi zaman. Karena saat ini adalah era digital yang tidak lepas dari internet, kegiatan dakwah juga harus menggunakan media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, email, podcast, dan lain-lain. Untuk itu perlu disusun strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah dapat berhasil secara maksimal.

Strategi dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi yang telah dikonsepsikan dengan baik dapat menghasilkan pelaksanaan yang disebut strategis. Faktor penting yang mempengaruhi strategi adalah lingkungan eksternal, sumber daya, kemampuan internal dan tujuan yang akan dicapai.²⁰ Perkembangan media digital merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi penyusunan strategi dakwah. Selama era digital, kehadiran internet sebagai media baru mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi. Istilah "media baru" mengacu pada berbagai perangkat teknologi komunikasi yang terkait dengan digitalisasi. Karakter utamanya adalah keterhubungan

¹⁹ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, 5th ed. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), 3.

²⁰ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008).

dengan akses yang luas, dapat mengirim dan menerima pesan secara interaktif, dapat diakses dan terbuka kapan saja dan di mana saja.²¹ Model komunikasi dengan media baru ini berfokus pada banyak komunikator ke banyak komunikan atau *many to many communication*, tidak lagi pada satu komunikator ke banyak komunikan atau *one to many communication*. Bagian terpenting dari media baru ini adalah internet dan sebagai ruang artifisial, tentunya internet memberikan keuntungan bagi interaksi manusia dalam kehidupannya.

Pada era komputer dan internet saat ini, sistem informasi berjejaring yang efektif dan berkelanjutan diperlukan untuk pertukaran ide, pesan, dan konsep. Media baru lebih mudah diakses oleh semua orang, yang merupakan perbedaan utama antara media konvensional dan media baru. Respon atau umpan balik interaktif yang diciptakan melalui penggunaan medium ini adalah karakter utamanya. Media baru dapat membantu menjembatani perbedaan kerangka referensi dengan mengurangi ambiguitas dan memberikan isyarat-isyarat yang lebih peka dan personal. Perbedaan lain dilihat dari pengendalian isi oleh pengguna dan sikap independen terhadap sumber, dapat digunakan sebagai hiburan, bersifat unik dan personal, dan penggunaan media atas konten yang dipilih.²² Sebagai agama yang memiliki fondasi kuat, Islam juga harus mempertimbangkan hal ini. Dalam era modern, dakwah dapat menggunakan teknologi internet untuk menunjukkan dan menampilkan ajaran Islam.

Internet telah berkembang menjadi sarana alternatif untuk menyebarkan dakwah sehingga nilai-nilai sakral ajaran Islam dapat disampaikan dengan efektif. Selain itu, internet telah menjadi tempat di mana seseorang dapat menemukan jawaban atas pertanyaan keagamaan mereka. Fenomena yang terjadi memberikan penjelasan tentang bagaimana generasi muda Muslim mengetahui tentang hijrah. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah online dapat meningkatkan 72% keinginan milenial muslim perkotaan untuk hijrah. Terlepas dari fakta bahwa media sosial belum sepenuhnya digunakan sebagai alat dakwah.²³ Generasi milenial yang terbiasa dengan media digital telah menggunakan media sosial dan sumber informasi online sebagai alat untuk mempelajari tentang Islam. Para da'i juga dapat menggunakan media sosial dan fitur-fitur ini dalam bentuk aplikasi untuk mendakwahkan ajaran Islam.

Penggunaan internet secara luas dalam kegiatan dakwah saat ini berdampak pada dakwah digital telah menjadi tren dan kebutuhan. Kelebihan internet sebagai media dakwah adalah kemampuan untuk menembus ruang dan waktu dengan harga yang relatif murah. Dakwah sekarang dapat mencapai lebih banyak sasaran secara global berkat era digital. Selain itu, para da'i dapat menyebarkan dakwah dengan lebih cepat dan luas berkat kemudahan mengakses informasi melalui berbagai aplikasi berbasis teknologi, seperti platform media sosial, situs web, dan lainnya. Sesuai dengan penjelasan teori komunikasi massa, yang menyebutkan bagaimana media massa

²¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 6th ed. (Jakarta: Salemba Humanika., 2011), 43.

²² Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 14.

²³ Aghnia Aghnia. Nugraha, Risris Hari, Muhamad Parhan, "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 2 (2020): 175–194.

dapat menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas.²⁴ Karena khalayak dapat memilih materi dan da'i yang mereka sukai, platform media sosial banyak digunakan sebagai media dakwah.

Konten dakwah yang menarik, interaktif, dan mudah diakses melalui berbagai platform digital mendorong minat dan partisipasi mad'u. Dengan menggunakan media internet, dakwah dapat bersifat inklusif dan menjangkau lapisan masyarakat yang beragam. Karena kemampuannya untuk melampaui batas waktu dan ruang, dakwah melalui internet dianggap sangat potensial dan efektif. Peningkatan pengguna internet berdampak juga pada jumlah sasaran dakwah, dan para da'i dapat fokus pada setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.²⁵ Karena kemampuan untuk menjangkau populasi yang luas, dakwah melalui internet menjadi opsi yang menarik bagi masyarakat. Karena mad'u atau sasaran dakwah adalah pengguna internet yang aktif, kritis, dan interaktif, dakwah melalui internet dianggap efektif.

Munculnya akun media sosial, Al-Qur'an digital, maktabah syamilah, dan lainnya telah mempermudah akses ke informasi Islam di era digital saat ini. Muncul solusi baru untuk dakwah dengan teknologi modern, yang merupakan dinamika positif dalam kegiatan dakwah ini. Memanfaatkan internet sebagai media dakwah adalah cara untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman.²⁶ Keberhasilan dakwah salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan untuk menggunakan media dengan baik. Karena memiliki potensi untuk diikuti oleh orang-orang di seluruh dunia, kegiatan dakwah menjadi sangat massif dan progresif. Karena itu, dakwah digital menawarkan peluang yang sangat baik untuk keberlangsungan dakwah di era globalisasi karena memanfaatkan internet sebagai sarana yang sangat besar untuk menyebarkan Islam. Selain itu, metodenya substantif dan kontemporer.

Aktivitas seorang muslim yang begitu padat terkadang membatasi kesempatan untuk mengikuti dakwah secara langsung atau *face to face*. Karena itu, para da'i perlu mensiasati permasalahan ini sebagai peluang untuk berdakwah melalui media internet seperti memanfaatkan media sosial youtube, facebook dan sebagainya. Kelebihan dakwah dengan menggunakan media ini yaitu pesan dakwah lebih cepat diterima mad'u dengan sifat heterogeny dimanapun karena tidak ada halangan jarak fisik. Target dakwah juga lebih umum dapat menjangkau semua lini masyarakat dan dakwah dapat berulang-ulang.²⁷ Jadi, penggunaan internet sebagai media dakwah harus dikombinasikan dengan inovasi dan kreativitas para da'i.

Tingkat signifikan dakwah melalui internet sangat besar dikarenakan beberapa hal yaitu:

1. Internet lebih mudah dan cepat diakses sehingga pencarian informasi keagamaan dapat dipenuhi.

²⁴ Armawan, I, 'Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat.', Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 1.2 (2021), 84-95.

²⁵ Efa Rubawati, "'Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah,'" *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 126-142.

²⁶ Aris. Saefulloh, "'Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah,'" *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2012): 138-160.

²⁷ Suriani Julis, "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber," *An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam* 42, no. 2 (2018): 30-51.

2. Meningkatnya jumlah pengguna internet sebanding dengan kecanggihan berbagai fasilitas internet yang memiliki berbagai fitur. Da'i dapat menggunakan berbagai platform seperti Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya untuk menyebarkan pesan Islam dan menanggapi masalah saat ini.
3. Dakwah melalui internet sebagai alternatif pilihan dengan metode kontemporer dan beradaptasi dengan kehidupan modern.²⁸

Ini menunjukkan bahwa fenomena dakwah di internet adalah bukti kuat bahwa ruang mayanantara telah menciptakan cara baru untuk menyebarkan pesan dakwah. Konsep dakwah digital melihatnya sebagai referensi dan media baru untuk menyebarkan pesan Islam dengan efektif. Tujuan kegiatan dakwah yang berkembang pesat melalui internet adalah untuk menyebarkan spirit keislaman ke seluruh dunia. Islam ditampilkan dengan cara baru, melampaui batas geografis dan membentuk peradaban digital yang terhubung ke seluruh dunia melalui internet. Oleh karena itu, dakwah digital merupakan metode baru dalam penyebaran dan transformasi nilai-nilai ajaran Islam. Ini memungkinkan dakwah tersebar lebih luas, memberikan visualisasi yang menarik, dan dapat dilakukan dalam berbagai arah dengan memasuki komunitas virtual yang sudah ada.

Perkembangan teknologi saat ini secara bersamaan juga menghadirkan tantangan bagi para da'i. Dalam konteks ini, dakwah menghadapi dua tantangan. Yang pertama adalah tantangan keilmuan, di mana ilmu dakwah tampak stagnan dalam perkembangan keilmuannya, dan yang kedua adalah tantangan praksis dakwah. Karena media merupakan wahana hiburan yang tidak dapat dihindari, kemajuan teknologi dapat membantu para da'i menyampaikan pesan mereka dengan cara yang menarik dan menghibur. Namun, pada sisi lain, kemajuan teknologi ini berdampak negatif pada orientasi da'i yang semakin berkembang, yang mungkin menjadi bias.²⁹ Pada awalnya, dakwah yang lebih berkaitan dengan ranah ibadah selalu dilandasi dengan motivasi ibadah juga. Namun, pergeseran metode dakwah melalui media sebagai hasil dari kemajuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi da'i. Ini karena, seperti halnya selebriti, da'i mungkin juga dinilai dengan materi seperti selebriti.

Tantangan dakwah melalui ruang-ruang virtual adalah potensi terjadinya perluasan makna pesan. Pada awalnya ruang virtual menjadi media dakwah alternatif, berkemungkinan menjadi sarana dakwah yang tidak maksimal. Karena tidak sedikit dakwah digital ini hanya dijadikan ajang "AdSense" sehingga tujuan syiar ajaran Islam dapat berubah menjadi ajang bisnis.³⁰ Konten-kontek dakwah pada platform digital saat ini lebih condong pada orientasi keuntungan. Sedangkan mad'u berpotensi dijadikan sebagai komoditas daripada sebagai subjek yang membutuhkan asupan spiritualitas. Pemanfaatan internet sebagai media dakwah tidak dapat menghindari bias terhadap

²⁸ Arifuddin, "Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia."

²⁹ Nur Ahmad, "Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik , Popularitas , Dan Materi Di Jalan Dakwah," *Addin* 8, no. 2 (2014): 319–344.

³⁰ Danur Putut. Permadi, "Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse.," *Academic Journal of Da'wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 95-112.

ajaran Islam, sehingga bercampur aspek ajaran Islam dengan informasi yang tidak benar. Hal ini menyebabkan makna ajaran Islam menjadi lebih bias dan identitas simboliknya hilang.

Selain itu dampak yang muncul dari penggunaan internet sebagai media dakwah adalah perdebatan terkait otoritas keagamaan. Karena konstruksi identitas di internet begitu bebas dan terbuka. Ini terjadi karena memang karakter internet yang terbuka sehingga siapapun boleh saja merepresentasikan wajah identitasnya dalam ruang maya. Keterbukaan akses internet tersebut tanpa disadari dapat berdampak pada krisis bagi otoritas dan otentisitas kebenaran ajaran Islam itu sendiri. Tidak jelas siapa yang mengelola situs web Islam, apakah itu ulama atau hanya pendukung yang ingin menampilkan konten Islam.³¹ Tantangan ini muncul bersamaan dengan konsep identitas, yang memungkinkan pengelola memiliki pemahaman yang salah tentang identitas dan makna.

Kadang-kadang, pengelola situs dakwah Islam di internet diragukan kredibilitasnya dan tingkat pemahaman mereka tentang Islam. Sebelum era digital, kebenaran ajaran agama dipahami hanya milik orang-orang yang memang mumpuni dalam khazanah ilmu agama. Disamping itu, otoritas kebenaran juga dimiliki oleh mereka yang dipandang saleh secara individu dan sosial. Dasar inilah yang menjadi pijakan dalam berdakwah yang mengharuskan da'ī dengan kriteria memiliki akhlak mulia dan kemampuan menguasai berbagai disiplin ilmu. Hal ini sejalan dengan pandangan teori komunikasi yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan maksimal apabila pesan disampaikan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas dan kepribadian yang menarik.³²

Proses penjagaan secara substansi tidak ada menyebabkan terjadi pembauran dan kekaburan makna ajaran Islam merupakan tantangan lain bagi dakwah di era digital. Karena tidak ada batas, sulit untuk membedakan antara hal-hal sakral dan profan. Selain itu, budaya kritis, literasi, dan autentik tentang ajaran Islam pengguna internet terkadang sulit dijaga dan dipelihara. Akibatnya, mereka hanya akan menyerap informasi yang diberikan oleh internet.³³ Penyebaran konten yang melanggar ajaran Islam dengan mudah terjadi di platform digital, mengaburkan pesan dakwah yang sebenarnya. Tantangan dakwah di era digital kepada generasi milenial memerlukan strategi khusus yang sesuai karakteristik mereka. Selain itu, pembelajaran agama melalui materi singkat di media sosial saat ini meningkat. Akan tetapi apa yang disebarkan melalui media sosial terkadang tidak sesuai dengan ajaran Islam dikarenakan hanya untuk meraih popularitas sehingga mengabaikan substansinya.

Hal ini juga menunjukkan permasalahan yang terjadi di dunia maya yang terbuka sehingga kriteria penentu kualitas da'ī tidak ada lagi batas atau semakin hilang. Saat ini siapa saja dapat menyampaikan gagasannya. Artinya, pemilik otoritas tidak lagi dilihat dari stabilitas keilmuannya, akan tetapi lebih kepada ukuran masa atau *followers* yang dimilikinya. Inilah yang diistilahkan dengan matinya kepakaran (*death of expertise*) yang dimaknai sebagai serangan terhadap

³¹ Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, 1st ed. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2017), 125.

³² Stewart L.Tubbs-Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip - Prinsip Dasar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012).

³³ Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam."

kemampuan pengetahuan seorang pakar karena semakin luas keterbukaan informasi.³⁴ Istilah ini merupakan kritikan terhadap masyarakat modern yang merasa pandai meskipun pola pikirnya kurang luas sehingga tidak membutuhkan lagi informasi dari ahlinya.

Di era digital ini pemahaman tentang pakar dan masyarakat awam mulai kehilangan batas. Masyarakat awam bisa menyampaikan pandangan seperti seorang pakar hanya dengan melihat pengaruh pengikutnya. Fenomena ini menjadi tantangan dakwah di era digital. Meskipun di satu sisi kehadiran teknologi digital dapat mempermudah tersebarnya pesan-pesan keislaman, akan tetapi di sisi lain dapat membawa perubahan terhadap otoritas kebenaran. Dan anehnya justru banyak orang yang mengikuti pemahaman yang tidak jelas kebenaran tersebut tanpa proses penelusuran.³⁵ Lebih aneh lagi dengan kehadiran *da'i* dadakan yang masih dipertanyakan pengetahuan keagamaannya justru menghalangi gerak *da'i* tradisional.

Kondisi ini berdampak terjadinya kekacauan perspektif tentang ajaran Islam yang dengan mudah menerima informasi tanpa mengkritisi sumbernya. Akibatnya masyarakat awam seringkali merendahkan kemampuan intelektual dari seorang pakar dan sebaliknya lebih suka mengikuti orang yang viral. Ajaran Islam telah memberikan rambu-rambu yang jelas terkait etika menerima informasi. Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 12 memberikan peringatan kepada umat Islam untuk selalu mengafirmasi setiap informasi yang diterima. Kandungan ayat tersebut berkaitan dengan situasi sekarang di era transformasi digital. Kemampuan intelektual seorang pakar sebagai sebuah keniscayaan untuk mendapatkan pengetahuan yang lurus. Maka, agar tidak terjerumus dalam kondisi kebohongan informasi harus dipertimbangkan kredibilitas sumber tersebut. Kualitas kemampuan memahami kebenaran suatu informasi harus ada mendampingi keterbukaan informasi sekarang ini.³⁶

Digitalisasi yang ditandai dengan perubahan globalisasi berdampak pada semakin terbukanya ruang publik, sehingga siapa saja dapat memberikan dan menerima informasi. Keterbukaan ini di satu sisi bermanfaat bagi kemudahan penyebaran ajaran agama Islam sebagai sebuah pesan yang harus tersampaikan. Namun, di lain sisi keterbukaan ini berpotensi mendegradasi otoritas ahli agama yang memiliki keilmuan mumpuni dalam menyampaikan ajaran agamanya.³⁷ Al-Qur'an menegaskan Kembali dalam surat An-Nahl ayat 43 yang mengingatkan umat Islam untuk menggali informasi kepada pakar nya. Dalam pandangan Al-Qur'an sangat penting kepakaran dalam menyebarkan informasi. Karena dalam Al-Qur'an dikatakan bahwa akal adalah anugerah Allah kepada manusia, dan akal inilah yang membedakan manusia dengan makhluk lain di Bumi. Dengan akal ini, manusia

³⁴ Tom Nichols, *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why It Matters*, 7th ed. (New York,: Oxford University Press, 2017), 13.

³⁵ Asep Muhamad Iqbal. Setia, Paelani, “Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia: Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel,” *ISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 11, no. 2 (2021): 359-378.

³⁶ Fani. Hayatunnisa, “Tabayyun Menurut Para Mufasir (Studi Komparasi Tafsir Al-Ṭabarī Dan Tafsir Al-Munīr Terhadap Qs. Al-Hujurat/49: 6).” (UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021).

³⁷ Muhamad Wafa Ridwanulloh, “FENOMENA MATINYA KEPAKARAN: Tantangan Dakwah Di Era Digital,” *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam* 5, no. 1 (2023): 121–127.

memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang tidak diketahui dan membuatnya menjadi apa yang diketahui.

Manfaat menggali informasi langsung dari pakarnya merupakan wujud untuk mengembalikan peran penting dari seorang pakar dalam mengembangkan keilmuannya. Selain itu juga untuk menghindari dari kesalahpahaman terhadap informasi yang disampaikan oleh orang tidak memiliki kompetensi. Dalam konteks dakwah di era digital hal ini merupakan tantangan bagi da'i untuk menyampaikan pesan yang berasal dari sumber terpercaya. Transformasi dakwah di era digital juga perlu ditunjang dengan memberikan pemahaman kepada mad'u bahwa meneguhkan peran pakar dalam mendapatkan informasi keagamaan adalah sangat penting. Maka, untuk mendapatkan sumber yang kredibel perlu melalui tahap-tahap penting mulai dari bertanya, menganalisis, mengolah informasi sampai pada tahap akhir menyebarkan informasi tersebut.

Teknologi digital menawarkan banyak peluang untuk kegiatan dakwah. Teknologi digital juga memunculkan risiko informasi yang tidak sahih atau diragukan kebenarannya, bahaya radikalisme dan menyebarnya konten negative. Peningkatan literasi digital pada masyarakat sangat diperlukan agar mereka dapat mengoptimalkan media digital untuk menyebarkan kebaikan dan kemaslahatan serta mencegah perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam.³⁸ Pedoman etika dakwah digital dibuat untuk mencegah penyebaran konten dakwah yang salah atau menyesatkan. Tantangan besar dan serius dalam kegiatan dakwah digital adalah penyebaran konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam dengan mudah di berbagai platform digital. Selain itu adanya kesenjangan digital di antara umat Islam.

Munculnya berbagai platform media sosial juga sering menyebabkan pesan dakwah terbagi-bagi dan kurang konsisten dalam penyampaiannya. Penggunaan teknologi digital dan media sosial juga dapat menyebabkan alienasi sosial dan perpecahan dalam komunitas. Artinya dakwah di era digital ini tantangan yang dihadapi semakin banyak karena perkembangan media yang sangat signifikan. Generasi milenial sekarang ini memandang bahwa internet dan media sosial adalah suatu sarana yang sangat penting maka penting adanya suatu panduan akhlak dalam menggunakan media digital. Perkembangan teknologi ini merubah kebiasaan generasi milenial menjadi sangat bergantung pada teknologi dan menghabiskan banyak waktu berinteraksi di media sosial. Maka menjadi tantangan dakwah digital untuk mengemas pesan yang sesuai dengan kondisi kekinian sehingga milenial tertarik untuk mengetahui pesan tersebut.

Dalam hal ini penting kiranya upaya kolaboratif antara da'i dengan ahli teknologi informasi untuk menjawab tantangan tersebut sehingga dakwah dapat lebih relevan dan responsive terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, sangat penting bagi para da'i untuk mengubah metode dan media dakwah mereka agar sesuai dengan dinamika kehidupan. Generasi milenial sebagai sasaran dakwah saat ini, cenderung tidak konvensional dan selalu terhubung ke internet, sehingga mereka lama kelamaan meninggalkan dakwah konvensional. Dampaknya mulai muncul

³⁸ Wahyudi, Tian, “Penguatan Literasi Digital Generasi Muda Muslim Dalam Kerangka Konsep Ulul Albab.”, *Jurnal Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18.2 (2021), 161-178.

keengganan untuk mengakses sumber primer terkait ajaran Islam dan masalah filter kualitas da'inya.

Maraknya penggunaan teknologi digital dalam kegiatan dakwah tampak dari bermunculannya media kelslaman yang tersedia secara online. Para da'i harus mengantisipasi perubahan ini dengan cepat dan tepat. Situs web Islam semakin populer dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat. Dengan mempertimbangkan keanekaragaman dan pluralitas masyarakat Indonesia, masalahnya adalah meningkatkan dakwah Islam moderat. Islam moderat dipromosikan melalui berbagai platform media sosial. Karena generasi milenial sangat terhubung dengan internet, penggunaan media sosial dalam kegiatan dakwah sangat tepat.³⁹ Selain itu, penyalahgunaan teknologi digital dan media sosial yang mengakibatkan kerusakan moral juga merupakan tantangan bagi dakwah.

Selain mengubah pola dan kecepatan penyebaran informasi, transformasi digital ini memengaruhi kehidupan masyarakat. Karena itu, metode dan media yang digunakan untuk mendakwahkan masyarakat juga harus diubah. Di era digital, perubahan ini semakin menantang untuk dakwah. Karena keadaan ini, da'i tidak hanya harus pandai berdakwah, tetapi juga harus dapat memahami sifat dan preferensi masyarakat. Da'i harus mampu menggunakan berbagai alat teknologi yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Mereka juga harus mampu mengembangkan strategi dan metode dakwah yang sesuai dengan perkembangan era digital. Dakwah menggunakan media digital merupakan jawaban dan fungsi untuk memberikan jawaban terhadap berbagai arus perubahan sosial. Karena itu meskipun dakwah menggunakan media digital sanga relevan dengan zaman, akan tetapi dakwah konvensional juga masih dibutuhkan.⁴⁰ Pada mad'u-mad'u tertentu masih ada yang lebih suka mendengarkan dakwah secara langsung tatap muka karena selain dapat beremu langung jua dianggap mendapatkan berkah dari kehadiran langsung. Artinya, perlu dipahami bahwa transformasi digital yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi telah menyebabkan lalu lintas informasi menjadi lebih terbuka dan tidak terawasi, serta distribusi nilai tanpa filter dan perubahan lain yang semuanya berdampak pada budaya dan kehidupan masyarakat secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam kajian literatur yang terkait dengan strategi dakwah di era digital, maka dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah disusun berdasarkan peluang dan tantangan yang dihadapi di era digital. Peluang dakwah di era digital adalah kemudahan mengakses berbagai informasi Islam oleh mad'u melalui media internet. Para mad'u dapat membentuk

³⁹ Heidi. Campbell, "Making Space for Religion in Internet Studies.," *he information society* 21, no. 4 (2005): 309-315.

⁴⁰ M. Sofyan Alnashr Abrori, Abrori, "Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat.," *Jurnal Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2023): 29-40.

komunitas dakwah sehingga dapat meningkatkan popularitas para da'i. Sedangkan tantangannya adalah kemampuan para da'i dalam mengemas pesan melalui media internet harus bersaing dengan konten-konten lain yang menarik para mad'u. Selain itu otentitas kebenaran ajaran islam dan kepakaran orang yang menyampaikannya menjadi tantangan karena kemudahan dalam mengakses informasi.

REFERENSI

- Abrori, Abrori, M. Sofyan Alnashr. "Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat." *Jurnal Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2023): 29-40.
- Ach. Baidowi, Moh. Salehoddin. "Strategi Dakwah Di Era New Norma." *Jurnal Muttaqin* 2, no. 1 (2021): 58-74.
- Ahmad, Nur. "Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik , Popularitas , Dan Materi Di Jalan Dakwah." *Addin* 8, no. 2 (2014): 319-344.
- Amin, Samsul Munir. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*,. Jakarta: Amzah, 2008.
- Aminudin. "Konsep Dasar Dakwah." *Jurnal Al Munzir* 9, no. 1 (2018): 29-46.
- Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- Arifuddin. "Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia." *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies* 3, no. 1 (2020): 161-188.
- Athik, Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan. "PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN." *Jurnal Komunike* XII, no. 2 (2020): 211-234.
- Azizah, Emi. "Eksistensi Metode Dakwah Konvensional Pada Era Modern." *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)* 9, no. 3 (2023): 1736-1744.
- Bakti, Andi Faisal, Venny Eka Meidasari. "Trendsetter Komunikasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Pendidikan Komunikasi Dan Penyiaran Islam." *Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2014): 20-44.
- Basoeky, R. Aziz Mayardi, Meity Suryandari. "MANAJEMEN DAKWAH DALAM ERA DIGITAL: STRATEGI DAN TANTANGAN." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2023): 70-77.
- Campbell, Heidi. "Making Space for Religion in Internet Studies." *he information society* 21, no. 4 (2005): 309-315.
- Fakhrurroji, Moch. *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*. 1st ed.

- Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2017.
- Habibi, Muhammad. "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, no. 1 (2018): 101-116.
- Hayatunnisa, Fani. "Tabayyun Menurut Para Mufasir (Studi Komparasi Tafsir Al-Ṭabarī Dan Tafsir Al-Munīr Terhadap Qs. Al-ḤujurĀt/49: 6)." UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021.
- Hefni, Harjani. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Group, 2019.
- Hootsuite, We are Social. "Indonesian Digital Report 2023." Last modified 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.
- Iwan, Armawan. "Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1, no. 2 (2021): 84-95.
- Julis, Suriani. "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber." *An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam* 42, no. 2 (2018): 30-51.
- Khoiruddin. "Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial." *Jurnal Al- Mishbah*, 8, no. 1 (2012): 123-134.
- Mardiana, Reza. "DAYA TARIK DAKWAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148-158.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. 6th ed. Jakarta: Salemba Humanika., 2011.
- Munir, M. *Metode Dakwah*. Jakarta: Predana Media, 2003.
- Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nichols, Tom. *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why It Matters*. 7th ed. New York,: Oxford University Press, 2017.
- Nugraha, Risris Hari, Muhamad Parhan, Aghnia Aghnia. "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 2 (2020): 175-194.
- Permadi, Danur Putut. "Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse." *Academic Journal of Da'wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 95-112.
- Rubawati, Efa. "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 126-142.
- Rustandi, Ridwan. "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam." *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84-95.
- Saefulloh, Aris. "Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2012): 138-160.

- Setia, Paelani, Asep Muhamad Iqbal. “Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia: Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel.” *ISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 11, no. 2 (2021): 359-378.
- Sirajuddin, Murniaty. “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan).” *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2014): 12–23.
- Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss. *Human Communication Prinsip - Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Ummah, Athik Hidayatul. “DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara).” *Jurnal Tasamuh* 18, no. 1 (2020): 54–78. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>.
- Verolyna, Dita, and Intan Kurnia Syaputri. “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021): 23.
- Wafa Ridwanulloh, Muhamad. “FENOMENA MATINYA KEPAKARAN: Tantangan Dakwah Di Era Digital.” *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam* 5, no. 1 (2023): 121–127.
- Wahyudi, Tian. “Penguatan Literasi Digital Generasi Muda Muslim Dalam Kerangka Konsep Ulul Albab.” *Jurnal Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 18, no. 2 (2021): 161-178.
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. 5th ed. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018.