

## **STRATEGI MENGHADAPI TANTANGAN DAKWAH AGAMA ISLAM DI ERA MEDIA DIGITAL**

**Muhammad Raffi**

Universitas Pendidikan Indonesia

[mraffi16@upi.edu](mailto:mraffi16@upi.edu),

**Fatimah Azzahra Mustofa**

Universitas Pendidikan Indonesia

[fatimaham@upi.edu](mailto:fatimaham@upi.edu),

**Masyita Angelia Pamboke**

Universitas Pendidikan Indonesia

[masyita.ap@upi.edu](mailto:masyita.ap@upi.edu),

**Edi Suresman**

Universitas Pendidikan Indonesia

[esuresman@upi.edu](mailto:esuresman@upi.edu).

### **Abstract**

This research addresses the challenges of Islamic religious proselytization in the digital media age. New strategies and approaches are needed with the advent of digital media platforms like Instagram, X, Youtube, and podcasts. One significant hurdle is the presence of an overwhelming amount of information, which includes misleading narratives that can shape incorrect understanding of Islam. Moreover, the prevalence of anonymous accounts and influencers without expertise in Islamic knowledge poses a challenge in establishing trustworthiness. To overcome these challenges and effectively convey religious messages, adaptations in language use, content design, and interactive approaches are necessary. This research aims to analyze the challenges of preaching in the digital era and provide more effective strategies in accordance with current developments. Challenges of preaching in digital media include the validity of sources, digital divides between social groups, and radical and extremist ideologies. The results of this study indicate that there

are challenges to preaching in digital media, including the validity of sources, digital divides between social groups, and radical and extremist ideologies. The preaching strategies that can be applied are improving preacher skills, optimizing social media, and careful planning.

**Keywords:** preaching, digital media, the challenge of preaching.

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang strategi untuk menghadapi tantangan dakwah agama Islam di era media digital, dimana perkembangan teknologi telah mengubah bagaimana pesan keagamaan disampaikan. Saat ini, berbagai bentuk media digital seperti *Instagram*, *X*, *YouTube*, atau *podcast* menjadi sarana yang digunakan untuk menyebarkan dakwah agama Islam. Perubahan ini menuntut adaptasi dalam penggunaan bahasa, desain konten, dan pendekatan interaktif. Tantangan besar yang dihadapi oleh para penganut agama Islam saat ini adalah banyaknya informasi yang bersaing, termasuk narasi menyesatkan yang dapat mempengaruhi pemahaman agama. Selain itu, maraknya akun anonim dan influencer yang kurang berkompeten dalam bidang keilmuan agama Islam menjadi tantangan dalam membangun kepercayaan di era media digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dakwah di era digital dan memberikan strategi yang lebih efektif sesuai dengan perkembangan zaman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tantangan dakwah di media digital antara lain kevaliditasan sumber, kesenjangan digital antar kelompok sosial, dan ideologi radikal dan ekstrimis. Strategi dakwah yang dapat diterapkan adalah peningkatan keterampilan da'i, optimalisasi media sosial, dan perencanaan yang matang.

**Kata Kunci:** dakwah, media digital, tantangan dakwah.

### **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia terus berupaya untuk menciptakan berbagai teknologi baru yang dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan mereka. Di era perkembangan teknologi ini, segala sesuatunya dapat dijangkau dengan sangat cepat dan mudah, termasuk akses informasi melalui media digital. Dengan kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin luas, media digital telah menjadi saluran utama untuk menyampaikan informasi. Melalui media digital, sangat memungkinkan bagi informasi yang disampaikan untuk menjangkau audiens yang lebih

luas dengan cepat dan efisien. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mendukung para da'i untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana dalam menyampaikan dakwah.

Teknologi di masa kini juga memiliki peran yang sangat besar dalam pembentukan dinamika sosial dan budaya di masyarakat. Dalam hal komunikasi, contohnya, teknologi terus mendorong manusia untuk saling terhubung dengan satu sama lain dengan memungkinkan interaksi yang cepat dan luas melalui media sosial. Selain itu, teknologi memfasilitasi penyebaran dan akses yang tak terbatas terhadap informasi agar manusia dapat terus memperkaya pemahaman individu. Ketergantungan masyarakat terhadap teknologi sebagai sarana untuk mengakses informasi mendukung pemanfaatan media digital dalam menyebarkan pesan dakwah.

Dibalik kemudahan yang ditawarkan, tidak dapat dipungkiri bahwa dakwah melalui media digital juga memiliki tantangannya tersendiri. Memahami tantangan-tantangan tersebut penting agar penggunaan media digital sebagai sarana dakwah dapat dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis berbagai tantangan yang dihadapi dalam dakwah di media digital. Untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut, dilakukan pengembangan pendekatan dan strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman, serta sesuai untuk digunakan dalam media digital dalam rangka memastikan bahwa pesan dakwah tetap kuat dan berpengaruh di tengah perkembangan teknologi.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan merupakan metode penelitian berupa pendekatan yang menggunakan teori-teori dari sumber bacaan seperti jurnal artikel atau buku sebagai bahan rujukan untuk menganalisis sebuah objek penelitian (Syahrizal & Jailani, 2023). Metode penelitian ini digunakan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh dan mendalam tentang strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman, serta sesuai

untuk digunakan dalam media digital dalam rangka memastikan bahwa pesan dakwah tetap kuat dan berpengaruh di tengah kemajuan teknologi.

Metode pengumpulan data meliputi pencarian, seleksi, dan evaluasi kritis kepustakaan yang relevan dengan subjek penelitian. Data yang relevan kemudian dipilih sesuai dengan standar yang ditetapkan, dan kemudian dievaluasi secara kritis. Pada penelitian kepustakaan, analisis data meliputi proses sintesis, perbandingan, dan interpretasi data. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman, serta sesuai untuk digunakan dalam media digital dalam rangka memastikan bahwa pesan dakwah tetap kuat dan berpengaruh di tengah perkembangan teknologi. Hasil analisis data digabungkan untuk membuat kesimpulan tentang strategi untuk mengatasi tantangan dakwah agama Islam di era media digital. Sintesis ini membentuk dasar untuk membahas dan menyimpulkan temuan penelitian (Eliza et al., 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dakwah merupakan bagian penting dalam beragama untuk mengajak sesama manusia untuk beriman kepada Allah. Kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang berarti memanggil, mengajak, menyeru, atau menjamu (Yunus, 1989, dalam Hardian, 2018). Dakwah dilakukan dengan memberikan nasehat yang baik dan penuh kebijaksanaan, dengan tujuan untuk mengajak dan merangkul manusia untuk berbuat kebajikan (Hamid & Uyuni, 2023). Orang yang menyampaikan dakwah dikenal dengan istilah da'i. Kata “da'i” berasal dari bahasa Arab yang berarti mengajak atau menyeru. Dalam pengertian Islam, da'i diartikan sebagai seseorang yang melalui perkataannya mengajak orang lain untuk berbuat atau bertingkah laku ke arah kebaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kehidupan masyarakat, da'i memegang peran penting sebagai pemuka atau pelopor yang teladan.

Setiap muslim memiliki caranya masing-masing untuk menyampaikan dakwah. Contohnya, belakangan ini, dakwah mulai populer untuk dilakukan melalui media digital

seperti *Instagram*, *X*, *YouTube*, atau *podcast*. Menurut Ummah (2020), media digital menawarkan banyak kelebihan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Hadirnya teknologi membuat penyampaian dakwah tidak lagi terbatas hanya dilakukan secara lisan, tetapi menjadi lebih variatif dalam bentuk gambar, audio, *e-book*, atau video, dan audiens diberi kebebasan untuk memilih bentuk media yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Penyesuaian ini memungkinkan audiens untuk merasakan pengalaman spiritual yang lebih personal dan mendalam dalam dakwah. Dakwah melalui media digital juga memberikan kemudahan kepada audiens akan biaya dan energi yang lebih terjangkau serta peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan dakwah menggunakan metode tradisional dikarenakan materi dakwah bisa diakses kapan saja dan dimana saja.

Namun, perlu diakui bahwa transformasi dakwah ke arah digital disertai dengan tantangan yang dapat menghambat tersampainya pesan-pesan dakwah. Penting untuk mengenali dan memahami tantangan-tantangan tersebut sehingga dapat dilakukan pengembangan strategi yang sesuai demi tercapainya dakwah di era digital yang lebih baik.

### **1. Tantangan Dakwah di Era Digital**

Penelitian oleh Rustandi (2019) berjudul “Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam” mengemukakan bahwa kemunculan media digital memberikan peluang dalam proses dakwah Islam. Media digital mampu menyampaikan pesan dakwah secara luas karena jangkauannya yang tidak terbatas. Fitur-fitur di media digital yang semakin berkembang mendorong da'i untuk menyebarkan dakwah dengan kreatif, inovatif, dan menarik. Di sisi lain, media digital sebagai sarana penyebaran dakwah Islam memiliki potensi negatif. Penyebaran dakwah yang sangat cepat dan tidak terkendali seringkali tidak memperhatikan kevaliditasan sumber yang digunakan, sehingga menimbulkan kebencian dan kedangkalan terhadap dakwah Islam. Munculnya misinformasi tentang Islam dalam dakwah membuat banyak orang, terutama non-muslim, memandang Islam sebagai agama yang tidak memiliki nilai-nilai positif.

Tantangan lain yang muncul dalam digitalisasi dakwah adalah kesenjangan digital antar kelompok sosial. Kesenjangan digital berkaitan dengan ketidaksetaraan akses dan pemahaman terhadap teknologi. Artinya, di balik perkembangan teknologi yang sangat cepat, terdapat beberapa pihak atau kelompok masyarakat yang mengalami kesulitan baik dalam akses maupun penggunaan media digital secara efektif. Berdasarkan studi oleh Perrin dan Duggan (2015, dalam Putri, 2023), beberapa kelompok yang mengalami kesenjangan digital di antaranya ada “kelompok orang yang berusia lanjut, memiliki latar pendidikan yang rendah, memiliki tingkat pendapatan yang rendah, tinggal di kawasan pedesaan dan berasal dari kelompok ras dan etnis tertentu.” Akibatnya, pesan dan manfaat dakwah tidak tersampaikan secara merata kepada seluruh lapisan masyarakat serta munculnya risiko polarisasi pengetahuan agama (Staniyah et al., 2024)

Kemudian, pandangan radikal dan ekstrimis di media digital menjadi tantangan lain bagi da'i dalam menyampaikan dakwah. Ideologi radikal dan ekstrimis dapat mengganggu kedamaian dan kerukunan Islam di media digital dalam menyampaikan dakwah (Abdurrahman & Badruzaman, 2023). Radikalisme yang mengarah pada terorisme bukanlah fenomena baru dan telah ada sejak awal perkembangan agama-agama dunia. Beberapa kelompok menginterpretasikan ajaran agama secara sempit, menjadikannya dasar bagi radikalisme untuk tujuan pribadi, kelompok, atau politik (Dewi, Dinda S Kusuma dalam *Media Indonesia*, 5/11/2019. Hal: 8). Sangat mungkin bahwa ajaran dan simbol-simbol digunakan dalam masyarakat untuk menyebarkan cara berpikir yang mendukung kekerasan untuk mencapai tujuan. Beberapa faktor mendukung transfer cara berpikir salah satunya adalah pesan yang disampaikan dan dikemas sedemikian rupa sehingga mudah diterima. Faktor tambahan, disampaikan oleh orang yang terkenal dan ditujukan kepada orang yang rentan dan tidak matang secara mental, dan menggunakan media sosial sebagai alat pengirim pesan yang efektif. Faktor yang mudah digunakan untuk mencapai sasaran penyebaran radikalisme adalah lingkungan sosial seseorang, seperti keadaan mereka yang miskin, termarginalkan, dan diberlakukan tidak adil (Amin, Ma'ruf dalam *Kompas*,

28/11/2019. Hal: 2). Perasaan terzalimi yang dialami oleh para pelaku radikalisme adalah salah satu faktor yang menyebabkan prevalensi aksi radikalisme. Radikalisme tidak selalu terjadi dengan cepat. Berbagai kelompok seperti Al-Qaeda dan ISIS, banyak terlibat dalam aksi kekerasan dan penyerangan di tempat (Herlina, Lina dalam *Media Indonesia*, 14/11/2019).

## **2. Strategi Dakwah di Era Digital**

Nur dan MG (2024) melalui studi kasus di Ma'had Al Jami'ah UIN Sumatera Utara, mengidentifikasi strategi dakwah di era digital, salah satunya adalah peningkatan keterampilan da'i. Peningkatan keterampilan da'i merupakan strategi yang ditujukan untuk memberikan kemampuan yang lebih baik agar tujuan dari penyampaian dakwah melalui media digital dapat tersampaikan dengan efektif. Peningkatan keterampilan ini di antaranya adalah mendalami ajaran agama, mempelajari pemanfaatan teknologi dengan benar, menekuni cara menyampaikan dakwah dengan relevan dan mudah dicerna oleh masyarakat secara luas, hingga meningkatkan kemampuan berbahasa asing. Selain itu, saat memperdalam ajaran agama, da'i harus dapat mengenali pandangan radikal dan ekstrimis agar dakwah yang disampaikan tetap relevan dengan konteks ajaran Islam dan tidak menyesatkan audiensnya.

Nur dan MG (2024) juga menyebutkan optimalisasi media sosial sebagai salah satu strategi dalam dakwah di era digital. Mengingat bahwa media sosial merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat di era digital ini, penting bagi da'i untuk mengintegrasikan media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Strategi ini sudah sangat marak digunakan oleh da'i populer Indonesia, contohnya Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, Buya Yahya, Hanan Attaki, Habib Husein Ja'far, Khalid Basalamah, Felix Siau, Das'ad Latif, Muhammad Faizar, Tengku Zulkarnain, dan lainnya. Dengan mengadopsi pendekatan digital melalui media sosial, dakwah dapat disampaikan dengan cepat kepada audiens yang luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Lestari, 2024). Tidak hanya sebagai wadah untuk berbagi informasi keagamaan, media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara da'i

dan audiens. Keterlibatan aktif antara kedua pihak ini memudahkan penyerapan informasi dan pemahaman mengenai nilai-nilai agama secara komprehensif (Abdurrahman & Badruzaman, 2023)

Izzulloh & Moebin (2022, dalam Staniyah et al., 2024) memberi penekanan bahwa untuk mencapai pemanfaatan media digital dengan optimal, dibutuhkan strategi lain berupa perencanaan matang. Perencanaan yang dimaksud adalah menetapkan tujuan yang jelas, menentukan target audiens, serta memilih media dan konten yang sesuai. Dalam hal ini, para da'i harus memiliki kreativitas yang luas untuk menciptakan konten yang dapat menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens disertai dengan penyesuaian pesan yang relevan dengan generasi digital (Abdurrahman & Badruzaman, 2023; Basoeky, 2023; Staniyah, 2024).

## **KESIMPULAN**

Teknologi yang semakin berkembang dan munculnya media digital memberikan peluang bagi para da'i untuk menyampaikan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas. Hadirnya teknologi membuat penyampaian dakwah menjadi lebih bervariasi dan kreatif, mulai dari teks, audio, hingga video, memungkinkan pengalaman dakwah yang lebih interpersonal dan mendalam. Selain itu, dengan adanya media digital, *audiens* bisa mengakses dakwah kapan saja dan dimana saja dengan mudah. Meski begitu, terdapat tantangan yang muncul dalam menyampaikan dakwah di media digital, termasuk kesenjangan digital, penyebaran radikalisme, dan kevaliditasan pesan yang disampaikan. Untuk menghadapi tantangan tersebut, dibutuhkan strategi yang tepat agar dakwah di media digital dapat menjadi tempat yang efektif untuk menyebarkan ajaran Islam. Strategi yang disarankan mencakup peningkatan keterampilan pendakwah, mengoptimalkan media sosial, dan perencanaan matang dalam penyusunan konten. Dengan menerapkan poin-poin yang telah disebutkan, dakwah Islam dapat berkembang secara efektif di era digital ini, hingga dapat menjangkau berbagai kalangan tanpa mengabaikan esensi dan nilai-nilai ajaran Islam yang telah ditetapkan.

## REFERENSI

Abdurrahman, Qomar, dan Dudi Badruzaman. Tantangan dan Peluang Dakwah Islam di Era Digital. *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, Vol. 3, No. 2. 2023.

Andini, Ilham Putri, Fahma Nurul Hamida, dan Andhita Risiko Faristiana. Perubahan Dakwah di Era Digital. *Jurnal Politik, Sosial, Hukum, dan Humaniora*, Vol. 1, No. 2. 2023.

Basoeky, R. Aziz Mayardi, Sarwono, dan Meity Suryandari. Manajemen Dakwah dalam Era Digital: Strategi dan Tantangan, Vol. 1, No. 1, 2023.

Eliza, Delfi, Regil Sriandila, Dwi Anisak Nurul Fitri, dan Syahreni Yenti. Membangun Guru yang Profesional melalui Pengembangan Profesionalisme Guru dalam Penerapan Profesinya. *Jurnal Basicedu*, Vol. 6, No. 3. 2022.

Hamid, Abdul, dan Badrah Uyuni. Human Needs for Dakwah (The Existence of KODI as the Capital's Da'wah Organization). *Tsaqafah: Jurnal Peradaban Islam*, Vol. 19, No. 1. 2023.

Hardian, Novri. Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 1. 2018.

Herlina, Lina. "Cegah Radikalisme lewat Pendidikan." Terakhir diubah 14 November 2019. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/271457/cegah-radikalisme-lewat-pendidikan>

Lestari, Novita. Optimalisasi Dakwah di Era Modern melalui Media Sosial. *Qawwam: The Leader's Writing*, Vol. 5, No. 1. 2024.

Ma'ruf, Amin. "Deradikalisasi dari Hulu ke Hilir." Terakhir diubah 28 November 2019. [https://www.kompas.id/baca/utama/2019/11/28/deradikalisasi-dari-hulu-ke-hilir/?\\_t=1xiiAZ4M5kcxmGgDfxTZKdnJ7XnMxjondyNaPg0fT4LfFi2nXMelxsIZvdWa3Zz](https://www.kompas.id/baca/utama/2019/11/28/deradikalisasi-dari-hulu-ke-hilir/?_t=1xiiAZ4M5kcxmGgDfxTZKdnJ7XnMxjondyNaPg0fT4LfFi2nXMelxsIZvdWa3Zz)

Nur, Aulia, dan Nashrillah MG. Strategi Dakwah di Era Digital (Studi Kasus pada Ma'had Al-Jami'ah UIN Sumatera Utara Medan). *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, Vol. 6, No. 4. 2024.

Putri, Nada Zachrani. Konsep Kesenjangan Digital dan Faktor yang Mempengaruhi Kesenjangan Digital. *Prosiding FTSP Series 5: Seminar Nasional dan Diseminasi Tugas Akhir*. 2023.

Rustandi, Ridwan. Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, Vol. 3, No. 2. 2019.

Staniyah, Alfi Mardhiyatus, Nur Efendi, dan Kojin Mashudi. Digitalisasi Dakwah: Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 4. 2024.

Syahrizal, Hasan, dan M. Syahrani Jailani. Jenis-Jenis Penelitian dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Qosim: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, Vol. 1, No. 1. 2023.

Ummah, Athik Hidayatul. Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasamuh*, Vol. 18, No. 1. 2020.

Wibowo, Adi. Penggunaan Media sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 3, No. 2. 2019.