

Received: 12-12-2024 | Accepted: 01-01-2025 | Published: 26-01-2025

**Dakwah Digital : Pendorong Perubahan Sosial Di Masyarakat Modern
Novi Anggraeni¹⁾, M. Rifki Hidayat²⁾, Nur Fitriyani³⁾, Qomariyah⁴⁾**

Email: [^{1\)}novianggreini787@gmail.com](mailto:novianggreini787@gmail.com), [^{2\)}rifkihidayat23pkl@gmail.com](mailto:rifkihidayat23pkl@gmail.com),
[^{3\)}fitriyanin0000@gmail.com](mailto:fitriyanin0000@gmail.com), [^{4\)}qomariyah@uingusdur.ac.id](mailto:qomariyah@uingusdur.ac.id)

Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

ABSTRACT

The development of technology brings social changes from various aspects, including in the religious realm, such as the method of preaching. The method of preaching that was previously carried out in the pulpit of the mosque or the majlis taklim, now preaching has spread to the digital platform. The public can easily see and listen to lectures anywhere and anytime. The purpose of this study is to describe digital preaching and social changes that occur in society. The research method used in this study is the library research method, namely a qualitative approach that utilizes various sources of literature as the main material in studying the phenomenon of digital preaching and its role in encouraging social change in modern society. The results of this study are that there are challenges and opportunities for digital preaching and the significant role of digital preaching in encouraging social change in modern society.

Keywords: *Digital Preaching, Social Change, Modern Society*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan perubahan sosial dari berbagai aspek tak terkecuali pada ranah keagamaan seperti metode dakwah. Metode dakwah yang dahulu dilakukan di mimbar masjid maupun majlis taklim, sekarang dakwah telah merambah ke platform digital. Masyarakat dapat dengan mudah melihat dan mendengarkan ceramah dimanapun dan kapanpun. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan tentang dakwah digital dan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka (library research), yaitu pendekatan kualitatif yang memanfaatkan berbagai sumber literatur sebagai bahan utama dalam mengkaji fenomena dakwah digital dan peranannya dalam mendorong perubahan sosial di masyarakat modern. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat tantangan dan peluang dakwah digital serta peran signifikan dari dakwah digital dalam mendorong perubahan sosial di masyarakat modern.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Perubahan Sosial, Masyarakat Modern*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Di era digitalisasi ini, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau pertemuan tatap muka, melainkan telah merambah ke berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, podcast, hingga kanal video daring. Media sosial adalah salah satu platform yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Fenomena ini dikenal sebagai dakwah digital, yaitu upaya menyampaikan ajaran Islam melalui media digital secara efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas (Syifa Aulia Rahmadhani et al., 2024).

Masyarakat saat ini semakin akrab dengan teknologi digital. Dengan adanya teknologi digital, masyarakat dapat menerima pesan informasi secara cepat, keterbukaan dalam berpendapat, serta kebutuhan akan pendekatan yang relevan dan kontekstual. Dalam konteks ini, dakwah digital berperan penting sebagai alat transformasi sosial. Melalui konten-konten yang inspiratif, edukatif, dan komunikatif, dakwah digital dapat membentuk pola pikir, mengubah perilaku, serta meningkatkan kesadaran spiritual dan sosial masyarakat (Setiawan & Khiyaroh, 2022).

Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat dan memiliki jutaan pengguna aktif di berbagai penjuru dunia, termasuk di Indonesia adalah TikTok. Aplikasi berbasis video pendek ini kini tidak hanya diisi dengan konten hiburan, tetapi juga dimanfaatkan oleh para pendakwah, ustaz, dan konten kreator muslim sebagai sarana dakwah modern. Dakwah di TikTok menjadi fenomena menarik karena mampu menyentuh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda, dengan pendekatan yang lebih ringan, kreatif, dan mudah dicerna. Dalam durasi video yang singkat, pesan-pesan Islam disampaikan melalui gaya yang santai, visual yang menarik, dan bahasa yang sesuai dengan tren. Hal ini membuka peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai keislaman secara luas, cepat, dan efektif (Ibnu Kasir & Syahrol Awali, 2024).

Akan tetapi, penggunaan media digital dalam dakwah juga menghadirkan tantangan tersendiri, seperti penyebaran informasi yang tidak valid, potensi akan penyalahgunaan konten, polarisasi pandangan keagamaan, serta persaingan dengan konten-konten yang kurang edukatif. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana dakwah digital dapat dijalankan secara bijak dan bertanggung jawab, sehingga benar-benar menjadi pendorong perubahan sosial yang positif. Pada penelitian ini akan dibahas lebih lanjut mengenai dakwah digital sebagai pendorong perubahan sosial di masyarakat modern. Dimana dakwah digital ini terdapat tantangan dan peluang yang harus dihadapi dalam menyebarkan dakwah Islam di

platform digital. Selain itu, juga akankah dakwah digital ini dapat membawa perubahan sosial pada masyarakat seperti meningkatnya kesadaran keagamaan, perubahan pola komunikasi, komunitas online dan lain sebagainya (Annisa, 2022).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka (library research), yaitu pendekatan kualitatif yang memanfaatkan berbagai sumber literatur sebagai bahan utama dalam mengkaji fenomena dakwah digital dan peranannya dalam mendorong perubahan sosial di masyarakat modern. Studi pustaka ini bertujuan untuk menggali konsep-konsep teoritis serta temuan-temuan terdahulu yang relevan dalam memahami transformasi dakwah melalui media digital. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang berfokus pada penelusuran dan analisis data sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan sumber digital lainnya yang relevan dengan tema dakwah digital dan perubahan sosial. Sumber data penelitian ini terdiri dari buku yang membahas tentang dakwah, komunikasi, dan teknologi digital. Selain itu juga terdapat artikel jurnal ilmiah yang relevan dan dokumen lain seperti laporan penelitian, skripsi dan lain sebagainya (Fatmasari et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah Digital dan Masyarakat Modern

Secara bahasa istilah "dakwah" berasal dari kata dalam bahasa Arab da‘a–yad‘u–da‘wah, yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, atau mengundang. Dakwah juga dapat diartikan sebagai segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Dalam ajaran Islam dakwah merupakan kegiatan untuk menyampaikan dan menjelaskan nilai-nilai Islam kepada orang lain, baik secara perorangan maupun kelompok. Tujuan utamanya adalah agar masyarakat memahami dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah meliputi berbagai bidang seperti pendidikan agama, penanaman nilai moral, dan penyebaran informasi tentang Islam. Penyampaiannya bisa dilakukan lewat ucapan, tulisan, maupun tindakan nyata, dengan berbagai cara yang bertujuan memberikan pemahaman mengenai keyakinan serta praktik Islam kepada khalayak (Musdalifah, 2020).

Menurut Abu Bakar Zakary, dakwah adalah upaya yang dilakukan oleh para ulama dan orang-orang yang memahami agama Islam untuk memberikan

pengajaran kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar mereka sadar akan pentingnya urusan agama dan kehidupan dunia sesuai dengan kemampuan masing-masing. Syekh Abdullah Ba'lawy al-Haddad mendefinisikan dakwah yaitu mengajak, membimbing, dan memimpin orang-orang yang belum paham atau tersesat dari ajaran Islam yang benar, agar mereka kembali kepada jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepada-Nya, serta menjauhi kemaksiatan dan kekufuran. Sedangkan Menurut Muhammad Natsir, dakwah adalah segala bentuk usaha untuk menyampaikan ajaran Islam kepada setiap individu dan masyarakat. Ini mencakup penjelasan tentang pandangan hidup dalam Islam, ajakan kepada kebaikan dan pencegahan dari kejahatan, yang dilakukan dengan cara-cara yang sesuai dengan akhlak Islam. Selain itu, dakwah juga bertujuan membimbing umat dalam menjalani kehidupan sosial dan bernegara (Anas Habibi Ritonga, 2020).

Berdasarkan penjelasan tentang pengertian dakwah, baik dari segi bahasa maupun istilah, dakwah dapat dipahami sebagai usaha untuk menjadikan manusia hidup sesuai dengan ajaran Islam, agar mereka taat kepada Allah dan memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Istilah "dakwah" sendiri merupakan istilah khusus yang digunakan dalam ajaran Islam. Karena itu, dakwah memiliki peran penting dalam kehidupan setiap Muslim. Inti dari dakwah adalah mengajak dan memotivasi orang lain agar dengan kesadaran sendiri mau menerima ajaran Islam, bukan untuk keuntungan si pengajak, tapi demi kebaikan orang yang diajak. Dengan berkembangnya teknologi, metode dakwah juga ikut mengalami perubahan. Sekarang dakwah tidak hanya terbatas dilakukan di atas mimbar, tapi juga mulai memanfaatkan teknologi digital di era modern. Tujuannya agar pesan dakwah bisa disampaikan dengan cara yang lebih menarik, efisien, dan mudah diterima, sehingga orang yang mendengarkan dakwah tetap semangat dan tergerak untuk kembali ke jalan yang diridhai Allah SWT. Selain melalui pertemuan langsung dakwah juga bisa dilakukan secara daring. Seperti yang kita tahu, saat ini banyak media digital yang bisa digunakan untuk dakwah, seperti radio, televisi, dan media sosial (Abdillah, 2024).

Sekarang ini masyarakat modern cenderung mengakses informasi secara instan dan kritis, sehingga pendekatan dakwah pun harus adaptif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan serta karakteristik mereka. Masyarakat modern dalam konteks dakwah digital adalah kelompok sosial yang hidup di era teknologi informasi, di mana pola pikir, gaya hidup, dan cara berinteraksi dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital. Masyarakat modern merupakan kelompok generasi yang muncul pada era perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Mereka lahir dan tumbuh di tengah revolusi digital, dengan proporsi yang signifikan dalam komposisi penduduk Indonesia, yaitu sekitar 34 persen. Secara umum, kelompok ini mencakup individu yang lahir antara tahun 1981 hingga

1994, atau berada dalam rentang usia sekitar 15 hingga 35 tahun. Sejak usia dini, masyarakat modern telah akrab dengan berbagai bentuk teknologi seperti komputer, permainan digital, ponsel pintar, serta sangat bergantung pada akses internet. Kelompok masyarakat ini dikenal memiliki ketergantungan tinggi terhadap internet dalam kehidupan sehari-hari. Mereka cenderung aktif di berbagai platform media digital, terus mengikuti inovasi teknologi terkini, dan memanfaatkan perkembangan tersebut untuk mendukung efisiensi aktivitas harian (Rizik et al., 2021).

Oleh karena itu, peran da'i juga sangat penting dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan komunikasi, terutama platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan WhatsApp. Para da'i harus semakin kreatif dan inovatif agar isi dakwah tidak terasa membosankan atau kuno. Maka dari itu, metode dakwah di era modern perlu disajikan dalam bentuk yang lebih menarik dan relevan, misalnya melalui vlog, video pendek, infografis, atau poster yang dapat dibagikan lewat media sosial agar menjangkau lebih banyak orang. Ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi da'i untuk memanfaatkan teknologi dalam menyebarkan kebaikan secara lebih luas dan bermanfaat (Rahmawati et al., 2024) .

Di masa sekarang ini penggunaan media juga sangat penting dalam dunia dakwah karena bisa membuat pendengar lebih tertarik. Dakwah pada era modern ini harus bisa menjawab persoalan nyata (aktual), bisa dirasakan langsung hasilnya (faktual), dan sesuai dengan konteks kehidupan masyarakat saat ini (kontekstual). Menurut Sudirjo dan Siregar media memiliki dua peran utama, yaitu sebagai sumber pengalaman nyata bagi penonton dan sebagai alat komunikasi. Oleh karena itu seorang da'i harus bisa menggunakan media dengan bijak agar pesan dakwah bisa tersampaikan secara tepat. Bagi para da'i, perkembangan digital adalah peluang besar untuk berdakwah sesuai tren masa kini melalui media sosial. Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Masduki Baidlowi, menyampaikan bahwa cara berdakwah telah berubah dari yang sebelumnya hanya berupa cetak atau lisan kini bergeser ke media digital seperti media sosial. Ia mengatakan bahwa media sosial adalah cara dakwah yang murah namun sangat efektif. Untuk itu media sosial dapat menjadikan alat yang paling efektif dalam menyebarkan dakwah secara luas (Efendi et al., 2023).

Menurut Chaffey dan Smith, konten menarik di media sosial sebaiknya bersifat kreatif, jujur, sopan, sesuai dengan karakter audiens, dan terus diperbarui secara rutin. Salah satu contohnya adalah tokoh dakwah yang sukses menggunakan media sosial yaitu Ustadz Abdul Somad. Ia dikenal karena konten ceramahnya yang sering viral di YouTube. Ia paham betul bahwa media sosial memang memiliki peran besar dan sangat dibutuhkan dalam menyebarkan dakwah di era modern banyak menghabiskan waktu di internet. Berdasarkan

survei dari asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia tahun 2018, sebagian besar pengguna internet menggunakan layanan tersebut untuk menonton video sebesar 45,3 persen. Karena itu tak heran jika ceramah Ustad Abdul Somad sudah ditonton lebih dari 50 jt kali dan ia dijuluki sebagai “Da’I sejuta View”. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memang memiliki peran besar dan sangat dibutuhkan dalam menyebarkan dakwah di era modern (Syahputra & Santalia, 2023).

2. Perubahan Sosial Yang Didorong Oleh Dakwah Digital

Menurut Burhan Bungin perubahan sosial adalah proses sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat yang melibatkan semua anggota dan unsur yang ada didalamnya. Proses ini dapat berlangsung secara sukarela atau dipengaruhi oleh unsur-unsur eksternal yang menyangkut aspek-aspek penting dalam perubahan sosial seperti perubahan pola pikir masyarakat, perubahan perilaku masyarakat, dan perubahan budaya materi. Dalam kajian sosiologi dakwah, terdapat fungsi utama yaitu menyajikan gambaran yang seluas-luasnya mengenai realitas sosial masyarakat yang menjadi objek dakwah. Tujuannya adalah agar proses dakwah dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien (Sari, 2022).

Secara teoritis, sosiologi memposisikan perubahan sosial sebagai suatu fenomena sosial yang bersifat universal dan berlangsung di dalam kehidupan masyarakat. Penelitian ini menarik perhatian banyak ahli ilmu sosial, khususnya sosiolog, yang menghasilkan beraneka ragam konsep serta teori mengenai perubahan sosial. Salah satu teori yang cukup dikenal dalam perubahan sosial adalah teori Ferdinand Tönnies, yang menyatakan bahwa masyarakat pada dasarnya senantiasa bertransformasi dari tingkat peradaban yang lebih sederhana menuju peradaban yang lebih kompleks dan maju. Demikian juga dengan teori perubahan sosial dari Ibnu Khaldun, yang menguraikan bahwa setiap masyarakat mengalami proses transisi dalam cara berpikir, khususnya beralih dari pola pikir yang sederhana ke arah pemikiran yang lebih rasional dan ilmiah. Begitu pula teori Darwin yang mengisahkan tentang jenis-jenis perubahan yang dialami oleh individu-individu yang mendukung pemikiran evolusinya (Andini et al., 2023).

Dalam perspektif ilmu dakwah, analisis mengenai perubahan sosial tidak hanya terbatas pada studi fenomenologis yang tidak berguna, tetapi juga dianggap sebagai sesuatu yang bernilai, sehingga penting untuk membahas ilmu dakwah. Secara sederhana, perubahan dapat diartikan sebagai perubahan nilai dari yang positif menjadi negatif dan sebaliknya, dari yang negatif menjadi positif. Perubahan yang bersifat alami adalah transformasi yang terjadi pada setiap orang atau kelompok secara otomatis dan cenderung mengikuti keinginan atau dorongan yang kurang terkontrol. Di sisi lain, perubahan yang berasal dari petunjuk Ilahi adalah pergeseran yang terjadi akibat mengikuti arahan yang

benar, yang berasal secara vertikal dari Allah SWT dan horizontal melalui informasi yang benar yang disampaikan oleh orang lain (Nawaffani, 2023).

Dalam konteks ini, peran da'i sangat signifikan untuk memberikan panduan mengenai kebenaran, sehingga individu atau kelompok dapat mengikuti pola perubahan dari kegelapan (munkar) menuju cahaya (ma'ruf). Dalam hal ini teknologi telah membuka ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam melalui berbagai platform digital. Fenomena ini dikenal dengan istilah dakwah digital. Dakwah digital merupakan penyampaian ajaran agama melalui media sosial, video streaming, podcast dan lain sebagainya. Menariknya, dakwah digital bukan hanya memperluas jangkauan pesan agama, tetapi juga membawa perubahan sosial yang signifikan dalam masyarakat (Andini et al., 2023). Perubahan sosial dari dakwah digital tersebut antara lain:

a. Akses Informasi Keagamaan yang Lebih Luas

Salah satu perubahan nyata dakwah digital adalah terbukanya akses informasi keagamaan untuk semua kalangan. Dulu, seseorang harus datang langsung ke tempat pengajian atau membaca buku-buku agama untuk memperoleh pengetahuan Islam. Kini, cukup dengan ponsel dan koneksi internet, siapa pun bisa mengakses ceramah, kajian, dan diskusi keislaman dari berbagai ulama dan ustaz di seluruh dunia. Perubahan ini mendorong lahirnya masyarakat yang lebih melek agama dan memiliki semangat untuk terus belajar. Bahkan, kaum muda yang sebelumnya dianggap jauh dari kegiatan keagamaan kini mulai aktif mengikuti konten dakwah melalui YouTube, Instagram, TikTok, dan platform lainnya (Pratama Putri & Khoirunnisa, 2023).

b. Munculnya Komunitas Digital Berbasis Agama

Dakwah digital juga menjadi pemicu terbentuknya komunitas-komunitas virtual yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Grup WhatsApp pengajian, komunitas hijrah di Instagram, hingga forum diskusi Islami di media sosial menjadi tempat berkumpulnya individu yang memiliki semangat yang sama untuk memperbaiki diri dan memperdalam agama. Komunitas ini bukan hanya wadah berbagi ilmu, tapi juga ruang dukungan moral dan sosial yang kuat. Mereka saling menyemangati untuk menjalani gaya hidup Islami, mulai dari cara berpakaian, pola pikir, hingga kegiatan sehari-hari (Yusran & Septiani, 2025).

c. Pergeseran Pola Komunikasi Dakwah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dakwah dari yang semula bersifat satu arah dan konvensional menjadi lebih terbuka, dua arah, dan interaktif. Masyarakat kini tidak hanya sebagai pendengar, tetapi juga dapat menjadi partisipan aktif dalam diskusi dan penyebaran konten dakwah melalui media sosial. Misalnya zaman dahulu dakwah dilakukan di masjid atau

majelis taklim secara tatap muka langsung oleh ustaz/kiai. Audiens terbatas pada yang hadir secara fisik. Sedangkan dakwah di era sekarang dakwah disebarakan melalui YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast. Dai modern seperti Ustaz Hanan Attaki atau Ustaz Abdul Somad punya jutaan pengikut online. Dari sinilah terjadi pergeseran dari komunikasi satu arah (ceramah) ke komunikasi interaktif dan visual (Nurmawan, 2020).

d. Munculnya Tokoh Dakwah Digital (Influencer Islam)

Kemunculan para da'i atau ustaz yang aktif di media sosial telah menciptakan figur-figur panutan baru di masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial melalui gaya penyampaian yang segar, relatable, dan kontekstual.

Misalnya Ustadz Hanan Attaki yang merupakan contoh nyata dari influencer yang berhasil memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan positif. Sebagai seorang pendakwah, ia memiliki lebih dari 4 juta pengikut di berbagai platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Materi ceramah yang ia sampaikan, yang banyak membahas tema-tema ringan namun bermakna seperti cinta, persahabatan, dan hubungan antarmanusia, sangat menarik perhatian generasi muda. Keterlibatannya dengan para pengikutnya pun terlihat sangat aktif, dengan ratusan ribu tanggapan pada setiap unggahan yang ia bagikan. Tanggapan tersebut berupa apresiasi, pertanyaan mendalam, hingga berbagai bentuk dukungan, yang menunjukkan adanya koneksi emosional yang kuat antara dirinya dan audiens (Abdusshomad, 2024).

3. Tantangan dan Peluang Dakwah Digital

a. Tantangan Dakwah Digital

Dakwah digital kini menjadi bagian penting dalam menyampaikan ajaran Islam di era modern. Dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial, dakwah tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Namun, sebagaimana halnya setiap kemajuan, dakwah digital juga memiliki tantangan yang harus dihadapi serta peluang besar yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat perannya. Salah satu tantangan utama dalam dakwah digital adalah kualitas konten. Di tengah banjir informasi, tidak semua konten keislaman yang beredar di dunia maya memiliki keakuratan dan kedalaman materi yang memadai. Banyak pendakwah baru bermunculan tanpa latar belakang keilmuan yang kuat, sehingga berpotensi menyesatkan masyarakat atau

menimbulkan kesalahpahaman. Hal ini diperparah dengan munculnya hoaks berkedok agama yang menyebar dengan cepat di platform digital (Rani, 2023).

Tantangan lainnya adalah polarisasi dan fanatisme digital. Media sosial yang seharusnya menjadi sarana persatuan justru kerap menjadi arena perdebatan panas dan konflik antar kelompok. Perbedaan pandangan keagamaan yang seharusnya disikapi dengan bijak sering kali menjadi sumber perpecahan, terlebih jika ditambah dengan gaya penyampaian yang provokatif atau menyudutkan pihak lain.

Tak kalah penting adalah tantangan algoritma media sosial itu sendiri. Dengan begitu, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi media transformasi sosial yang membawa kebaikan dan pencerahan di era digital (Anggit Pamungkas, 2023).

Dalam memperkuat peran dakwah digital, peran lembaga keagamaan, institusi pendidikan, dan pemerintah juga sangat penting. Mereka dapat menyediakan pelatihan dan pendampingan kepada para dai digital agar mampu menyampaikan pesan Islam secara moderat, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan zaman. Dukungan ini mencakup peningkatan kapasitas teknis dalam produksi konten digital, pemahaman terhadap etika komunikasi digital, hingga kemampuan dalam mengelola media sosial secara profesional (Ibad & Dakwah, 2024).

b. Peluang Dalam Penguatan Peran Dakwah Digital

Dalam penguatan peran dakwah digital diperlukan adanya kesadaran yang penting untuk meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat. Masyarakat harus diajarkan untuk tidak langsung mempercayai semua konten keagamaan yang tersebar di internet. Kemampuan untuk memverifikasi sumber, membandingkan informasi, serta mengenali pola penyebaran hoaks menjadi bekal penting agar dakwah digital tidak menjadi alat penyebaran disinformasi. Dalam hal ini, dakwah digital yang edukatif dan kritis sangat dibutuhkan sebagai penyeimbang dari arus informasi yang kerap tak terkontrol (Wilna et al., 2024).

Selain itu peluang yang lainnya terletak pada pengembangan platform digital Islami yang dikelola secara profesional. Platform ini dapat menjadi ruang aman dan kredibel bagi masyarakat untuk mengakses informasi keagamaan. Tidak hanya berisi ceramah atau kutipan ayat dan hadis, tetapi juga diskusi interaktif, konsultasi agama, dan bahkan kursus online yang bisa diakses kapan saja. Ini sekaligus menjawab kebutuhan umat yang ingin belajar agama dengan cara yang lebih fleksibel dan relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Penguatan peran dakwah digital juga harus diiringi dengan semangat kolaborasi, bukan kompetisi. Konten dakwah yang menyentuh sisi-sisi kemanusiaan ini akan

jauh lebih relevan dan menyentuh hati, daripada sekadar menyampaikan teori keagamaan secara kaku (Ray et al., 2024).

Misalnya saja ustadzah Halimah Alaydrus yang merupakan Salah satu tokoh agama yang memanfaatkan TikTok sebagai sarana dakwah. Beliau dikenal dengan gaya penyampaian yang lembut dan menenangkan. Pesan-pesan yang disampaikan sering kali menyentuh sisi emosional dan spiritual penonton, seperti pentingnya menjaga akhlak, memperbaiki hubungan dengan Allah, serta memperkuat adab dalam kehidupan sehari-hari. Gaya beliau yang sederhana namun dalam, membuat banyak orang merasa terhubung dan lebih mudah menerima pesan-pesan kebaikan yang dibagikan. Selain itu konten dakwah beliau juga dapat menjadi refleksi bagi penontonnya. Banyak yang mengaku merasa "tersentuh" dan mulai menata kembali kehidupannya agar lebih dekat dengan Allah. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah beliau bukan hanya sekadar informasi, tapi juga inspirasi yang mampu mengubah pola pikir dan orientasi hidup seseorang. Dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus di TikTok juga membawa perubahan dalam cara masyarakat memandang peran perempuan dalam berdakwah. Dengan penampilan yang anggun dan wawasan keislaman yang mendalam, ia menunjukkan bahwa perempuan juga memiliki ruang yang kuat dalam menyebarkan nilai-nilai agama secara damai dan inspiratif (Pridiastuti, 2022).

KESIMPULAN

Dakwah digital telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mendorong perubahan sosial di masyarakat modern. Melalui pemanfaatan media sosial, platform video, dan berbagai aplikasi digital lainnya, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan secara luas, cepat, dan interaktif. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu, tetapi mampu menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang sangat akrab dengan dunia digital.

Dengan pendekatan yang kreatif dan adaptif, dakwah digital tidak hanya menyebarkan nilai-nilai keagamaan, tetapi juga mendorong kesadaran sosial, solidaritas, dan perubahan perilaku positif di tengah masyarakat. Namun, efektivitas dakwah digital tetap memerlukan integritas, keilmuan, dan tanggung jawab dari para dai agar informasi yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran Islam dan tidak menimbulkan disinformasi. Oleh karena itu, dakwah digital memiliki potensi besar sebagai motor perubahan sosial jika dikelola secara bijak dan profesional.

REFERENSI

- Abdillah, E. M. (2024). Analisis Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial: Tantangan dan Strategi Komunikasi dalam Konteks Masyarakat Modern. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 16–32.
- Abdusshomad, A. (2024). *Efektivitas dakwah ustadz influencer di media sosial dalam meningkatkan religiusitas generasi Z di Indonesia*. 63–75.
- Anas Habibi Ritonga. (2020). Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga. *Hikmah*, 14(1), 87–102.
- Andini, I. P., Hamida, F. N., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Dakwah Di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(2), 302–314.
<https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>
- Anggit Pamungkas, U. H. (2023). Tantangan dakwah melalui media sosial di era media baru. *ARKANA, Jurnal Komunikasi Dan Media*, 02, 146–158. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
- Annisa, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah (Analisis pada Mahasiswa KPI STAI Persis Bandung). *Journal of Islamic Social Science and Communication*, 1(2), 99–104.
- Efendi, E., Fatin, M. A., & Sari, N. F. (2023). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *VISA: Journal of*

- Vision and Ideas*, 3(3), 1041–1048.
<https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468>
- Fatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. (2021). Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @Nuonline_Id. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 122–123.
- Ibad, M. N., & Dakwah, F. (2024). *Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok Tantangan dan Peluang*. 1(2), 102–114.
- Ibnu Kasir, & Syahrol Awali. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Musdalifah, N. (2020). Strategi Dakwah Islam di Era Digital. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 1–20.
<https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/alinsan/article/view/418>
- Nawaffani, M. M. (2023). Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar : Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi. *Sanaamul Quran : Jurnal Wawasan Keislaman*, 4(2), 143–161.
<https://doi.org/10.62096/tsaqofah.v4i2.57>
- Nurmawan, N. (2020). Pergeseran Pola Komunikasi Dakwah Mubaligh Persis Dalam Menyiarkan Ajaran Islam. *Al-Ibanah*, 5(2), 1–37.
- Pratama Putri, N. A., & Khoirunnisa, N. I. (2023). Dakwah Sebagai Konsep Perubahan Sosial. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 5(1), 17–27. <https://doi.org/10.37680/jcd.v5i1.2849>
- Pridiastuti, A. (2022). RETORIKA DAKWAH USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE (ANALISIS PADA TEMA “ RUMAH TANGGA ” DALAM CHANNEL USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS) *Abstrak istilah atau terminology artinya mengajak atau menyeru umat islam menuju pedoman hidup yang diri*. 6(2), 1–20.
<https://doi.org/10.32832/komunika.v6i2.7096>
- 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>
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-*

- 4584), 4(1), 207–216.
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Ray, S., Das, J., Pande, R., & Nithya, A. (2024). *Swati Ray 1 , Joyati Das 2* , Ranjana Pande 3 , and A. Nithya 2*. 9(4), 195–222.
<https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Rizik, M., Hasibuan, L., & Us, K. A. (2021). VOLUME 5 NO. 2, Januari - Juni 2021. *Jurnal Literasiologi*, 5(2), 61–68.
- Sari, A. F. (2022). Dakwah Online dan Perubahan Sosial di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 786–795.
- Setiawan, N., & Khiyaroh, A. (2022). Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 223.
<https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>
- Syahputra, D., & Santalia, I. (2023). Metode Dan Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube. *Agustus*, 4(2), 187–198.
- Syifa Aulia Rahmadhani, Dhamar Indra Pratama, Rifada Nur Az Zahra Putri, Ziana Nur Rochimah, & Ahmad Rahman Ludiansyah. (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(2), 222–227.
<https://doi.org/10.58192/sidu.v3i2.2184>
- Wilna, C., Sitompul, S., Manurung, S., Khumairah, N., Hasibuan, R., & Febriyanti, T. B. (2024). PERAN DAKWAH DIGITAL DALAM PENYEBARAN AJARAN. 8(9), 433–440.
- Yusran, A., & Septiani, N. (2025). *Peran Teknologi dalam Meningkatkan Keterlibatan Sosial Komunitas Agama di Platform Digital The Role of Technology in Enhancing Social Engagement of Religious Communities on Digital Platforms*. 2(1), 1–10.