

INOVASI PERENCANAAN DAKWAH BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL DI ERA MILENIAL

Ariadi¹, Mahmuddin²

Dirasah Islamiyah Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar

E-mail: *ariadiadi081@gmail.com¹, mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id²

ABSTRAK

Istilah “Berdakwa di era digital” merujuk pada khotbah yang disampaikan melalui berbagai bentuk media elektronik dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens kontemporer. Ada beberapa kunci dalam merencanakan dakwah berbasis teknologi, yaitu memahami khalayak, menyusun pesan yang relevan, memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah. Di antara berbagai cara modern untuk dakwah, media sosial menonjol di atas yang lain. Para pendakwah dapat menjangkau khalayak milenial melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial, membuat konten yang relevan dan menarik, berinteraksi secara aktif, berkolaborasi dengan influencer, menggunakan bahasa yang familiar, serta mengadakan kegiatan offline yang bermakna. Sementara itu, di samping kemudahan berdakwah di era teknologi, terdapat tantangan bagi para pendakwah, yaitu perubahan pola komunikasi, keberagaman informasi, persaingan konten, serta adaptasi dengan gaya hidup digital masyarakat.

Kata kunci

Inovasi, Perencanaan, Berdakwah, Teknologi, Milenial

ABSTRACT

Preaching in the digital era is preaching whose implementation is adjusted to the conditions and circumstances of modern society, both in terms of material, methods, and media to be used. There are several keys to planning technology-based preaching, namely understanding the audience, composing relevant messages, utilizing social media to convey preaching messages. In today's digital era, social media is one of the most powerful tools in spreading preaching. Preachers can reach millennial audiences through the use of technology and social media, creating relevant and interesting content, interacting actively, collaborating with influencers, using familiar language, and holding meaningful offline activities. Meanwhile, in addition to the ease of preaching in the technological era, there are challenges for preachers, namely changes in communication patterns, diversity of information, content competition, and adaptation to the digital lifestyle of society.

Keywords

Innovation, Planning, Preaching, Technology, Millennials

1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, segala sesuatu dapat dicapai dan diperoleh dengan relatif mudah. Mungkin, sebelum perkembangan media elektronik, individu memerlukan berbagai buku atau bahan referensi dalam bentuk buku. Selain itu, di era internet ini, orang hanya perlu mencarinya di salah satu dari banyak situs web yang tersedia. Data yang kita butuhkan akan muncul dalam berbagai format. Hal ini disebabkan oleh perkembangan pemikiran manusia yang selalu dinamis dalam kehidupan sehari-hari.

Media digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam dunia modern yang ditandai oleh teknologi informasi dan komunikasi yang instan. Internet dan media sosial telah merevolusi interaksi manusia, berbagi pengetahuan, dan akses terhadap informasi ilmiah. Banyak aspek kehidupan, termasuk penyebaran pesan-pesan keagamaan, juga telah terpengaruh oleh perubahan-perubahan ini. Penyebaran ajaran Islam, atau dakwah, tidak

lagi terbatas pada pertemuan langsung atau mimbar masjid. Berbagai platform digital, termasuk media sosial, blog, podcast, dan streaming video, kini tersedia untuk dakwah. Pesan-pesan Islam kini dapat melewati batasan geografis dan menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam melalui penggunaan media digital dalam dakwah.

Dakwah digital telah berkembang pesat berkat kondisi yang memudahkan yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok memiliki dua fungsi: menghubungkan orang-orang dan menyebarkan prinsip-prinsip Islam. Di mana pun ada koneksi internet, di situ ada konten dakwah. Konten tersebut bisa berupa teks, gambar, video, hingga siaran langsung. Dengan demikian, muncul peluang baru bagi da'wah untuk menyebarkan pesan-pesan agama melalui cara-cara kreatif. Da'wah digital memiliki banyak aspek positif, namun juga memiliki beberapa aspek negatif. Keandalan dan ketepatan informasi yang disampaikan merupakan dua di antara hambatan tersebut.

Dakwah adalah upaya untuk mengubah orang dari keadaan buruk menjadi keadaan yang lebih baik dan sempurna. Mengadopsi prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari merupakan hasil dari da'wah, yang merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan agama dan pandangan hidup seseorang. Da'wah Islam modern juga menghadapi berbagai masalah dan tantangan. Akibatnya, akan ada banyak tantangan yang rumit dan sulit bagi dakwah Islam. Kelebihan-kelebihan globalisasi dan kenyataan pluralisme agama saat ini, setidaknya sebagian, terkait dengan kesulitan-kesulitan dalam dakwah Islam. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang dengan kecepatan yang mengagumkan, membawa kita ke era baru informasi dan komunikasi setelah transisi dari masyarakat agraris ke masyarakat industri.

Dakwah digital sangat penting dalam kehidupan modern. Untuk membimbing orang ke jalan yang benar tanpa mengeluarkan biaya tambahan, ajaran Islam dapat disebarkan melalui internet. Tidak ada lagi cara untuk menghentikan kemajuan ilmu pengetahuan di bidang sains dan teknologi, terutama di era globalisasi ini. Banyak tantangan yang dihadapi umat Islam saat ini dan di masa depan dapat diatasi jika kita berusaha untuk menafsirkan ajaran Islam melalui kaca mata ilmu pengetahuan dan teknologi modern.

Inovasi dalam dakwah merupakan hal yang mutlak diperlukan untuk memfasilitasi perkembangan komunitas Muslim baik secara individu maupun kolektif. Kekurangan kreativitas dalam dakwah merupakan salah satu penyebab utama kegagalan dakwah. Beberapa orang menganggap Islam sebagai agama yang irasional dan tidak peduli, yang menghambat kemajuan. Jika ditangani dengan benar, bahkan tugas yang paling biasa pun memiliki potensi untuk menjadi luar biasa. Agar dakwah dapat diterima dengan mudah oleh mitra dakwah, diperlukan metode dan inovasi baru.

Untuk berhasil dalam dakwah digital, konten dakwah digital perlu beragam dan menarik. Oleh karena itu, sangat penting bagi para da'i untuk terus mencari cara baru dalam menyajikan konten dakwah agar tetap menarik bagi audiens. Untuk berhasil dalam dakwah digital, seseorang harus memiliki pemahaman mendalam tentang preferensi dan karakteristik audiens. Dakwah harus belajar cara menarik perhatian orang, mempertahankan minat mereka, dan membangun komunitas yang aktif dan terlibat. Itulah mengapa, di era globalisasi yang belum pernah terjadi sebelumnya ini, kreativitas dalam dakwah lebih penting dari sebelumnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literatur, yang juga dikenal sebagai library research, yang melibatkan pengumpulan data dan informasi dari berbagai bahan

perpustakaan. Artinya, penelitian yang mengumpulkan fakta dari sumber-sumber sejarah seperti buku-buku tentang da'wah, terutama yang membahas inovasi dalam da'wah, serta bentuk-bentuk literatur lain yang ada seperti Al-Qur'an dan hadis.

Salah satu aspek menarik dari tinjauan literatur adalah kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk memanfaatkan berbagai karya yang telah diterbitkan sebelumnya dalam upaya mereka menjawab pertanyaan penelitian. Salah satu jawaban yang mungkin untuk masalah-masalah ini adalah studi sastra dalam kaitannya dengan bidang khotbah. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa studi sastra menyediakan sejumlah besar referensi ilmiah yang dapat digunakan untuk penelitian. Penelitian di bidang sastra akan mencerminkan konsistensi temuan ilmiah berkualitas tinggi.

Metode pengolahan dan analisis data dalam suatu studi sangat penting, dan merupakan bagian integral dari sejumlah proses penelitian sebelumnya. Metode identifikasi data digunakan, yang meliputi pengumpulan berbagai sumber literatur, penyortiran data yang relevan, dan akhirnya penyajiannya. Untuk memastikan bahwa penelitian ini efektif, mudah dipahami oleh pembaca, dan tetap pada topik, pengurangan data melibatkan pemilihan data yang relevan, pemilihan subjek, dan akhirnya memfokuskan pembahasan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunci Perencanaan Dakwah Berbasis Digital

Ketika semua bagian dari sistem elektronik mengolah sinyal secara mandiri, kita mengatakan bahwa sistem tersebut bersifat digital. Dalam hal mentransfer daya atau energi, sistem digital menggunakan sejumlah sirkuit digital/logika, komponen elektronik, dan komponen gerbang logika. Dengan kata lain, kita hidup di era digital karena teknologi telah berkembang hingga kita dapat melakukan segala hal yang kita butuhkan secara online. Tidak ada campur tangan manusia yang dapat menghambat kemajuan era digital. Di era ini, di mana penyebaran informasi terjadi dengan sangat cepat berkat teknologi digital, kita benar-benar hidup di era digital. Di sisi lain, teknologi digital merujuk pada sistem yang bergantung pada komputer dan terhubung ke internet.

Tujuan dari dakwah Islam untuk menginspirasi masyarakat agar hidup secara saleh sehingga mereka dapat menjadi Muslim yang sejati. Orang-orang dapat menjadi Muslim yang taat yang mengikuti ajaran agama Islam dengan mendengarkan dakwah Islam. Selain itu, masyarakat yang mengikuti ajaran moral yang diajarkan dalam Islam akan terbentuk melalui dakwah Islam. Meskipun memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, masyarakat Indonesia tidak hidup dalam masyarakat yang sempurna. Hal ini berarti ada sebagian orang yang kekurangan stabilitas ekonomi, keyakinan agama yang kuat, atau prinsip moral. Gambaran diri ini seringkali tidak memuaskan bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dakwah sangat penting untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat luas.

Dakwah modern merujuk pada dakwah yang telah disesuaikan dengan konten, metode, dan media yang sesuai dengan masyarakat saat ini. Alasan dakwah tidak akan berhasil adalah karena meskipun pesan yang disampaikan baik, cara penyampaiannya mungkin tidak sesuai dengan masyarakat saat ini. Di sisi lain, meskipun media atau metode yang digunakan sesuai dengan masyarakat modern, kontennya mungkin tidak sesuai, terutama jika kemasannya tidak menarik, dan khotbah pun akan gagal. Oleh karena itu, seorang pendakwah di era modern perlu memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan isi pesan secara up-to-date, serta menggunakan metode dan strategi yang sesuai jika ingin khotbahnya efektif.

Dalam meningkatkan efektivitas penyampaian dakwah oleh pendakwah, ada beberapa kunci perencanaan dakwah berbasis teknologi, yaitu:

a. Memahami audiens

Dalam teori komunikasi digital, memahami interaksi strategis antara pembicara dan audiens sangat penting dalam lingkungan digital. Interaksi antara keduanya dapat memudahkan pembicara untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya. Praktik dakwah, atau penyebaran ajaran agama kepada masyarakat umum, sangat penting. Dakwah paling efektif ketika penyampai pesan mampu mengekspresikan diri dengan jelas dan ringkas. Dalam dakwah, penggunaan kalimat yang efektif sangat penting agar audiens dapat memahami apa yang Anda sampaikan. Kredibilitas, emosi audiens, dan argumen rasional merupakan tiga pilar yang menjadi landasan teori retorika Aristoteles.

Selain itu, dalam hal komunikasi yang berpusat pada audiens, hal terpenting adalah memahami audiens Anda dan apa yang mereka butuhkan sebelum menyesuaikan bahasa dan cara penyampaian. Menurut teori dalam penelitian kognitif dan psikolinguistik, orang lebih mampu menyerap dan mengingat informasi ketika informasi tersebut disajikan dalam kalimat yang jelas, terorganisir, dan ringkas. Kalimat yang jelas, ringkas, koheren, empati, dan kontekstual adalah yang paling efektif. Pesan-pesan agama dapat dibuat lebih relevan dan mudah dipahami dengan memanfaatkan strategi-strategi ini.

Ketika menyusun pesan, komunikator yang berorientasi pada audiens menekankan pentingnya memahami karakteristik dan kebutuhan audiens. Pembicara, sesuai dengan teori ini, sebaiknya menilai kebutuhan pendengar sebelum memutuskan cara menyampaikan pesan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan meliputi demografi audiens (jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dll.), sikap dan nilai-nilai mereka (keyakinan, nilai-nilai, dan pendapat mereka tentang topik yang dibahas), serta kebutuhan dan minat mereka (hal-hal yang paling mereka pedulikan dan ingin mereka dapatkan dari pesan tersebut).

Meningkatkan daya persuasif pesan memerlukan pengembangan logis, yaitu argumen logis dan rasional. Untuk menggunakan logis, seseorang harus mendukung pesannya dengan bukti, fakta, dan logika. Keterampilan presentasi meliputi mengenali premis-premis penting, mengutip bukti yang relevan, menggunakan penalaran deduktif dan induktif, menghindari kesalahan logika, membangun argumen yang terorganisir dengan baik, dan mempertimbangkan potensi argumen lawan. Penggunaan teks suci yang otoritatif, data statistik, contoh nyata, dan tanggapan rasional terhadap kekhawatiran jemaat dapat membantu pendeta menyampaikan pesan mereka dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan dan memenuhi kebutuhan serta minat mereka dengan cara yang jelas dan meyakinkan.

Seni analisis audiens terletak pada pemahaman karakteristik dan kebutuhan demografi target agar dapat menyesuaikan bahasa dan gaya penyampaian secara sesuai. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan. Pendeta dapat meningkatkan dampak khotbah dengan mempelajari pendengar mereka dan menyesuaikan gaya penyampaian agar lebih menarik dan mudah dipahami.

b. Penyusunan Pesan yang Relevan

Dalam teori komunikasi dikenal istilah teori kecerdasan kolektif dimana kelompok dapat menghasilkan pengetahuan dan solusi bersama melalui sebuah interaksi online. Selain memiliki pengetahuan agama yang luas, seorang dai juga harus menjadi komunikator yang efektif. Untuk memastikan bahwa masyarakat memahami dan menerima pesan dakwah, sangat penting bagi seorang dai untuk menjadi komunikator yang efektif. Seorang dai juga harus cukup fleksibel untuk menggunakan media baru guna menyebarluaskan ajaran Islam secara efektif. Ketika berbicara dengan sopan,

orang-orang akan lebih memperhatikan dan lebih terbuka terhadap apa yang Anda sampaikan. Pesan seorang pendeta seharusnya relevan dengan masalah-masalah yang dihadapi komunitas dan seharusnya jelas, tidak ambigu, dan mudah dipahami. Kebingungan dapat timbul dari pesan-pesan yang terlalu rumit dan sulit dipahami. Jadi, dakwah harus dilakukan dengan bahasa yang sederhana namun kuat. Dalam dakwah, dai harus menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kejujuran dan tidak boleh menyimpang dari kebenaran. Dalam Surah al-Baqarah ayat 42 dijelaskan:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang haq dengan yang batil dan janganlah kamu sembunyikan yang haq itu, sedang kamu mengetahui.”

Pesan dakwah harus disampaikan dalam bahasa yang sesuai dengan audiens serta relevan dengan konteks kehidupan mereka. Dakwah yang berhasil adalah dakwah yang mampu memberikan solusi konkret terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Misalnya, dakwah yang menekankan pentingnya akhlak dalam bermedia sosial atau menanggapi isu-isu modern seperti etika bisnis dalam Islam.

c. Memamfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah

Penggunaan media ini dalam teori komunikasi dikenal sebagai teori jaringan. Teknologi internet pada dasarnya berfungsi untuk memfasilitasi interaksi sosial offline, yang merupakan hal mendasar bagi keberadaan manusia dan masyarakat sebagai makhluk sosial. Hampir semua orang Indonesia yang menggunakan internet melakukannya melalui ponsel pintar, dan sebagian besar pengguna tersebut mengakses platform media sosial. Tanpa disadari atau tidak, penyebaran perangkat berukuran genggam ini telah memfasilitasi kemunculan influencer dan kreator konten lainnya..

Penggunaan media digital membuat dakwah Islam lebih menarik untuk ditonton, terutama karena audiens modern lebih suka mendengarkan melalui ponsel daripada menghadiri pertemuan pengetahuan. Pendakwah juga perlu beradaptasi dengan digitalisasi, karena perkembangan zaman semakin canggih dan pesat, baik dalam memberikan informasi maupun menerima informasi. Peran penting pengkhotbah terletak pada cara mereka membuat konten dakwah lebih menarik daripada konten negatif. Konten dakwah harus menjadi sarana untuk membuat mereka yang terpicu oleh konten negatif sadar bahwa hal itu tidak sejalan dengan ajaran Islam.

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah yang mampu memberikan efek dan nilai positif serta dampak negatif bagi umat Islam. Efek positif dan nilai-nilai yang dapat diambil dari dakwah melalui media sosial antara lain kemudahan akses media sosial yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi Islam dan mempelajari berbagai ajaran Islam di mana saja dan kapan saja.

Cara Pendakwah dalam Memamfaatkan Media Sosial dalam Menjangkau Audiens Milenial

Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok banyak digunakan oleh generasi milenial. Sebagian besar dari mereka mendapatkan berita dan informasi terbaru melalui media sosial. Dengan jumlah pengguna yang begitu besar, jelas bahwa media sosial dapat menjadi platform yang sangat efektif untuk khotbah. Media sosial merupakan platform yang sangat baik untuk diskusi keagamaan dan pembentukan komunitas online yang berpusat pada prinsip-prinsip Islam. Dalam kerangka ini, generasi milenial dapat memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk diskusi interaktif tentang Islam, yang dapat membantu mereka memahami lebih dalam tentang agama dan ajarannya.

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, dakwah yang secara tradisional disebarkan melalui khutbah di masjid, pembacaan ayat-ayat suci, atau ceramah telah mengalami perubahan yang signifikan. Berkat media online ini, pesan-pesan dakwah tidak lagi dibatasi oleh batas geografis atau waktu. Para pendakwah atau dai kini dapat mengirimkan pesan-pesan keagamaan dalam bentuk teks, gambar, video, dan konten visual lainnya yang dapat diakses kapan saja oleh pengguna internet. Bagi generasi milenial, yang cenderung lebih suka konsumsi informasi yang ringan, ringkas, dan visual, metode dakwah melalui media sosial menjadi lebih efektif.

Pendekatan ini menampilkan nilai-nilai Islam dengan cara yang dapat dipahami oleh generasi milenial melalui kreativitas, minat, dan relevansi. Dibandingkan dengan metode konvensional untuk menjangkau audiens yang luas, biaya penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan agama ternyata sangat rendah. Hal ini menjadi sangat relevan untuk generasi milenial, yang memiliki karakteristik unik dalam konsumsi media dan informasi. Mereka biasanya menginginkan informasi yang dapat diakses dengan cepat dan disajikan dalam format yang menarik. Oleh karena itu, media sosial memungkinkan penyajian konten dakwah dalam bentuk-bentuk yang disukai milenial, seperti video pendek, infografis, dan postingan singkat namun berbobot.

Di platform seperti YouTube, konten dakwah dapat dikemas dalam format video yang kreatif dan menarik. Misalnya, beberapa pendakwah atau influencer Muslim menggunakan vlog atau video pendek untuk membahas topik-topik agama dengan gaya bahasa yang ringan namun mendalam. Konten ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat menginspirasi dan mendekatkan ajaran Islam dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, platform seperti Instagram dan TikTok, yang berbasis pada visual dan video pendek, memungkinkan dai untuk menyampaikan pesan secara ringkas namun berkesan. Format ini sesuai dengan pola konsumsi informasi generasi milenial yang lebih menyukai konten singkat dan visual.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai platform dakwah memiliki dampak yang positif dalam mendekatkan generasi milenial dengan nilai-nilai keislaman. Misalnya, survei yang dilakukan oleh beberapa lembaga penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung lebih responsif terhadap pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui platform digital. Mereka merasa lebih dekat dengan ajaran agama karena konten yang dikonsumsi relevan dengan gaya hidup mereka sehari-hari. Efektivitas dakwah di media sosial juga ditunjang oleh kemampuan platform ini untuk menyajikan konten secara personal dan sesuai minat audiens. Algoritma media sosial memungkinkan konten dakwah muncul di timeline atau beranda pengguna yang tertarik pada topik agama atau moralitas. Hal ini memungkinkan dakwah menjangkau secara tepat kelompok-kelompok yang memang memerlukan atau tertarik pada topik-topik keagamaan.

Namun, efektivitas ini juga sangat bergantung pada kualitas konten yang disajikan. Konten dakwah yang sukses adalah yang mampu menyampaikan pesan secara ringkas, tepat sasaran, dan menggunakan bahasa yang relevan bagi milenial. Penggunaan bahasa yang santai namun tetap menghormati nilai-nilai agama dapat membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh generasi ini. Selain itu, konten visual yang menarik seperti infografis, video, atau animasi sering kali lebih efektif dibandingkan dengan teks panjang. Media sosial memiliki potensi yang sangat besar sebagai platform dakwah di era digital, terutama dalam menjangkau generasi milenial. Melalui pendekatan yang kreatif dan relevan, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih luas dan efektif kepada kalangan muda. Namun, tantangan tetap ada, baik dalam hal validitas informasi, persaingan dengan konten negatif, maupun risiko polarisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan

dai dan konten kreator dakwah yang kompeten dan bijaksana dalam menyajikan konten yang berkualitas, informatif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip keislaman.

Transformasi Dakwah di Era Society 5.0: Tantangan dan Strategi Penyesuaian

Perkembangan teknologi informasi yang kian pesat telah memasuki fase baru yang disebut sebagai Society 5.0 sebuah konsep masyarakat yang mengintegrasikan ruang fisik dan digital. Dalam konteks dakwah, perubahan ini menimbulkan tantangan baru bagi para dai, tidak hanya dari sisi penyampaian pesan, namun juga dari aspek kecepatan informasi, validitas sumber, hingga karakteristik audiens digital seperti generasi milenial dan Z. Maka, diperlukan strategi dakwah yang adaptif dan kontekstual agar pesan keislaman tetap relevan dan tidak terdistorsi oleh arus digital yang tidak terkontrol.

a. Ledakan Informasi dan Penyebaran Pesan yang Sangat Pesat

Di era digital, arus informasi mengalir begitu cepat dan luas, termasuk informasi keagamaan. Konten dakwah bisa saja dipotong-potong, disalahpahami, bahkan dimanipulasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, dai perlu menyusun pesan yang ringkas, padat, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik audiensnya. Penggunaan media yang tepat serta pembangunan komunitas digital yang sehat juga menjadi keharusan.

b. Ancaman Polarisasi dan Penyebaran Hoaks

Internet membuka ruang luas bagi disinformasi. Pesan dakwah yang tidak dikemas dengan bijak bisa dianggap provokatif. Pendakwah harus mampu menjadi agen penyejuk yang mengedepankan bahasa inklusif, merangkul, dan berbasis pada dalil yang otoritatif.

c. Validitas Konten dan Otoritas Keilmuan

Banyak konten viral yang tidak memiliki dasar keilmuan yang sah. Pendakwah perlu menjaga kredibilitas dengan menyertakan sumber yang jelas dan membangun identitas digital yang terpercaya, termasuk dengan memanfaatkan akun resmi atau terverifikasi.

d. Perhatian Pendek Generasi Z

Generasi muda lebih tertarik pada konten singkat, visual, dan menghibur. Strategi dakwah yang efektif harus mampu memadukan edukasi dan hiburan (edutainment), melalui media seperti video pendek, infografis, dan storytelling yang sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

e. Etika dalam Berdakwah di Dunia Maya

Bahasa dakwah di dunia digital harus tetap mencerminkan akhlak Rasulullah SAW: santun, bijaksana, dan tidak menghakimi. Hindari penggunaan retorika yang menyudutkan atau menyerang pribadi.

Dengan memahami tantangan-tantangan ini, para dai dapat menyusun strategi dakwah digital yang lebih efektif, kontekstual, dan membawa pengaruh positif yang berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat modern.

Evaluasi Efektivitas Media Sosial dalam Dakwah Digital

Dalam merancang strategi dakwah berbasis teknologi, tidak cukup hanya dengan membuat konten yang menarik dan relevan. Seorang dai juga perlu mengevaluasi efektivitas dari media yang digunakan, guna memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar terserap dan berdampak pada audiens. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, tergantung pada karakteristik media yang digunakan serta tujuan dakwah itu sendiri.

a. Analisis Kuantitatif melalui Data Statistik

Platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast menyediakan fitur analitik yang dapat dimanfaatkan untuk menilai capaian dakwah. Beberapa indikator penting di antaranya:

- 1) Jumlah penayangan sebagai indikator jangkauan pesan.
- 2) Jumlah pengikut (followers/subscribers) sebagai ukuran keterikatan audiens.
- 3) Reaksi pengguna seperti komentar, suka, dan bagikan yang menggambarkan interaksi.
- 4) Durasi tontonan (audience retention) menunjukkan sejauh mana audiens menyimak konten hingga selesai.
- 5) Pertumbuhan statistik akun menjadi penanda tren keberhasilan atau stagnasi.

b. Umpan Balik Audiens sebagai Evaluasi Kualitatif

Respon yang datang dari audiens seperti komentar, testimoni, atau pertanyaan menunjukkan apakah konten dakwah mampu menyentuh aspek emosional dan spiritual mereka. Komunikasi langsung melalui sesi tanya jawab daring maupun pesan pribadi (DM/email) juga menjadi bukti keterhubungan antara dai dan mad'u.

c. Perubahan Sosial dan Personal sebagai Capaian Dakwah

Efektivitas juga dapat dilihat dari perubahan nyata dalam kehidupan audiens, seperti meningkatnya partisipasi dalam kegiatan keagamaan, bertambahnya peserta kajian daring/luring, hingga terbentuknya komunitas berbasis nilai-nilai Islam.

d. Survei dan Kuesioner

Penyebaran kuesioner secara daring maupun luring menjadi metode ilmiah untuk mengetahui persepsi dan dampak dakwah terhadap audiens. Misalnya dengan pertanyaan seperti: "Apakah konten dakwah ini membantu Anda memahami ajaran Islam?", atau "Apakah Anda merasa termotivasi untuk memperbaiki akhlak setelah menonton/mendengarkan konten ini?".

e. Konsistensi Pesan dan Citra Dai

Dakwah digital yang efektif ditandai dengan konsistensi pesan di berbagai platform serta penguatan identitas dai di mata masyarakat. Hal ini dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas audiens.

Dengan adanya evaluasi yang terstruktur, dakwah tidak hanya menjadi aktivitas penyampaian semata, tetapi juga menjadi proses yang dinamis, terukur, dan berorientasi pada hasil. Pendekatan ini penting agar konten dakwah tidak terjebak dalam bentuk hiburan semata, tetapi tetap membawa nilai-nilai substantif keislaman yang mampu mengubah cara pandang dan perilaku audiens secara positif.

Dalam dunia dakwah teori pemasaran sosial dalam berdakwah dapat dimanfaatkan untuk mendorong perubahan perilaku yang diinginkan melalui pendekatan yang sistematis dan terencana. Pemasaran sosial bertujuan untuk mempromosikan ide-ide atau perilaku baru yang bermanfaat bagi masyarakat secara umum. Pendakwah dapat menjangkau audiens milenial yaitu melalui:

- a. Pemamfaatan teknologi dan media sosial
- b. membuat konten yang relevan dan menarik
- c. Melakukan interaksi aktif, berkolaborasi dengan influencer
- d. Menggunakan bahasa yang akrab, dan mengadakan kegiatan offline yang bermakna.

Pendeta dapat menarik generasi milenial dengan menggunakan strategi ini. dakwah yang jujur, relevan, dan up-to-date sangat penting di era milenial. Saat ini, orang dapat menggunakan platform media sosial untuk berkhotbah atau menyebarkan informasi dengan mudah, sama seperti mereka menggunakan metode tradisional dalam penyampaian langsung. Sangat penting untuk memiliki strategi da'wah yang efektif dalam

menyebarkan ajaran Islam kepada generasi muda di era milenial ini. Tujuan da'wah modern saat ini, dengan memanfaatkan media sosial, pendekatan personal, dan interaktif, serta harapan agar ajaran Islam diterima dengan baik, adalah untuk menjadikan para praktisi da'wah sebagai utusan yang kredibel yang dapat menjangkau lebih banyak orang.

Salah satu cara paling efektif untuk menyebarkan ajaran agama di era digital modern adalah melalui media sosial. Generasi milenial, yang merupakan pengguna aktif platform ini, memiliki preferensi tertentu terhadap bentuk konten yang dianggap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa bentuk konten yang paling efektif dan menjelaskan bagaimana setiap jenis konten berkontribusi terhadap tujuan dakwah. Salah satu bentuk konten yang paling menarik bagi generasi milenial adalah video pendek. Dengan semakin populernya platform seperti TikTok dan Instagram Reels, video pendek yang menampilkan pesan dakwah dengan cara yang ringkas dan menarik semakin digemari. Konten ini memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan efektif, memanfaatkan elemen visual dan audio untuk menarik perhatian pengguna.

Dakwah Digital Singkat: Menjaga Nilai dalam Arus Popularitas TikTok dan Reels

Pemanfaatan platform digital seperti TikTok dan Instagram Reels kini menjadi strategi dakwah yang kian digemari, terutama oleh kalangan muda seperti generasi milenial dan Gen Z. Format video pendek yang ditawarkan mampu menarik perhatian luas dalam waktu singkat, sehingga menjadi sarana yang potensial untuk menyampaikan ajaran Islam secara cepat dan menarik.

Namun demikian, terdapat tantangan besar dalam menjaga kedalaman isi dakwah di tengah batasan durasi dan tekanan untuk mengikuti tren populer. Jika tidak diiringi dengan kehati-hatian, dakwah semacam ini dapat tereduksi menjadi hiburan semata yang kehilangan makna spiritualnya. Maka penting bagi dai mempertahankan substansi dakwah yang kuat, meskipun dikemas dalam bentuk yang kreatif dan modern. Konsistensi dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara etis dan autentik tetap menjadi prioritas utama agar dakwah digital tidak hanya menjadi viral, tetapi juga membawa dampak yang bermakna bagi kehidupan umat.

Tantangan dalam Implementasi Strategi Dakwah Berbasis Teknologi

Dakwah adalah proses yang membuat masyarakat sadar dan ingin mengubah pola pikir serta tindakan mereka. Dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga merupakan gerakan untuk membangkitkan kesadaran dalam diri masyarakat. Dalam era digital, setiap orang bisa menjadi penerima sekaligus penyampai pesan. Ini berarti mereka tidak hanya menerima pesan keagamaan, tetapi juga dapat membuat dan menyebarkannya melalui berbagai platform internet. Di zaman teknologi sekarang, metode dakwah harus disesuaikan dengan situasi saat ini. Karena kita hidup di era digital yang penuh dengan internet.

Tujuan utama dari dakwah tetap tidak berubah yakni membimbing individu menuju kehidupan yang lebih baik dan memuaskan melalui ajaran Islam. Namun, era digital menghadirkan tantangan yang unik. Globalisasi dan meningkatnya keragaman keyakinan agama telah menciptakan lanskap yang kompleks bagi para dai. Selain itu, kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah masyarakat manusia secara mendasar, dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri dan sekarang menjadi masyarakat yang digerakkan oleh teknologi.

Situasi saat ini menunjukkan bahwa isu-isu di dunia maya menjadi semakin terbuka dan mudah diakses, sehingga mengaburkan batas-batas untuk mengevaluasi kualitas seorang pengkhotbah. Dalam lingkungan seperti ini, Tidak ada yang disensor saat mereka mengungkapkan pendapatnya, dan otoritas tidak lagi hanya ditentukan

oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti jumlah pengikut dan popularitas. Fenomena ini sering disebut sebagai “kematian keahlian,” yang menyoroti tantangan yang dihadapi oleh para ahli karena menjamurnya informasi yang tersedia.

Istilah ini mengkritik kecenderungan masyarakat modern yang menganggap dirinya cukup berpengetahuan meskipun pemahamannya terbatas, yang mengarah pada penurunan minat untuk mencari bimbingan dari para ahli. Di era digital, batas antara pakar dan masyarakat awam semakin memudar. Masyarakat biasa dapat berbicara seolah-olah mereka adalah pakar hanya berdasarkan pengaruh pengikutnya. Fenomena ini menjadi tantangan bagi dakwah di era digital. Meskipun teknologi digital memudahkan penyebaran pesan-pesan Islam, di sisi lain, hal ini dapat mengubah otoritas kebenaran. Ironisnya, banyak orang mengikuti pandangan yang meragukan kebenarannya tanpa proses verifikasi. Selain itu, kehadiran da'i dadakan yang pengetahuan keagamaannya dipertanyakan justru menghambat pergerakan da'i tradisional.

Salah satu tantangan yang dihadapi da'wah di era digital modern adalah integrasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Da'wah, yang selama ini bergantung pada metode teks, harus beradaptasi dengan kondisi masyarakat modern saat ini. Penceramahan teks, seperti yang ditekankan oleh Akhid Widi Rahmanto, mengabaikan konteks praktis saat menerapkan ajaran-ajaran yang diambil dari Al-Quran dan hadis. Itulah mengapa penceramahan yang berkonteks lebih menantang daripada penceramahan yang hanya mengandalkan teks. Contoh-contoh yang tepat dan jawaban praktis sangat diperlukan dalam penceramahan berkonteks di era milenial.

Secara umum tantangan pendakwah di zaman modernisasi sekarang yaitu:

- a. Perubahan pola komunikasi
- b. Keberagaman informasi
- c. Persaingan konten, hingga adaptasi terhadap gaya hidup digital masyarakat. Pendakwah perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penolakan, hinaan, cacian, ketakutan, dan fitnah yang dihadapi para pendeta setiap hari adalah hal yang tak terhindarkan dan semakin kompleks seiring berjalannya waktu. Menyebarkan ajaran Islam saat ini menghadapi tantangan yang jauh lebih besar dibandingkan masa lalu. Khususnya, dalam pembentukan perilaku atau akhlak sesuai dengan tuntutan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Ini karena dua hal. Pertama, kemajuan teknologi yang pesat. Kedua, perkembangan transportasi berarti yang semakin pesat. Kemajuan teknologi yang pesat memudahkan manusia untuk berkomunikasi melalui media sosial.

Pesatnya perkembangan media sosial memudahkan seseorang untuk bergosip, menghina, dan menjelek-jelekkan orang lain melalui media sosial. Padahal hal ini sangat dilatarbelakangi oleh agama. Oleh karena itu, dakwah harus didorong untuk mengarahkan umat Islam menggunakan media sosial secara positif, misalnya dengan tidak menyebarkan atau mempublikasikan aib orang lain melalui media sosial atau cara lain. Kedua, kemajuan teknologi transportasi memudahkan pemindahan dakwah ke sejumlah daerah bahkan ke daerah terpencil. Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi dan transportasi dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah agar dakwah lebih efektif, cepat, dan akurat sehingga nilai dakwah yang berisi ajakan untuk selalu taat kepada Allah SWT dapat terjaga. Khususnya, dengan melaksanakan perintah dan larangan yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad Saw.

4. KESIMPULAN

Ada beberapa kunci perencanaan dakwah berbasis teknologi yaitu:

- a. Memahami audiens
- b. Penyusunan pesan yang relevan
- c. Memamfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling ampuh dalam penyebaran dakwah. Generasi milenial, yang merupakan pengguna aktif platform ini, memiliki preferensi tertentu terhadap bentuk konten yang dianggap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Pendakwah dapat menjangkau audiens milenial yaitu melalui:

- a. Pemamfaatan teknologi dan media sosial
- b. membuat konten yang relevan dan menarik
- c. Melakukan interaksi aktif, berkolaborasi dengan influencer
- d. Menggunakan bahasa yang akrab, dan mengadakan kegiatan offline yang bermakna

Secara umum tantangan pendakwah di zaman modernisasi sekarang yaitu, perubahan pola komunikasi, keberagaman informasi, persaingan konten, hingga adaptasi terhadap gaya hidup digital masyarakat. Pendakwah perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Yusra Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial, Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu 2024 .
- Chandra M, Ramsiah Tasruddin, Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial, Jurnal Kolaboratif Sains, Vol. 8, No. 1 (2025).
- Chudori Yudi Dkk, Strategi Dakwah dalam Era Digital; Peluang dan Tantangan, Jurnal Of Mister, Vol. 1, No. 3 (2024).
- Faridhatun Nikmah, "Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial," Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol. 2, No. 1 (2020): h. 27.
- Kasir Ibnu, Syahrol Awali, Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di era modern, Jurnal An-Nasyr, Vol. 11, No. 1 (2024).
- Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Edisi Penyempurnaan, 2019).
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Panduan Implementasi Society 5.0 di Indonesia (Jakarta: Kemendikbudristek, 2022), h. 3.
- Latifah Nur, Strategi Dakwah Islam di Era Digital, Jurnal Al-Insan, Vol. 4, No. 1 (2023).
- Latifah Nur, Strategi Dakwah Islam di Era Digital, Jurnal Al-Insan.
- Mer Hananto Praditya, Pemanfaatan Media Sosial untuk Berdakwah, Jurnal Ushuluddin, Vol. 23, No. 1 (2021).
- Muhyiddin Asep, Metode Pengembangan Dakwah, (Bandung: Pustaka Setia, 2002).
- Nikmah Faridhatun, Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial, Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol. 2, No. 1 (2020).
- Noer, Deliar, Islam dan Masyarakat. Cet. I, (Jakarta: Yayasan Risalah 2003).

Praditya Hananto Mer, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Berdakwah," Jurnal Ushuluddin, Vol. 23, No. 1 (2021): h. 61.

Rahmah Siti, Peran Media Sosial dalam Dakwah Kontemporer, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 5, No. 2 (2021): h. 45.

Saki Ahmad, Etika Komunikasi Islam dalam Dunia Digital, Cet. 1 (Makassar: Amanah Ilmu Press, 2023), h. 77.

Sari Milya, Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pendidikan IPA, Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA.

Siti Rahmah, "Peran Media Sosial dalam Dakwah Kontemporer," Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 5, No. 2 (2021): h. 45.

Yudi Chudori dkk., "Strategi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan," Jurnal Of Mister, Vol. 1, No. 3 (2024): h. 55.

Zulhendra, Strategi Penggunaan Kalimat Efektif Dalam Dakwah Untuk Meningkatkan Pemahaman Audiens, Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Vol.7, No. 3 (2024).