

Digitalisasi Dakwah: Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi

Alfi Mardhiyatus Staniyah¹, Nur Efendi², Kojin Mashudi³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
alfistanayah21@gmail.com¹

ABSTRACT

Digitalization has affected various aspects of human life, including the spread of religious teachings through da'wah. This research focuses on analyzing the impacts and challenges of digitalization in the context of da'wah, as well as strategies that can inspire more effective use of technology. The research method used is literature review, which relies on the search, selection, and critical evaluation of various primary data sources, such as scholarly journals, books, articles, and related scientific publications. The results of the data analysis led to findings that identified challenges in technology adoption in proselytizing, including a lack of technological knowledge, the risk of disseminating false or misleading information, as well as data integrity and information security. On the other hand, the research also outlined inspiring strategies, such as increasing dai capacity and competence to educational approaches and partnerships with government agencies to help overcome these challenges. The research aims to provide in-depth insights and a better understanding of technology integration in da'wah, strengthening the role of religious teachings in the modern technological era.

Keywords: digitalization da'wah; barriers; strategies

ABSTRAK

Digitalisasi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk penyebaran ajaran agama melalui dakwah. Penelitian ini memfokuskan pada menganalisis dampak dan tantangan digitalisasi dalam konteks dakwah, serta strategi yang dapat menginspirasi penggunaan teknologi yang lebih efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah *literature review*, yang mengandalkan pencarian, seleksi, dan evaluasi kritis terhadap berbagai sumber data utama, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan publikasi ilmiah terkait. Hasil analisis data memunculkan temuan yang mengidentifikasi tantangan-tantangan dalam adopsi teknologi di dakwah, termasuk kurangnya pengetahuan teknologi, risiko penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan, juga integritas data dan keamanan informasi. Di sisi lain, penelitian juga menguraikan strategi inspiratif, seperti meningkatkan kapasitas dan kompetensi dai hingga pendekatan edukasi dan kemitraan dengan lembaga pemerintahan untuk membantu mengatasi tantangan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam dan pemahaman yang lebih baik tentang integrasi teknologi dalam dakwah, memperkuat peran ajaran agama di era teknologi modern.

Kata kunci: digitalisasi dakwah; tantangan; strategi

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang terjadi di era teknologi saat ini membawa implikasi mendalam dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghadirkan revolusi yang signifikan dalam cara manusia berinteraksi, mengakses informasi, dan menyebarkan pesan. Salah satu area

di mana dampak digitalisasi begitu nyata adalah dalam penyebaran agama, khususnya dalam konteks dakwah. Dakwah, sebagai usaha penyebaran ajaran agama, mengalami evolusi signifikan seiring dengan integrasi teknologi digital. Platform-platform digital seperti media sosial, situs web, podcast, dan aplikasi khusus, semuanya telah membuka pintu baru untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas.

Dalam konteks dakwah, transformasi digital tidak hanya sekadar memfasilitasi penyampaian pesan agama secara lebih efisien, tetapi juga mengubah cara pesan-pesan agama disajikan dan diterima. Integrasi teknologi memungkinkan dakwah untuk disesuaikan dengan karakteristik audiens, menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan. Teknologi juga memungkinkan adanya interaksi dua arah antara pemberi dakwah dan masyarakat, memfasilitasi diskusi, tanya jawab, dan pertukaran ide yang lebih dinamis. Dengan adanya platform-platform digital, umat agama dapat membentuk komunitas daring di mana mereka dapat berbagi pengalaman, pemahaman, dan pandangan terkait ajaran agama. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan analisis data yang lebih mendalam terkait efektivitas dakwah. Data yang dihasilkan dari interaksi *online* dapat memberikan wawasan berharga tentang preferensi dan respon audiens terhadap pesan-pesan dakwah. Ini memungkinkan penyesuaian lebih lanjut terhadap strategi dakwah untuk mencapai pengaruh yang lebih positif dan signifikan (Nikmah, 2020). Dengan demikian, transformasi digital telah mengubah paradigma dakwah, membuka peluang baru untuk mendekatkan pesan agama kepada masyarakat global dengan cara yang lebih relevan dan terhubung.

Dalam konteks Islam, dakwah memegang peranan penting sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai agama dan ajaran suci Al-Qur'an. Dakwah merupakan suatu panggilan bagi umat Islam untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan, keadilan, dan kasih sayang, sebagaimana ajaran Al-Qur'an mengajarkan. Pesan-pesan dakwah mencakup serangkaian pedoman etika, moral, dan perilaku yang diinginkan dalam kehidupan sehari-hari, serta mempromosikan kebaikan dan kesejahteraan sosial. Dakwah memiliki dimensi yang luas, tidak hanya dalam bentuk komunikasi lisan atau penyebaran informasi, tetapi juga sebagai tindakan nyata yang mencerminkan nilai-nilai ajaran agama. Dakwah mendorong umat Islam untuk membimbing orang lain menuju kebaikan dan membantu mereka memahami ajaran Islam secara mendalam. Pesan dakwah juga menekankan pentingnya keadilan sosial, kesetaraan, dan perdamaian, membangun masyarakat yang harmonis dan saling mendukung. Selain itu, dakwah bukan hanya terbatas pada lingkungan Muslim, tetapi juga terbuka untuk semua individu yang ingin memahami dan menerima ajaran Islam. Hal ini mencerminkan prinsip universalitas Islam yang mengajarkan kasih sayang dan penghormatan terhadap semua manusia tanpa memandang agama, suku, atau latar belakang budaya (Romadani & Fikry, 2021). Dengan memahami pentingnya dakwah dalam Islam, maka digitalisasi dakwah menjadi relevan sebagai sarana untuk mencapai khalayak yang lebih luas, memperluas pemahaman agama, dan membangun keterhubungan yang lebih baik antarumat manusia.

Digitalisasi dakwah merupakan manifestasi dari peran teknologi dalam membentuk dinamika sosial dan budaya di masyarakat kontemporer. Masyarakat modern cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di dunia maya, sehingga memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan pesan dakwah menjadi suatu kebutuhan mendesak. Penggunaan media digital dalam dakwah tidak hanya mengamati peningkatan dalam jumlah pengikut atau pendengar, tetapi juga membuka kesempatan untuk mempertahankan dan mempererat keterlibatan dengan audiens. Hal ini memberikan kemungkinan untuk mengadaptasi pesan dakwah sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individu, memungkinkan pengalaman spiritual yang lebih personal (Ummah, 2020).

Namun, perlu diakui bahwa dalam transformasi ke arah digital, tidak semua individu memiliki akses atau pemahaman yang sama terhadap teknologi. Kesenjangan digital antar generasi dan antarkelompok sosial menjadi salah satu tantangan utama dalam efektivitas digitalisasi dakwah. Kelompok-kelompok yang tidak memiliki akses atau keterampilan teknologi yang cukup mungkin tertinggal dalam merasakan manfaat dari dakwah digital, meninggalkan risiko terjadinya polarisasi pengetahuan agama. Selain itu, masalah integritas data dan keamanan informasi juga menjadi keprihatinan dalam konteks digitalisasi dakwah. Keamanan data menjadi semakin penting mengingat sensitivitas informasi keagamaan yang ditangani dalam platform-platform digital. Pengelolaan dan perlindungan data yang tepat akan membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi dalam dakwah. (Rustandi, 2020)

Dalam tinjauan ini, penelitian tentang digitalisasi dakwah dan tantangannya menjadi penting. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana teknologi memengaruhi cara menyebarkan pesan agama, tantangan-tantangan apa yang dihadapi dalam proses ini, dan bagaimana strategi dapat dirumuskan untuk mengatasi kendala-kendala ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pemikiran tentang peran teknologi dalam penyebaran dakwah dan membuka jalan bagi pendekatan yang lebih holistik dan terencana dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk tujuan dakwah di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian literatur. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap berbagai sumber data sekunder yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan publikasi ilmiah terkait dengan digitalisasi dakwah. Teknik pengumpulan data melalui pencarian, seleksi, dan evaluasi kritis terhadap literatur yang relevan dengan topik penelitian. Data yang relevan kemudian diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan untuk kemudian dievaluasi secara kritis. Analisis data pada penelitian literatur meliputi proses sintesis, perbandingan, dan interpretasi informasi yang ditemukan dalam literatur terkait. Data dianalisis untuk menghasilkan pemahaman mendalam mengenai digitalisasi dakwah, tantangan-tantangannya, serta strategi inspiratif yang diperlukan. Hasil analisis data disintesis untuk menyusun temuan terkait tantangan

dan strategi inspiratif dalam digitalisasi dakwah. Sintesis ini membentuk dasar untuk membahas dan menyimpulkan temuan penelitian (Eliza et al., 2022). Metode penelitian ini dipilih untuk memberikan pandangan holistik dan mendalam tentang digitalisasi dakwah, serta memberikan landasan untuk merumuskan rekomendasi strategis yang relevan dalam menghadapi tantangan di era teknologi. Adapun waktu penelitian dimulai sejak bulan September 2023 sampai dengan Desember 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Integrasi Digitalisasi dalam Dakwah

Tanda yang jelas dari masuknya proses digitalisasi adalah adanya peningkatan akan pemanfaatan dari teknologi berbasis digital untuk digunakan hampir pada setiap aspek kehidupan agar masyarakat bisa dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi lewat akses internet. Adapun pengertian dari istilah digitalisasi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses pemberian atau pemakaian sistem digital (KBBI, n.d.). Menurut Sukmana dalam Erwin (2020), digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Menurut Lasa (2005), digitalisasi adalah proses pengelolaan dokumen tercetak/*printed document* menjadi dokumen elektronik. Menurut Brennen & Kreiss (2016), digitalisasi yaitu meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan memengaruhi dunia kontemporer (Raza et al., 2020). Sedangkan menurut Pendit digitalisasi juga dapat berarti sebuah proses yang mengubah sinyal analog menjadi bentuk digital (Sugiarti, 2017).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa digitalisasi adalah proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoperasian otomatis dan sistem. Digitalisasi dapat dilakukan pada berbagai media seperti dokumen tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Proses digitalisasi ini dapat dilakukan terhadap berbagai dokumen dan media untuk memudahkan pengelolaan dan akses informasi secara cepat dan efisien.

Proses digitalisasi dari waktu ke waktu telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Proses tersebut telah menciptakan banyak perubahan dan kemudahan. Namun, di era proses digitalisasi, berbagai inovasi berbasis teknologi terus dikembangkan sehingga dapat membantu penggunanya dalam menyelesaikan aktivitas sehari-hari. Digitalisasi juga menawarkan peluang dan manfaat salah satunya dengan banyak memperkenalkan digitalisasi dakwah.

Secara terminologi, dakwah di sini dimaknai sebagai usaha untuk menyerukan maupun mengajak umat manusia supaya tetap berjalan pada koridor yang benar (Islam) sesuai dengan fitrah secara integral, dengan menggunakan jalur lisan maupun tulisan atau bahkan menggunakan perbuatan yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah nilai kebaikan dan kebenaran (*al khair*) (Riza, 2021). Merujuk pada makna Al-Islam, dakwah merupakan suatu aktivitas sehari-hari yang ada di

kehidupan budaya maupun sosial, yang berupaya untuk mencegah serta menjauhkan dari suatu hal yang dilarang untuk dilakukan oleh hati nurani sehingga dapat terciptanya umat pilihan (*khair ummah*).

Muhammad Rajab Asy-Syatiwi memberikan definisi dakwah sebagai ilmu yang digunakan agar dapat memahami keberagaman usaha yang ditunjukkan kepada penyebaran agama Islam serta termasuk yang ada di dalamnya membahas mengenai syariat, akidah maupun akhlak. Al- Qur'an telah menyebutkan sebanyak 198 kali kata dakwah yang akar katanya terdiri dari *dal*, *'ain*, dan *wawu* yang mencerminkan beragamnya bentuk dan makna. Terdapat dua arti sekaligus mengenai klasifikasi dakwah dan makna katanya yaitu yang hubungannya vertikal (menyembah dan doa) dan yang hubungannya perikal seruan, ajakan, panggilan, permintaan, undangan dan harapan (horizontal) (Permadi, 2023).

Syukriadi Sambas sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Basit menyatakan bahwa dakwah merupakan proses internalisasi, transmisi, institusionalisasi, difusi, dan transformasi Islam dengan mencampurkan unsur dai, media, pesan, mad'u, respon, metode dan tujuan, serta dimensi ruang dan waktu guna terciptanya kehidupan khazanah, keselamatan dan cahaya di dunia maupun di akhirat. Sedangkan menurut Amrulloh Ahmad, dakwah adalah cara tertentu untuk kepentingan proses aktualisasi imani (teologis) yang dilakukan dalam bentuk aktivitas manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan dengan diterapkan secara teratur agar dapat meracuni cara berpikir, merasa, bersikap dan bertindak manusia guna terwujudnya ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan (Basit, 2013).

Melihat penjabaran di atas, dakwah dapat kita pahami sebagai suatu tindakan atau langkah yang dipakai guna menyebarkan nilai-nilai keislaman. Jika metode dakwah digunakan dengan mengedepankan aspek humanisme, maka akan tercipta islam yang *rahmatan lil 'alamin* dengan mengimplementasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S An-Nahl: 125:

لَيْسَ لَكَ عَلَىٰ الَّذِينَ كَفَرُوا مِن دِينِكَ حَوْلَةٌ شَيْءٌ لَّا يُنصَحُوا لَكَ بِهِ رَبُّكَ ۚ إِنَّكَ كَاشِفُ الْعَذَابِ وَأَنْتَ خَافِي السُّرُورِ ۚ
نُذِرُهُمْ لِيُتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (Q.S An-Nahl: 125).

Ditafsirkan dengan pandangan Mashudi dalam Telaah Tafsir Al-Muyassar, "Wahai Rasul serulah manusia untuk memeluk agama Islam, mengikuti perintah-perintah Allah, hukum-hukum-Nya dan akhlak yang ada dalam Al-Qur'an, dengan ajakan yang bijaksana dan metode yang tepat. Janganlah menggunakan kekerasan dan kejelekan yang dapat membawa permusuhan dan kebencian untuk tujuan baik! Menyebarkan sesuatu yang baik harus ditempuh dengan cara yang baik, tepat dan santun serta dengan tutur kata yang baik dan sopan berdasarkan agama. Dan berdiskusilah atau berdebatlah dengan cara dan sikap yang paling baik. Sesungguhnya Tuhanmu Maha Mengetahui siapa saja yang tersesat dari jalan

kebenaran dengan tetap menolak kebenaran dan siapa saja yang mendapat hidayah yang berada pada jalan yang benar.” (Mashudi, 2020).

Surah An Nahl ayat 125 ini menjelaskan tentang kewajiban berdakwah untuk seluruh umat Islam, juga menjelaskan metode dakwah. Meski sebenarnya ayat ini ditujukan untuk Rasulullah SAW, namun juga berlaku bagi kaum muslimin, yakni setiap umat Islam harus berdakwah dengan menggunakan metode yang sesuai syariat Islam. Metode kadang lebih penting dari pada materi dakwahnya, sebagaimana disampaikan sebagian ulama: *At-Tariqatu Ahammu Minal Maddah* (metode lebih penting dari isi atau materi). Dengan begitu, cara atau metode ini harus benar-benar dikuasai, khususnya untuk para pendakwah agar proses dakwahnya dapat direspon dengan baik oleh masyarakat. Berikut adalah beberapa metode dakwah yang dapat digunakan dalam konteks era kontemporer:

- a. Dakwah Fardiyah, yaitu metode dakwah yang dilakukan secara personal atau individual kepada satu orang atau beberapa orang dalam jumlah terbatas. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih dekat dan intim, seperti keluarga, teman, tetangga, dll. Metode ini juga dapat membangun hubungan yang lebih erat dan mendalam antara dai dan madu. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW kepada istrinya Khadijah, pamannya Abu Thalib, sahabatnya Abu Bakar, dll.
- b. Dakwah Ammah, yaitu metode dakwah yang dilakukan secara umum atau massal kepada orang banyak dengan menggunakan media lisan, tulisan, atau visual. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, seperti masyarakat, organisasi, lembaga, dll. Metode ini juga dapat menyampaikan pesan dakwah yang lebih efektif dan efisien. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dengan mengirim surat atau utusan kepada raja-raja di berbagai negara, seperti Heraklius, Mukaukis, Kisra, Najasyi, dll.²
- c. Dakwah bil-Hikmah, yaitu metode dakwah yang dilakukan dengan cara arif dan bijaksana, dengan memperhatikan situasi, kondisi, dan karakteristik audiens dakwah. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih kritis dan sensitif, seperti kaum intelektual, pemuka agama, tokoh masyarakat, dll. Metode ini juga dapat menghindari konflik atau perlawanan yang dapat merugikan dakwah. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dengan menggunakan pendekatan dialogis dan argumentatif kepada kaum Yahudi dan Nasrani di Madinah (Mediawati, 2009).

Selain metode-metode di atas, ada juga metode dakwah lain yang dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman dan teknologi, seperti:

- a. Dakwah bil-Haal, yaitu metode dakwah yang dilakukan dengan menunjukkan contoh atau teladan yang baik melalui perilaku dan sikap dai. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih emosional dan imajinatif, seperti anak-anak, remaja, wanita, dll. Metode ini juga dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada audiens dakwah. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dengan menjadi suri tauladan bagi umatnya dalam segala aspek kehidupan.

- b. Dakwah bit-Tadwin, yaitu metode dakwah yang dilakukan dengan menulis atau menerbitkan karya-karya ilmiah atau sastra yang mengandung pesan dakwah. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih intelektual dan rasional, seperti mahasiswa, dosen, peneliti, penulis, dll. Metode ini juga dapat menyebarkan informasi dan edukasi dakwah yang lebih kaya dan variatif. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh para ulama dan cendekiawan Muslim dengan menghasilkan karya-karya monumental dalam bidang tafsir, hadis, fiqh, tasawuf, sejarah, filsafat, dll.
- c. Dakwah bil-Media Digital (Digital Da'wa), yaitu metode dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung dan memperluas jangkauan dakwah. Metode ini cocok untuk menjangkau audiens yang lebih modern dan dinamis, seperti generasi milenial (*millennials*), generasi Z (Gen Z), netizen (*netizens*), dll. Metode ini juga dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam penyampaian dakwah. Contoh dari metode ini adalah dakwah yang dilakukan oleh para dai kontemporer dengan menggunakan media sosial (*social media*), *website*, *blog*, *podcast*, *video*, *aplikasi (application)*, dll (Mahmuddin, 2018).

Integrasi digitalisasi dalam dakwah adalah pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung dan memperluas jangkauan dakwah. Namun dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, media digital dapat diakses oleh siapa saja dan dalam kurun waktu kapan saja. Sehingga konten-konten dakwah di media digital dapat diunggah oleh kelompok masyarakat siapa saja dan di mana saja. Dengan demikian, perlu adanya filtrasi dari masyarakat untuk memilih akun media digital yang mampu memberikan konten ajaran Islam ramah atau moderat. Integrasi digitalisasi dalam dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya:

- a. Membuat konten dakwah yang menarik dan bermanfaat, seperti artikel, video, podcast, infografis, dll., dan menyebarkannya melalui media sosial, *website*, *blog*, *aplikasi*, dll.
- b. Menggunakan platform digital untuk berinteraksi dengan audiens dakwah, seperti melakukan *live streaming*, webinar, konsultasi *online*, diskusi *online*, dll.
- c. Mengembangkan aplikasi atau *software* yang dapat membantu aktivitas dakwah, seperti aplikasi pengingat sholat, aplikasi belajar Al-Qur'an, *software* pengelolaan masjid, dll.
- d. Mengikuti perkembangan teknologi digital yang relevan dengan dakwah, seperti artificial intelligence, big data, blockchain, dll., dan mengadaptasinya untuk kepentingan dakwah.
- e. Meningkatkan kapasitas dan kompetensi para dai dalam menggunakan teknologi digital untuk dakwah. (Mardiana, 2020; Mubasyaroh, 2016; Zaini & Rahmawati, 2021)

Integrasi digitalisasi dalam dakwah di era teknologi sekarang ini sangat penting dan strategis. Hal ini karena media digital dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islam yang sesuai dengan konteks dan mengikuti perkembangan zaman. Integrasi digitalisasi dakwah dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

- a. Digitalisasi dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Para dai dapat menyebarkan pesan-pesan Islam kepada seluruh umat manusia, baik yang sudah beragama Islam maupun yang belum.
- b. Digitalisasi dakwah dapat menyampaikan pesan-pesan Islam yang lebih efektif dan efisien, dengan menggunakan media-media digital yang menarik dan bermanfaat, seperti video, podcast, infografis, dll. Para dai dapat mengadaptasi metode dan gaya dakwah mereka sesuai dengan karakteristik dan preferensi audiens.
- c. Digitalisasi dakwah dapat menyediakan sumber informasi dan edukasi dakwah yang lebih kaya dan variatif, dengan mengakses berbagai sumber literatur, dokumen, atau transkrip yang relevan dengan topik dakwah. Para dai dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan mereka tentang ajaran Islam.
- d. Digitalisasi dakwah dapat membangun jejaring dan komunitas dakwah yang lebih kuat dan solid, dengan menggunakan platform digital untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan audiens atau dai lainnya. Para dai dapat saling memberi dukungan, motivasi, dan inspirasi dalam berdakwah.

Namun, Integrasi digitalisasi dalam dakwah juga menuntut adanya kesiapan dan kewaspadaan dari para dai dan jamaah. Kesiapan berarti memiliki kemampuan dan keterampilan dalam mengelola media digital, baik dari segi teknis maupun substansial. Kewaspadaan berarti menyadari adanya resiko dan ancaman yang dapat mengganggu proses dakwah, seperti:

- a. Digitalisasi dakwah dapat menyebabkan terjadinya penyebaran informasi yang salah, palsu, atau menyesatkan di dunia digital, baik oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab maupun oleh kesalahan teknis. Para dai harus berhati-hati dalam memilih sumber informasi, melakukan verifikasi data, dan menyajikan fakta secara jelas dan objektif.
- b. Digitalisasi dakwah dapat dimanfaatkan untuk tujuan yang negatif atau merugikan, seperti kejahatan siber, terorisme, radikalisme, atau pornografi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Para dai harus menjaga sikap toleran, moderat, dan damai dalam berdakwah, serta mengedepankan dialog dan musyawarah dalam menyelesaikan permasalahan.
- c. Digitalisasi dakwah dapat menyebabkan terjadinya degradasi moral atau etika dalam berkomunikasi di dunia digital. Para dai harus menghormati hak-hak audiens dakwah, seperti hak privasi, hak kebebasan berpendapat, hak mendapatkan informasi yang benar, dll. Para dai juga harus menjaga bahasa dan perilaku yang sopan, santun, dan menghargai perbedaan.
- d. Digitalisasi dakwah dapat menyebabkan terjadinya ketergantungan atau kecanduan terhadap teknologi digital, baik oleh dai maupun audiens dakwah. Para dai dan audiens dakwah harus bijak dalam menggunakan teknologi digital, serta tidak melupakan aktivitas dakwah di dunia nyata. (صالح يوسف شرف, 2016)

Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi

Dalam era digital, dakwah menghadapi tantangan dan peluang yang berbeda dengan era sebelumnya. Ridwan Rustandi dalam artikelnya yang berjudul *“Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam”* membahas Cyberdakwah diperkenalkan sebagai bentuk dakwah yang memanfaatkan teknologi internet untuk penyebaran pesan dan informasi Islam kepada khalayak luas. Internet dipandang sebagai media dakwah yang efektif dan potensial karena keterbukaan, aksesibilitas, dan interaktivitasnya. Namun, ada kekhawatiran mengenai kredibilitas dan otoritas sumber-sumber Islam online.

Salah satu tantangan yang disebutkan adalah pendangkalan dan penyepelan pesan-pesan Islam di internet. Ada kekhawatiran bahwa penggunaan internet dapat mengarah pada penyebaran informasi Islam yang profan, banal, dan bias. Hal ini menyoroti perlunya kualifikasi nilai dan verifikasi informasi Islam dari sumber-sumber yang dapat dipercaya. Tantangan lainnya adalah hilangnya identitas simbolik ajaran Islam. Artikel tersebut menyebutkan bahwa internet dapat mengarah pada popularisasi dan komodifikasi ritual keagamaan, serta penekanan pada simbol-simbol prestisius. Hal ini dapat mengakibatkan fokus pada kesenangan sesaat tanpa pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama.

Dalam hal strategi, Rustandi menyarankan perlunya sumber-sumber Islam online yang kredibel dan otoritatif, menekankan pentingnya memverifikasi informasi dan kualifikasi sumber untuk memastikan penyebaran ajaran Islam yang akurat dan dapat diandalkan. Selain itu, Ridwan menyoroti peran ulama dan pengkhotbah dalam memanfaatkan internet secara efektif untuk dakwah siber. Artikel tersebut menyarankan agar mereka menjadi kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan pesan-pesan Islam dan berinteraksi dengan khalayak luas.

Dalam artikelnya, Rustandi menyebutkan beberapa alat digitalisasi yang digunakan dalam cyberdakwah, di antaranya:

1. Situs web: Situs web seperti eramuslim.com, rumaisyho.com, sigabah.com, nuonline.com, persis.or.id, dan berbagai portal berita disebut sebagai platform yang mewakili simbol dan konsep Islam untuk dakwah siber.
2. Media sosial: Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Myspace, dan YouTube disebutkan sebagai alat yang digunakan untuk tujuan dakwah dan keterlibatan Islam (Rustandi, 2020).

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Andi Hendrawan dengan judul *“Pemanfaatan Digitalisasi Dakwah (Studi Penelitian Media Dai Persatuan Islam)”*. Temuan menunjukkan bahwa para dai Persis (Organisasi Persatuan Islam) memanfaatkan media digital untuk dakwah lisan dan tulisan, yang memungkinkan mereka untuk merancang berbagai materi dakwah dan menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform media sosial. Para dai Persis telah mulai memanfaatkan media digital untuk menyampaikan materi dakwah. Mereka memanfaatkan *live streaming* dan platform media sosial seperti PersisTV untuk menjangkau jamaah yang tidak dapat hadir secara langsung. Persis juga mengoperasikan radio *online* Hayatuna Radio, yang dapat diakses melalui aplikasi.

Menurut artikel tersebut, ada beberapa tantangan dalam menggunakan digitalisasi dalam kegiatan dakwah oleh para mubaligh Persis. Tantangan-tantangan tersebut antara lain kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam merancang materi dakwah digital, kurangnya keterampilan dalam mengikuti perkembangan teknologi digital terkini, dan ketidakkonsistenan dalam merancang materi dakwah digital karena adanya komitmen lain. Selain itu, keterbatasan koneksi jaringan dan ketersediaan kuota data juga menjadi tantangan tersendiri bagi para mubaligh Persis dalam memanfaatkan media digital untuk dakwah. Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, terdapat beberapa strategi. Salah satunya adalah memiliki sumber daya manusia yang mumpuni dan menguasai teknologi perangkat digital untuk membantu merancang dan meningkatkan konten dakwah di platform media sosial. Strategi lainnya adalah agar para mubaligh Persis melakukan pelatihan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital, seperti mengakses internet dan membuat akun di platform media sosial (Hendrawan, 2021). Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan digital mereka, para dai Persis dapat secara efektif memanfaatkan media digital untuk kegiatan dakwah dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Izzullah dan Moebin dalam artikelnya mengungkapkan, bahwa digitalisasi dakwah adalah bentuk dakwah kultural dan harus dilaksanakan dengan kepekaan terhadap nilai-nilai budaya masyarakat. Pondok Pesantren Darul Ulum di Jombang, Indonesia memanfaatkan platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter, untuk kegiatan dakwah. YouTube berfungsi sebagai platform utama untuk live streaming dan berbagi video, sementara Instagram, Facebook, dan Twitter digunakan untuk menyebarkan informasi tentang pesantren dan kegiatannya. TikTok juga digunakan untuk membuat konten dakwah. Selain itu, pesantren juga menggunakan aplikasi komunikasi video seperti Zoom dan Google Meet untuk acara-acara online.

Artikel ini mengidentifikasi beberapa tantangan dan strategi untuk menggunakan digitalisasi dalam dakwah di pesantren Darul Ulum di Jombang, Indonesia.

Tantangan:

1. Menurunnya jumlah penonton: Artikel tersebut menyebutkan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi oleh pondok pesantren adalah menurunnya jumlah penonton di platform media sosial. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti persaingan dengan pembuat konten lain, kurangnya konten yang menarik, atau perubahan preferensi audiens.
2. Kebutuhan akan kualitas konten yang lebih baik: Artikel tersebut menyoroti bahwa sekolah asrama menghadapi tantangan dalam hal kualitas konten. Hal ini dapat dikaitkan dengan kurangnya pengetahuan dan peralatan yang berkaitan dengan produksi media digital.

Strategi:

1. Memanfaatkan platform media sosial: Pondok pesantren memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter untuk kegiatan dakwah.

2. Perencanaan yang matang: Artikel tersebut menekankan pentingnya perencanaan yang matang dalam digitalisasi dakwah. Hal ini termasuk menetapkan tujuan yang jelas, menentukan target audiens, memilih media dan konten yang sesuai, serta mempertimbangkan faktor penghambat dan pendukung.
3. Pendekatan yang seimbang dalam berdakwah: Artikel tersebut menyarankan bahwa pendekatan dakwah yang seimbang harus diadopsi dalam proses digitalisasi. Ini berarti mempertimbangkan nilai-nilai budaya masyarakat dan memastikan bahwa kegiatan dakwah digital selaras dengan nilai-nilai tersebut. (Izzulloh & Moebin, 2022)

Penelitian lain dengan judul *"Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru "e-Jihad" atau Latah Bersosial Media"* mengeksplorasi dampak media sosial terhadap dakwah Islam di era digital, khususnya berfokus pada penggunaan platform media sosial untuk dakwah di Indonesia, serta mengkaji strategi yang digunakan oleh para dai populer, seperti Buya Yahya, Hanan Attaki, Ust. Abdul Somad, dan Aa Gym, dalam menyampaikan pesan mereka melalui media sosial.

Artikel ini membahas tantangan dan strategi untuk menggunakan digitalisasi dalam dakwah Islam. Salah satu tantangan yang disebutkan adalah perlunya memilih platform media sosial yang tepat untuk dakwah yang efektif. Keberhasilan dakwah melalui media sosial bergantung pada pemilihan platform yang paling sesuai dengan target audiens dan konten yang disampaikan. Tantangan lainnya adalah tantangan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk dakwah digital. Para dai perlu menyesuaikan pesan mereka dengan era digital dan memastikan bahwa pesan tersebut beresonansi dengan generasi digital. Hal ini membutuhkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten untuk menarik perhatian audiens.

Dalam hal strategi, artikel tersebut menyoroti pentingnya menggunakan bahasa universal dalam dakwah digital. Para pengkhotbah Islam harus berkomunikasi dengan cara yang mudah dipahami oleh audiens yang beragam, melampaui tantangan budaya dan bahasa. Hal ini membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan inklusivitas. Artikel tersebut juga menekankan perlunya konten yang kontekstual dan relevan dalam dakwah digital. Para pengkhotbah Islam harus membahas isu-isu kontemporer dan tantangan yang dihadapi oleh audiens, membuat pesan tersebut dapat dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini membantu membangun hubungan dan relevansi dengan audiens. Lebih lanjut, artikel tersebut menyebutkan pentingnya strategi komunikasi yang efektif dalam dakwah digital. Para pengkhotbah Islam harus menggunakan berbagai teknik komunikasi seperti bercerita, visual, dan elemen interaktif untuk melibatkan audiens dan menyampaikan pesan secara efektif (Dhora et al., 2023). Hal ini membantu untuk menarik dan mempertahankan perhatian generasi digital.

Penelitian *"Dakwah Digital Nahdlatul Ulama dalam Memahami Nilai-Nilai Aswaja An-Nahdliyyah"* yang dilakukan oleh Hesty Putri Utami ini mengkaji upaya dakwah digital Nahdlatul Ulama (NU), sebuah organisasi Islam tradisional di Indonesia, dalam mempromosikan nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyyah dan

memberikan pemahaman kepada Masyarakat, serta menyoroti peran tim Cyber NU dalam menyebarkan ideologi Islam moderat melalui media sosial. Dakwah digital NU bertujuan untuk mendidik dan membimbing individu, termasuk anak-anak, dalam memahami dan mempraktikkan Aswaja An-Nahdliyah. Dengan merangkul dunia digital, NU menanggapi tuntutan era modern dan memperluas jangkauan ajarannya di luar metode dakwah tradisional.

Namun, ada beberapa tantangan dan kritik yang terkait dengan dakwah digital, seperti potensi salah tafsir dan kurangnya otoritas keilmuan yang jelas dalam dakwah digital. Hal ini menjadi perhatian karena platform digital dapat dengan mudah menyebarkan informasi tanpa konteks atau panduan yang tepat. Untuk mengatasi hal ini, Nahdlatul Ulama membentuk tim siber yang memastikan penyebaran Aswaja An-Nahdliyyah dengan otoritas keilmuan yang jelas. Strategi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada khalayak.

Tantangan lainnya adalah potensi dampak negatif media baru terhadap solidaritas sosial dan nasionalisme. Artikel tersebut menyoroti bahwa penggunaan smartphone dan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kurangnya kohesi sosial dan nilai-nilai nasionalisme di kalangan generasi muda. Untuk mengatasi hal ini, artikel tersebut menyarankan untuk mengoptimalkan komunikasi dan dakwah melalui media baru, khususnya platform media sosial. Dengan memanfaatkan platform-platform ini, Nahdlatul Ulama dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan nilai-nilai dan ajaran-ajarannya. Selain itu, artikel tersebut juga menyebutkan tantangan untuk mengadaptasi ajaran Islam tradisional ke dunia digital. Nahdlatul Ulama, sebagai organisasi Islam tradisional, perlu mencari cara untuk menyampaikan nilai dan ajarannya secara efektif melalui platform digital. Strategi yang digunakan oleh Nahdlatul Ulama adalah merangkul dunia digital dan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti situs web, blog, media sosial, email, YouTube, gambar, dan e-book, untuk menjalankan tugas-tugas sibernya. Hal ini memungkinkan organisasi untuk memperluas jangkauan ajarannya di luar metode khotbah tradisional.

Nahdlatul Ulama (NU) memanfaatkan berbagai alat digitalisasi, aplikasi, situs web, dan platform media sosial untuk upaya dakwah digitalnya. Beberapa platform yang disebutkan dalam artikel tersebut antara lain:

1. Situs web: NU menggunakan situs web sebagai platform untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan nilai-nilainya. Situs web spesifik yang digunakan oleh NU adalah NU Online <https://www.nu.or.id> yang bisa di akses melalui Google, Mozilla, maupun platform lainnya.
2. Media sosial: NU memiliki akun media sosial resmi di platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Platform-platform ini digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membagikan konten yang berkaitan dengan Aswaja An-Nahdliyyah.
3. Email: NU menggunakan email sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi kepada anggota dan pengikutnya. Adapun Alamat email NU yakni redaksi@nu.or.id

4. YouTube: NU memiliki saluran YouTube yang disebut "NU Online" di mana mereka membagikan konten video yang berkaitan dengan Aswaja An-Nahdliyyah.
5. Gambar: NU menggunakan gambar, termasuk foto dan animasi, sebagai sarana untuk menyampaikan pesan non-verbal dalam upaya dakwah digital mereka. Gambar-gambar ini dibagikan di platform seperti Instagram.
6. Buku elektronik: NU mempromosikan penggunaan e-book sebagai sarana untuk menyebarkan pengetahuan dan informasi yang berkaitan dengan Aswaja An-Nahdliyyah. E-book ini dapat diakses melalui situs web Lembaga Ta'lif Wan Nasyr Nahdlatul Ulama (LTN-NU) (Utami, 2020).

Hasil peneitian Fathan, Sholihul dan Fitriyah membahas perlunya digitalisasi dalam upaya dakwah Muhammadiyah, sebuah organisasi Islam di Indonesia, agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan secara efektif menyebarkan ajaran Islam yang inklusif dan berpikiran maju. Penggunaan platform dan media digital telah menjadi hal yang lazim di Indonesia, di mana penggunaan media sosial sangat tinggi. Namun, Muhammadiyah menghadapi tantangan dalam untuk menjaga citra online yang sopan dan mengatasi kesalahan moralitas di media sosial. Meskipun Muhammadiyah bertujuan untuk mempromosikan nilai-nilai Islam yang sebenarnya, ada risiko menghadapi narasi negatif, ideologi konservatif, dan persaingan di antara berbagai kelompok di ruang online. Untuk mengatasi tantangan ini, penulis menyarankan perlunya mempersiapkan kader-kader melek media yang dapat menavigasi lanskap digital secara efektif dan mempromosikan citra Islam yang positif dan inklusif.

Tantangan lain yang disoroti adalah dampak revolusi industri keempat dan perlunya Muhammadiyah beradaptasi dengan era digital. Artikel tersebut menekankan pentingnya merangkul dakwah digital dan memperkenalkan pendekatan inovatif baru untuk berdakwah. Hal ini mengharuskan Muhammadiyah untuk memanfaatkan platform dan media digital untuk menyebarkan pesannya secara efektif dan berinteraksi dengan audiens yang melek digital.

Dalam hal strategi, artikel tersebut menyarankan kolaborasi dengan lembaga pemerintah dan informasi untuk meningkatkan literasi digital di Muhammadiyah. Kolaborasi ini dapat membantu dalam mempersiapkan pemimpin literasi digital yang dapat secara efektif menggunakan media digital untuk tujuan dakwah. Selain itu, artikel tersebut menekankan pentingnya mengembangkan kehadiran online yang sopan dan inklusif, serta membuat konten yang relevan dan menarik bagi audiens digital-native (Faris Saputro et al., 2023).

Artikel tersebut tidak secara khusus menyebutkan alat digitalisasi, aplikasi, situs web, atau platform media sosial yang digunakan oleh Muhammadiyah dalam upaya dakwahnya. Namun, artikel tersebut menekankan pentingnya memanfaatkan platform dan media digital untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif dan berinteraksi dengan audiens yang melek digital [4]. Artikel tersebut menyarankan perlunya Muhammadiyah untuk merangkul dakwah digital dan memperkenalkan pendekatan inovatif baru untuk berdakwah. Artikel ini juga menyoroti pentingnya literasi digital dan peran media digital dalam dakwah.

Dari analisis beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi dakwah merupakan sebuah fenomena yang tidak dapat dihindari di era digital saat ini. Digitalisasi dakwah mengacu pada proses pemanfaatan teknologi dan platform digital, seperti media sosial, situs web, dan konten digital, untuk menyebarkan ajaran Islam, berinteraksi dengan khalayak, dan mempromosikan pesan-pesan keagamaan. Hal ini melibatkan pemanfaatan alat dan strategi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, beradaptasi dengan era digital, dan meningkatkan efektivitas upaya dakwah. Namun, digitalisasi dakwah juga menghadapi berbagai tantangan dan kendala, baik dari faktor eksternal maupun internal.

Tantangan internal yang dihadapi oleh digitalisasi dakwah antara lain adalah:

- a. Kurangnya kesiapan dan kewaspadaan dari para dai dan jamaah dalam mengelola media digital, baik dari segi teknis maupun substansial.
- b. Keterbatasan konektivitas jaringan dan ketersediaan kuota data
- c. Risiko penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan, mengharuskan para dai untuk berhati-hati dalam memilih sumber informasi, memverifikasi data, dan menyajikan fakta secara obyektif
- d. Potensi degradasi moral dan etika dalam komunikasi daring, menekankan pentingnya para dai menghormati hak-hak audiensnya, seperti privasi, kebebasan berekspresi, dan akses terhadap informasi yang akurat

Tantangan eksternal yang dihadapi oleh digitalisasi dakwah antara lain adalah:

- a. Adanya informasi palsu, ujaran kebencian, radikalisme, dan ekstremisme yang dapat merusak citra Islam dan memecah belah umat.
- b. Hambatan budaya dan Bahasa dalam menjangkau audiens yang beragam.
- c. Potensi dampak negative media baru terhadap solidaritas social dan nasionalisme.
- d. Digitalisasi dakwah juga harus bersaing dengan konten-konten lain yang lebih menarik dan menghibur bagi khalayak, khususnya generasi muda.
- e. Masalah integritas data dan keamanan informasi, menyoroti perlunya manajemen dan perlindungan data yang tepat untuk membangun kepercayaan dalam penggunaan teknologi untuk tujuan dakwah

Strategi internal yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan internal adalah:

- a. Meningkatkan kapasitas dan kompetensi dai dalam menguasai media digital, baik dari segi teknis maupun substansial. Hal ini bertujuan untuk memudahkan proses belajar mengajar keagamaan secara online, baik secara sinkron maupun asinkron.
- b. Menerapkan proses pengecekan fakta yang ketat dan memastikan penggunaan sumber informasi yang dapat dipercaya dan kredibel
- c. Mendorong pendekatan yang toleran dan damai dalam upaya penyebaran digital, memprioritaskan dialog dan konsultasi dalam penyelesaian konflik
- d. Menjadi digital friendly yang dapat beradaptasi dengan perkembangan media digital dan selera khalayak tanpa mengorbankan esensi dakwah itu sendiri. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kreativitas dakwah dalam menyajikan konten-konten yang menarik, interaktif, dan variatif.

Strategi eksternal yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan eksternal adalah:

- a. Melakukan sentralisasi media dakwah yang terintegrasi dan terkoordinasi antara lembaga pemerintah, ormas keagamaan Islam, kelompok pengajian, dan individu. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas konten dakwah yang sesuai dengan prinsip-prinsip moderasi beragama, toleransi, dan keberagaman.
- b. Mempertimbangkan nilai-nilai budaya dan memastikan keselarasan dengan kegiatan dakwah digital.
- c. Menjadi problem solver yang responsif terhadap isu-isu aktual dan relevan yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya umat Islam. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa Islam memiliki solusi atas permasalahan-permasalahan sosial, ekonomi, politik, budaya, lingkungan hidup, dan lain-lain.
- d. Menerapkan manajemen data yang kuat dan langkah-langkah perlindungan untuk memastikan integritas data dan keamanan informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dintegrasikan digitalisasi dalam dakwah memiliki tantangan dan strategi dalam penerapannya. Hal ini menawarkan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas, beradaptasi dengan era digital, dan meningkatkan efektivitas upaya dakwah. Namun, hal ini juga menghadapi tantangan internal, seperti kurangnya kesiapan dan kesadaran di antara para dai dan jamaah dalam mengelola media digital, serta tantangan eksternal, seperti masalah konektivitas dan risiko penyebaran informasi yang salah. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, direkomendasikan untuk fokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan teknis di antara para dai dan jamaah agar dapat secara efektif memanfaatkan platform digital untuk tujuan dakwah. Kolaborasi dengan lembaga pemerintah dan penyedia informasi juga dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi digital di dalam organisasi keagamaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga dan pemahaman yang lebih baik tentang integrasi teknologi dalam dakwah, memperkuat peran ajaran agama di era teknologi modern. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi efektivitas platform dan alat digital tertentu dalam upaya dakwah. Hal ini dapat mencakup studi tentang dampak platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, atau YouTube, dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiens target. Selain itu, studi komparatif dapat dilakukan untuk mengkaji digitalisasi dakwah dalam konteks budaya dan agama yang berbeda, untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, dan praktik-praktik terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basit, A. (2013). Dakwah cerdas di era modern. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Communication)*, 3(1), 76–94.
- Dhora, S. T., Hidayat, O., Tahir, M., Arsyad, A. A. J., & Nuzuli, A. K. (2023). Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru “e-Jihad” atau Latah Bersosial Media. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>
- Eliza, D., Sriandila, R., Fitri, D. A. N., & Yenti, S. (2022). Membangun Guru yang Profesional melalui Pengembangan Profesionalisme Guru dalam Penerapan Profesinya. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 5362–5369. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2878>
- Faris Saputro, F., Huda, S., & Fitriyah. (2023). Digitalisasi Dakwah Muhammadiyah: Reaktualisasi Pola Baru Dakwah Muhammadiyah Era Kontemporer. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama*, 9(1), 15–26. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Ah>
- Hendrawan, A. (2021). PEMANFAATAN DIGITALISASI DAKWAH (STUDI PENELITIAN MEDIA DAI PERSATUAN ISLAM). *Jurnal Al-Ibanah*, 06(01).
- Izzulloh, A. S. H., & Moebin, A. A. (2022). DIGITALISASI DAKWAH PONDOK PESANTREN SAAT PANDEMI COVID 19. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 20–42. <https://doi.org/10.21274/taalum.2022.10.1.20-42>
- KBBI. (n.d.). Digitalisasi. In <https://kbbi.web.id/digitalisasi>.
- Mahmuddin. (2018). Strategi Dakwah Kontemporer Dalam Menghadapi Pola Hidup Modern. *Prosiding Seminar Nasional Dakwah Dan Komunikasi*, 1, 45–51.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 148–158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Mashudi, K. (2020). Telaah Tafsir Al-Muyassar. *Malang: Intelegensia Media, Edisi*, 1, 399–400.
- Mediawati. (2009). *Kontribusi Metode Dakwah Nabi Saw Periode Makkah Terhadap Metode Dakwah Dai Kontemporer Dalam Menciptakan Masyarakat Agamis* [IAIN Raden Fatah Palembang]. <http://repository.radenfatah.ac.id/4868/>
- Mubasyaroh. (2016). DAKWAH DAN KOMUNIKASI (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah). *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1).
- Nikmah, F. (2020). DIGITALISASI DAN TANTANGAN DAKWAH DI ERA MILENIAL. *Muḍṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45–52.
- Permadi, D. P. (2023). Tantangan Dakwah Digital Perspektif Herbert Marcuse. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(1), 95–112.
- Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49–63. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Riza, M. H. (2021). DIGITALISASI DAKWAH SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN PERADABAN BARU ISLAM DI MASA PANDEMI COVID-19. *FASTABIQ: JURNAL STUDI ISLAM*, 2(1), 45–61. <https://doi.org/10.47281/fas.v2i1.33>

- Romadani, A., & Fikry, Y. (2021). Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline_id). *Prosiding Jurnalistik*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27218>
- Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- Sugiarti. (2017). Kendala Proses Digitalisasi Koleksi Guna Menunjang Proses Literasi Digital di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu. *Jurnal Kepustakawanan Dan Masyarakat Membaca*, 33(2), 13–022.
- Ummah, A. H. (2020). DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuḥ Jurnal Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 18(1), 54–78.
- Utami, H. P. (2020). Dakwah Digital Nahdlatul Ulama dalam Memahami Nilai-Nilai Aswaja An Nahdliyyah. *Mediakita*, 4(2), 107–123.
- Zaini, A., & Rahmawati, D. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 162. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>
- جامعة علماء الدين. دور التفاعلية الإعلامية في نشر الدعوة في العصر الحديث. م. صالح يوسف شرف الإسلامية الحكومية مكاسر. (2016). العصر الحديث.