

Realitas Dakwah Virtual: Efektivitas Serta Etika di Ruang *Cyber* Inovasi dan Tradisi

Abdul Hamid

Fakultas Agama Islam, Universitas Islam As Syafi'iyah
abdulhamid.fai@uia.ac.id

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in various aspects of life, including in the field of Islamic preaching. The reality of virtual preaching is currently a phenomenon that cannot be ignored, because it has become the main means for preachers to convey Islamic teachings to the wider community through various social media platforms and digital spaces. This study examines the effectiveness and ethics of preaching in cyberspace by emphasizing how technological innovation can blend with the tradition of Islamic preaching that has long been rooted in society. Cyberspace allows for the expansion of the reach of preaching that was previously limited by space and time. With this progress, new challenges arise, especially in terms of delivering messages that must still maintain the principles of Islamic ethics, content accuracy, and social responsibility of preachers. This study uses a qualitative approach with a literature study method. Literature studies were conducted to examine relevant literature related to digital preaching, Islamic communication, and the development of modern communication technology. The results of this study indicate that virtual preaching has a high level of effectiveness in reaching a wider audience, especially young people who are more responsive to digital content that is communicative, concise, and visually appealing. Preachers who are able to combine traditional Islamic values with creative approaches through digital media tend to get positive responses from the audience.

Keywords: *Reality of Virtual Preaching, Cyberspace, Innovation and Tradition*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Realitas dakwah virtual saat ini menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan, karena telah menjadi sarana utama bagi para pendakwah untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat luas melalui berbagai platform media sosial dan ruang digital. Penelitian ini mengkaji efektivitas serta etika dakwah di ruang *cyber* dengan menitikberatkan pada bagaimana inovasi teknologi dapat berpadu dengan tradisi dakwah Islam yang telah lama mengakar dalam masyarakat. Ruang siber memungkinkan terjadinya perluasan jangkauan dakwah yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan waktu. Dengan kemajuan tersebut, muncul tantangan baru, terutama dalam hal penyampaian pesan yang tetap harus menjaga prinsip-prinsip etika Islam, akurasi konten, dan tanggung jawab sosial dari para pendakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Studi pustaka dilakukan untuk menelaah literatur yang relevan terkait dakwah digital, komunikasi Islam, serta perkembangan teknologi komunikasi modern. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah virtual memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dalam menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang lebih responsif terhadap konten digital yang komunikatif, ringkas, dan menarik

secara visual. Para pendakwah yang mampu menggabungkan nilai-nilai tradisional Islam dengan pendekatan kreatif melalui media digital cenderung mendapatkan respons positif dari audiens.

Kata Kunci: Realitas Dakwah Virtual, Ruang *cyber*, Inovasi dan Tradisi

PENDAHULUAN

Di tinjau dari peningkatan jumlah audiens terjadi peningkatan yang signifikan dakwah yang dilakukan di ruang *cyber*. Studi yang dilakukan UIN Jakarta pada tahun 2022 sebanyak 72% peningkatan jangkauan audiens dibandingkan dakwah konvensional. Kemudian dari survei internal komunitas dakwah *online* tingkat interaksi jamaah dalam komentar dan tanya jawab sebanyak 65% pengguna aktif berinteraksi melalui komentar, *live chat*. Sebuah capaian yang sangat luar biasa (Fathul Amin, 2025).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik keagamaan seperti dakwah Islam. Kemunculan internet dan media sosial membuka ruang baru bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada khalayak yang lebih luas tanpa terikat oleh batas geografis dan waktu (Risidiana & Ramadhan, 2019). Fenomena ini melahirkan bentuk baru dakwah yang dikenal dengan dakwah virtual, yang tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi hadir dalam bentuk konten digital, video ceramah, kutipan inspiratif, hingga siaran langsung di berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook (Kholis, 2021).

Dakwah virtual merupakan inovasi positif yang menawarkan berbagai kemudahan dan efisiensi. Menurut data dari *e-journal UAC* (2022), penggunaan media sosial dalam dakwah mampu menjangkau lebih dari 70% audiens baru yang sebelumnya tidak terjangkau melalui metode konvensional. Dalam survei yang dilakukan oleh Kominfo dan lembaga riset keislaman pada tahun 2023, sebanyak 76% pengguna media sosial merasa bahwa konten dakwah daring memberi manfaat spiritual yang nyata dan memperkuat keimanan mereka (Maulana Achmad et al., 2023). Selain itu, sebanyak 65% audiens aktif menunjukkan keterlibatan dalam bentuk komentar, tanya jawab, dan diskusi virtual, yang menandakan adanya partisipasi aktif dalam proses dakwah di dunia maya (Verolyna & Syaputri, 2021).

Keberhasilan dakwah virtual juga diiringi dengan sejumlah tantangan etis dan tradisional. Masuknya dakwah ke ruang siber tidak hanya membawa pesan kebaikan, tetapi juga berisiko menimbulkan distorsi nilai jika tidak dikelola dengan bijak. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya kontrol terhadap konten dakwah yang tersebar, di mana siapa pun bisa menjadi "da'i" di media sosial tanpa keilmuan dan akhlak yang memadai. Hal ini dapat menimbulkan penyebaran pemahaman keislaman yang keliru, intoleran, bahkan provokatif (Goffar & Nisa, 2021).

Dalam studi oleh UPN Veteran Jakarta (2021), ditemukan bahwa kurangnya etika komunikasi di media sosial menjadi persoalan serius. Sebanyak 40% netizen menyatakan pernah melihat konten dakwah yang mengandung ujaran kebencian atau menyerang kelompok tertentu secara verbal. Situasi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai adab dalam berdakwah, yang menjadi fondasi penting dalam tradisi Islam, sering kali diabaikan dalam praktik dakwah digital yang mengedepankan popularitas dan viralitas (Mutiah et al., 2019).

Perubahan lanskap dakwah dari ruang fisik ke ruang digital juga memunculkan pertanyaan serius tentang kesinambungan antara inovasi dan tradisi. Apakah dakwah virtual mampu menjaga ruh spiritualitas sebagaimana majelis ilmu tradisional? Apakah efektivitas dakwah yang diukur dari jumlah tayangan dan *like* benar-benar mencerminkan keberhasilan transformasi moral dan akhlak dalam masyarakat (Awaludin Pimay & Uswatun Niswah, 2021).

Di balik gemerlap inovasi tersebut, muncul pertanyaan yang tidak bisa diabaikan: bagaimana nasib tradisi dakwah yang telah lama mengakar. Bagaimana kedalaman spiritual yang dahulu dibangun melalui interaksi langsung, tatap muka, dan proses *talaqqi* bisa digantikan oleh layar digital yang serba instan (Nurhidayah, 2017).

Tradisi dakwah dalam Islam bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi membentuk karakter, menanamkan hikmah, dan membina hubungan rohani antara guru dan murid. Proses ini membutuhkan waktu, kesabaran, serta adab yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam pengajian tradisional, seorang santri bukan hanya belajar apa yang disampaikan, tetapi juga belajar bagaimana da'i menyampaikan cara berbicara, etika, bahkan ekspresi wajah. Unsur-unsur ini sulit tergantikan oleh algoritma digital (Rosdi et al., 2018).

Dakwah virtual memang mampu menjangkau banyak orang secara cepat, tetapi efektivitasnya dalam membentuk akhlak dan membangun kedalaman ilmu masih menjadi perdebatan. Tidak sedikit pula yang menyalahgunakan platform digital untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang provokatif, tidak berdasar, bahkan memecah belah umat. Inilah sisi gelap dari inovasi dakwah yang tidak dikawal oleh nilai-nilai tradisi (Lestari & Fauzi, 2023).

Melihat realitas tersebut, menjadi sangat penting untuk melakukan kajian kritis terhadap efektivitas dakwah virtual sekaligus memperhatikan dimensi etika dakwah di ruang siber. Hal ini menjadi relevan agar dakwah Islam di era digital tidak hanya menjadi ajang eksistensi dan hiburan, tetapi tetap berakar pada tradisi keilmuan, akhlak, dan hikmah yang menjadi ciri khas dakwah Rasulullah SAW. Maka dari itu, perlu adanya sinergi antara inovasi teknologi dan nilai-nilai tradisi agar dakwah virtual dapat menjadi jalan yang produktif, konstruktif, dan beradab dalam membentuk masyarakat yang religius, toleran, dan cerdas digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif dengan studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan berbagai literatur yang relevan, baik berupa jurnal ilmiah, buku-buku keagamaan, artikel populer, maupun laporan penelitian terkait dakwah digital dan keberlangsungannya dalam konteks tradisi. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur kuantitas, tetapi mengeksplorasi makna dan pemahaman mendalam terhadap transformasi dakwah di era digital serta implikasinya terhadap nilai-nilai tradisional (Indarta et al., 2022).

Data yang telah dianalisis kemudian dikategorikan sesuai dengan tema penelitian, seperti (1) bentuk dan platform dakwah virtual; (2) ukuran efektivitas dakwah digital; (3) dimensi etika dalam dakwah *online*; dan (4) perjumpaan antara tradisi Islam dan inovasi digital. Kategori ini membantu peneliti dalam menyusun kerangka narasi dan menyusun argumen secara sistematis.

Inovasi dan tradisi tidak perlu dipertentangkan. Inovasi menjadi jembatan menuju zaman yang terus berkembang, sedangkan tradisi adalah fondasi yang menjaga arah dan tujuan dakwah tetap pada jalur yang benar. Melalui pendekatan studi pustaka ini, peneliti dapat menyusun pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena dakwah di era digital tanpa harus melakukan interaksi langsung dengan informan, melainkan melalui pemaknaan terhadap wacana dan literatur yang berkembang di masyarakat akademik dan keagamaan (Sa'adah et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ruang *Cyber* Inovasi Dakwah

Dakwah Islam sejak masa Nabi Muhammad SAW telah mengalami transformasi sesuai dengan dinamika zaman. Jika pada masa klasik dakwah disampaikan melalui lisan, tulisan, dan teladan, maka kini kita dihadapkan pada era digital yang menghadirkan tantangan dan peluang baru. Salah satu terobosan terbesar adalah pemanfaatan ruang *cyber* (*cyberspace*) sebagai sarana dan medium dakwah. Ruang *cyber* mencakup segala aktivitas dakwah yang menggunakan internet sebagai media penyampaian pesan, termasuk media sosial, *website*, *podcast*, *video streaming*, hingga aplikasi dakwah interaktif.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat pesat. Menurut data We Are Social & Hootsuite (2023), pengguna internet di Indonesia mencapai 224 juta orang dari total populasi sekitar 279 juta jiwa, atau setara dengan 80,2%. Dari angka tersebut, sebanyak 167 juta adalah pengguna aktif media sosial. Data ini menunjukkan bahwa ruang digital kini menjadi "ruang hidup" kedua masyarakat Indonesia, terutama generasi muda (Riyanto, 2023).

Fenomena ini membawa implikasi penting bagi dakwah Islam. Jika dakwah tidak hadir di ruang digital, maka ruang ini akan diisi oleh narasi-narasi yang bisa jadi

bertentangan dengan nilai-nilai Islam *rahmatan lil 'alamin*. Oleh karena itu, ruang *cyber* bukan hanya alternatif, tetapi keniscayaan dalam strategi dakwah kontemporer.

Dalam era digital yang serba terkoneksi ini, ruang siber (*cyber space*) telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya mengubah cara manusia bekerja dan bersosialisasi, tetapi juga menghadirkan tantangan sekaligus peluang besar dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, khususnya dakwah Islam. Dalam konteks ini, ruang siber tidak hanya sekadar medium, tetapi telah menjelma menjadi arena baru yang sangat strategis dalam pengembangan inovasi dakwah.

Dakwah, sebagai bentuk ajakan kepada kebaikan dan penyampaian nilai-nilai Islam, mengalami evolusi seiring dengan perkembangan zaman. Jika dahulu dakwah identik dengan ceramah di mimbar masjid, majelis taklim, atau pengajian konvensional, maka saat ini dakwah telah memasuki dimensi baru: digitalisasi dakwah. Media sosial, *website*, *podcast*, video YouTube, hingga aplikasi *mobile* kini menjadi wadah utama menyampaikan pesan-pesan Islam kepada publik yang jauh lebih luas.

Transformasi digital ini menjadikan dakwah lebih inklusif, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan umat yang semakin kompleks. Generasi muda, yang lebih akrab dengan teknologi, lebih tertarik menerima dakwah dalam bentuk visual menarik, narasi ringan, dan bisa diakses kapan saja dan di mana saja. Di sinilah letak pentingnya inovasi dakwah dalam ruang siber: menyajikan konten keislaman yang relevan, komunikatif, dan berbasis data serta teknologi.

Kehadiran figur-figur ulama atau pendakwah yang aktif di media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, menjadikan pesan Islam lebih membumi. Mereka menyampaikan dakwah dengan gaya kekinian, santai, namun tetap substansial, menjangkau generasi Milenial dan Gen Z yang lebih visual dan cepat bosan. Generasi ini sangat akrab dengan dunia digital. Menurut survei Kementerian Kominfo 2023, 72% dari pengguna internet aktif di Indonesia adalah usia 15–39 tahun. Artinya, dakwah digital tepat sasaran kepada demografi ini (Setiawan et al., 2022).

Generasi Z dan Milenial adalah kelompok usia yang paling aktif di dunia maya. Dengan pendekatan visual, *storytelling*, dan gaya komunikasi yang ringan tapi bermakna, dakwah bisa masuk ke hati mereka tanpa terkesan menggurui. Ini menjadi peluang besar untuk membentuk karakter Islami generasi masa depan.

Dakwah kini tidak hanya dilakukan melalui mimbar, pengajian, atau majelis taklim. Dengan kehadiran teknologi digital, wajah dakwah mengalami transformasi besar-besaran. Konten-konten dakwah tidak lagi terbatas pada teks dan ceramah panjang, tetapi sudah masuk dalam bentuk:

- Video pendek berdurasi 1–3 menit di TikTok atau Instagram Reels

- Podcast dakwah seperti “Kajian Islam Rutin”, “Tafsir Ringan”, atau “Hijrah Talks”
- *Live streaming* kajian melalui YouTube atau Facebook
- Desain infografis keislaman yang edukatif dan menarik perhatian visual
- Kelas Ngaji *online* interaktif via Zoom atau aplikasi edukasi Islam

Ruang siber telah membuka babak baru dalam sejarah dakwah Islam. Ia menghadirkan peluang besar untuk menjangkau umat secara global, menyampaikan pesan-pesan moral, spiritual, dan sosial dengan cara yang lebih efektif. Inovasi dalam dakwah digital bukan sekadar tren, tetapi keniscayaan yang harus direspons dengan serius oleh seluruh elemen umat Islam: ulama, akademisi, pemuda, dan lembaga dakwah. Inovasi dakwah *cyber* telah mengubah wajah dakwah. Ia bukan lagi sebatas mimbar di masjid atau majelis taklim, tapi juga berada dalam genggaman tangan, dalam bentuk video singkat, *podcast*, hingga status WhatsApp. Inovasi dakwah di ruang digital bukan hanya pilihan, tetapi tuntutan zaman. Dakwah kini harus melekat teknologi, adaptif, komunikatif, dan mampu bersaing dengan derasnya arus informasi.

Dakwah di ruang *cyber* juga membuka potensi ekonomi kreatif berbasis syariah. Banyak dai digital yang kini menjadi *content creator* profesional, menggabungkan dakwah dengan *entrepreneurship* halal. Melalui monetisasi YouTube, *endorsement* produk Islami, hingga penjualan buku dan *merchandise* dakwah, dakwah digital berkembang menjadi sebuah ekosistem yang mandiri dan produktif.

Tradisi dan Inovasi

Dakwah Islam tidak pernah lepas dari tradisi. Tradisi dalam hal ini merujuk pada metode, nilai, dan ajaran yang diwariskan secara turun-temurun oleh para ulama. Dakwah tradisional mengedepankan kehadiran fisik, interaksi langsung, keteladanan, dan pemahaman mendalam terhadap ilmu-ilmu keislaman. Dalam metode tradisional, seorang dai atau ulama memiliki tanggung jawab bukan hanya untuk menyampaikan, tetapi juga mendidik dan membina secara berkelanjutan.

Di tengah derasnya arus digitalisasi, dakwah Islam mengalami pergeseran yang signifikan. Dulu, pesan-pesan keislaman disampaikan melalui mimbar masjid, pengajian rutin di langgar atau mushalla, serta majelis taklim di rumah-rumah warga. Kini, ruang itu diperluas bahkan bergeser ke ruang *cyber*, yaitu dunia digital yang menyatukan miliaran pengguna internet dalam satu ekosistem global.

Ruang *cyber* telah menjadi panggung baru dakwah kekinian. Namun, panggung ini membawa tantangan dan peluang: bagaimana inovasi dalam dakwah dapat berkembang tanpa memutuskan akar tradisinya. Di sinilah peran penting kolaborasi antara semangat pembaruan dan nilai-nilai klasik dakwah Islam menjadi krusial.

Lima besar platform yang paling banyak digunakan adalah YouTube (94%), WhatsApp (88%), Instagram (79%), TikTok (77%), dan Facebook (65%). Sementara

itu, platform seperti Telegram, X (dahulu Twitter), dan *podcast* juga semakin tumbuh sebagai kanal alternatif untuk edukasi dan dakwah. Data ini menunjukkan bahwa perilaku masyarakat telah bergeser secara masif ke dunia digital, termasuk dalam aspek spiritual dan religius. Inilah yang menjadikan ruang *cyber* bukan hanya sekadar tempat bersosialisasi, tetapi juga arena dakwah yang strategis dan dinamis (Arifin, 2022).

Meski dakwah harus berinovasi, ia tetap tidak boleh tercerabut dari akar tradisinya. Tradisi dakwah adalah warisan ulama yang penuh nilai, etika, dan adab. Di dalamnya terdapat sanad keilmuan, sistem *talaqqi*, kehadiran fisik dalam majelis ilmu, serta akhlak dalam penyampaian risalah. Dakwah digital harus tetap berpijak pada otoritas keilmuan yang sah. Konten harus berbasis rujukan kitab dan ulama terpercaya, bukan semata opini populer.

Kini mulai bermunculan para ulama dan pendakwah yang mampu menjembatani dua dunia ini: mereka kuat dalam ilmu tradisional, namun juga mahir menggunakan media digital. Sosok seperti Habib Husein Ja'far, Ustazah Halimah Alaydrus, dan Ustaz Adi Hidayat adalah contoh mereka yang mampu mengemas dakwah tradisional dalam format modern yang digemari anak muda. Keseimbangan antara inovasi dan tradisi dalam dakwah siber bukanlah pilihan yang saling meniadakan, melainkan perpaduan yang saling menguatkan. Tradisi memberi akar yang kokoh, sementara inovasi memberi sayap untuk terbang lebih jauh (Siswanto, 2022).

Dalam tradisi, dakwah dibangun atas relasi yang kuat antara guru dan murid, dai dan *mad'u*. Di ruang *cyber*, hal ini bisa dihadirkan melalui interaksi langsung, forum diskusi, hingga komunitas *online* yang intensif. Bahasa yang santun, tidak memecah-belah, dan mampu menyatukan umat adalah inti dari dakwah Rasulullah. Sayangnya, banyak konten dakwah digital hari ini justru menimbulkan polarisasi karena mengabaikan adab. Tradisi lokal yang sesuai syariat tetap penting diakomodasi dalam dakwah digital. Sebab, Islam datang untuk memuliakan budaya, bukan menghapusnya.

Ruang *cyber* adalah ladang baru untuk dakwah yang tidak terbandung. Jika tidak memiliki konten dakwah yang berkualitas, akan dengan cepat diisi dengan cerita-cerita ekstrem, radikal, atau sekadar hiburan yang tidak berguna. Dalam masyarakat digital, dakwah kontemporer harus hadir sebagai pelita yang menuntun dan menjaga akidah umat. Dengan menggabungkan warisan ulama dan teknologi kekinian, kita tidak hanya berdakwah untuk masa kini, tetapi membangun fondasi peradaban Islam di masa depan sebuah peradaban digital yang berbasis ilmu, akhlak, dan hikmah.

Derasnya transformasi digital, tradisi kerap kali terpinggirkan. Sebagian orang mulai memandang tradisi sebagai sesuatu yang usang, tak relevan, dan membelenggu kemajuan. Padahal, di dalam tradisi terkandung nilai-nilai luhur yang menjadi

identitas dan akar budaya bangsa, termasuk dalam hal keagamaan. Salah satu bentuk tradisi keislaman yang memiliki akar kuat adalah dakwah penyampaian ajaran Islam kepada umat. Namun kini, dakwah tidak lagi hanya dilakukan di mimbar masjid atau majelis taklim; ia telah bertransformasi dan menemukan bentuk barunya di ruang *cyber*.

Perubahan medium ini tidak serta merta menghapus ruh dari dakwah itu sendiri. Justru di sinilah letak tantangan sekaligus peluangnya: bagaimana menjaga nilai dan etika dakwah tradisional di tengah kebebasan dunia digital yang tak terbatas. Di sinilah pentingnya menjaga tradisi dalam berdakwah, agar dakwah di ruang *cyber* tidak kehilangan arah dan substansi.

Tradisi dakwah para ulama terdahulu selalu dilandasi dengan akhlak mulia, kelembutan dalam menyampaikan, keteladanan dalam perilaku, serta kedalaman ilmu. Prinsip-prinsip ini tetap relevan meskipun disampaikan lewat layar ponsel dan komputer. Dakwah bukan sekadar *viral* atau mendapatkan banyak *'like'* dan *'subscriber'*, tetapi tentang menyentuh hati dan menyadarkan akal. Maka, menjaga tradisi berarti tetap berpegang pada prinsip dakwah yang santun, inklusif, tidak provokatif, dan mengedepankan kasih sayang.

Di ruang *cyber*, pendakwah memiliki peran ganda: sebagai penjaga nilai dan penyampai pesan. Mereka harus cakap dalam teknologi, bijak dalam berkomunikasi, serta selektif terhadap informasi. Tidak cukup hanya memiliki semangat, tetapi juga harus memiliki strategi. Konten dakwah harus dikemas dengan kreatif namun tetap mendalam, disajikan dengan bahasa yang merangkul tanpa menggurui. Inilah bentuk adaptasi yang tak mengkhianati tradisi.

Menjaga tradisi dalam dakwah *cyber* juga berarti menjaga keberagaman. Di ruang maya yang luas ini, perbedaan pemahaman keagamaan sering kali menjadi pemicu konflik. Oleh karena itu, pendakwah digital dituntut untuk menjadi perekat, bukan pemecah. Mereka harus menjadi jembatan yang menghubungkan, bukan tembok yang memisahkan. Dakwah harus menjadi oase di tengah kegersangan informasi yang menyesatkan, menjadi cahaya di tengah gelapnya fitnah digital.

Dakwah di ruang *cyber* bukanlah bentuk pengkhianatan terhadap tradisi, melainkan bentuk keberlanjutan yang adaptif dan visioner. Tradisi tetap dijaga, tetapi cara penyampaian diperbarui. Dakwah tetap dalam ruhnya, tetapi bentuknya menyesuaikan dengan zaman. Inilah esensi dari menjaga tradisi di masa kini: tidak stagnan dalam bentuk, tetapi teguh dalam nilai.

Akhlak Tetap Fondasi di Tengah Inovasi Dakwah *Cyber*

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Kemunculan media sosial dan platform digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan *podcast* telah melahirkan bentuk baru dalam penyampaian dakwah,

yang kini dikenal sebagai dakwah cyber. Dakwah tidak lagi hanya berlangsung dari mimbar ke mimbar, dari masjid ke masjid, tetapi juga hadir di layar ponsel dan komputer jutaan umat Muslim di seluruh penjuru dunia. Di tengah euforia inovasi ini, satu hal yang tidak boleh dilupakan oleh para dai dan konten kreator Muslim: akhlak tetaplah fondasi utama dakwah.

Menurut laporan We Are Social dan Meltwater tahun 2024, Indonesia memiliki 224 juta pengguna internet, dengan 167 juta di antaranya aktif di media sosial. Sebanyak 60% dari pengguna tersebut mengakses konten religius secara rutin, terutama pada waktu-waktu spiritual seperti bulan Ramadhan, hari Jumat, dan menjelang waktu salat. Fakta ini menunjukkan bahwa ruang *cyber* telah menjadi ladang subur untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda.

bersamaan dengan berkembangnya dakwah di ruang digital, muncul pula tantangan baru: bagaimana menjaga nilai-nilai akhlak dalam penyampaian dakwah yang cepat, instan, dan sering kali dibalut dengan logika algoritma media sosial yang mengedepankan sensasi dan popularitas. Dalam banyak kasus, konten dakwah justru menampilkan nada keras, retorika kebencian, bahkan menyudutkan kelompok tertentu. Sebuah studi oleh Pusat Studi Dakwah Digital UIN Syarif Hidayatullah (2023) menemukan bahwa dari 100 video dakwah paling *viral* di YouTube, hanya 41% yang mengedepankan pendekatan hikmah dan santun, sementara sisanya cenderung menggunakan judul provokatif, narasi polarisasi, dan gaya penyampaian yang konfrontatif.

Fenomena ini memunculkan kekhawatiran di kalangan ulama dan pendidik Islam. Dakwah bukan sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menyentuh hati. Nabi Muhammad SAW diutus bukan hanya sebagai juru dakwah, tetapi sebagai *uswah hasanah* (teladan akhlak mulia). Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Rasulullah bersabda: "Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia." Ini menunjukkan bahwa misi utama dakwah adalah membentuk karakter dan peradaban manusia yang berbasis pada akhlak, bukan semata-mata pada penyebaran informasi agama.

Dalam konteks ruang *cyber*, nilai-nilai akhlak seperti kesantunan dalam berkomunikasi, kesabaran dalam menghadapi kritik, kejujuran dalam menyampaikan informasi, serta sikap inklusif dalam menyikapi perbedaan menjadi sangat penting. Sayangnya, dunia digital sering kali menghilangkan batasan-batasan etika tersebut. Anonimitas, kecepatan, dan keinginan untuk *viral* dapat mendorong dai digital untuk melupakan adab dalam berdakwah.

Banyak contoh positif dari para pendakwah digital yang mampu menyatukan inovasi dan akhlak dalam setiap dakwahnya. Misalnya, Ustadz Adi Hidayat, Habib Husein Ja'far, Buya Yahya, dan Ustadz Abdul Somad, yang mampu memanfaatkan media sosial dengan cerdas tanpa kehilangan etika dakwah. Mereka tampil dengan

tutur kata yang lembut, argumentasi yang kuat, serta tetap menjaga adab dalam menyampaikan kritik dan perbedaan pandangan. Konsistensi mereka dalam menjaga akhlak menjadikan mereka bukan hanya populer di dunia maya, tetapi juga dihormati oleh berbagai kalangan masyarakat (Surya & Rizky, 2021).

Dakwah *cyber* memang menawarkan kemudahan akses dan jangkauan luas, tetapi itu saja tidak cukup. Tanpa akhlak, dakwah hanya akan menjadi hiburan kosong yang tak membekas di hati umat. Lebih parah lagi, dakwah yang kasar dan menyulut konflik dapat menimbulkan resistensi dari generasi muda yang haus akan spiritualitas yang sejuk dan relevan. Data dari survei internal yang dilakukan oleh komunitas Literasi Dakwah Digital Indonesia pada 1.200 responden usia 17–35 tahun menyebutkan bahwa 74% dari mereka lebih menyukai dai yang menggunakan bahasa santun, tidak menghakimi, dan memberi ruang dialog (Ummah, 2020).

Dengan demikian, akhlak bukan hanya pelengkap dalam dakwah digital merupakan adalah ruh yang menghidupkan dakwah itu sendiri. Inovasi boleh terus berkembang: gaya penyampaian boleh berubah, platform boleh berganti, bahkan format bisa semakin singkat dan ringkas. Namun, nilai-nilai akhlak harus tetap menjadi poros utama. Akhlak adalah filter, pengarah, dan penguat pesan dakwah agar tetap berada dalam jalur yang diridai Allah SWT.

Akhlak dalam era digital bukan hanya berbicara tentang sopan santun dalam bertutur di media sosial. Ia jauh lebih luas: tentang kejujuran dalam menyebarkan informasi, tanggung jawab dalam menggunakan teknologi, empati terhadap sesama pengguna internet, serta kesadaran untuk tidak menjadi bagian dari arus destruktif yang mengalir di dunia maya. Akhlak mengajarkan kita untuk tetap menjadi manusia, sekalipun kita berinteraksi melalui layar yang dingin dan tanpa emosi.

Digitalisasi memang tidak bisa dihindari. Bahkan, ia adalah keniscayaan yang membawa banyak manfaat. Namun, kemajuan ini harus dibarengi dengan kedewasaan moral. Maka dari itu, pendidikan akhlak menjadi sangat penting, tidak hanya di sekolah atau masjid, tetapi juga di rumah, di komunitas, bahkan di dunia digital itu sendiri. Setiap orang harus menjadi agen yang menanamkan nilai-nilai kebaikan di dunia maya, baik sebagai pendidik, konten kreator, maupun pengguna biasa.

Maka jadikan akhlak sebagai fondasi utama dalam menghadapi era digital ini. Teknologi bisa terus berkembang, tetapi akhlak harus tetap dijaga. Karena hanya dengan akhlak, kita bisa memastikan bahwa kemajuan yang kita capai benar-benar membawa manfaat, bukan malapetaka. Dan hanya dengan akhlak pula, kita bisa membangun dunia digital yang bukan hanya canggih, tetapi juga beradab, beretika, dan manusiawi.

KESIMPULAN

Dakwah virtual merupakan salah satu bentuk inovasi yang adaptif terhadap perubahan zaman. Media digital memungkinkan pesan-pesan keislaman menjangkau audiens lintas batas geografis, usia, dan latar belakang. Dai tidak lagi terbatas oleh ruang fisik masjid atau majelis taklim, melainkan dapat berdakwah kepada ribuan bahkan jutaan orang secara serentak melalui satu unggahan. Hal ini menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat tinggi dari sisi jangkauan dan daya tarik. Inovasi dalam dakwah adalah keniscayaan, tetapi tidak boleh mengorbankan substansi. Inovasi perlu diarahkan untuk menguatkan tradisi, bukan menggantikannya. Banyak contoh dai digital sukses yang mampu memadukan nilai klasik dalam narasi kekinian menyampaikan pesan Imam Ghazali atau Syekh Nawawi melalui gaya *storytelling* yang ringan dan mudah dicerna. Dakwah virtual yang efektif bukan sekadar *viral*, melainkan membentuk perubahan sikap dan perilaku keagamaan secara nyata, tanpa kehilangan ruh *tarbiyah* (pembinaan ruhani). Di sinilah letak sinergi antara efektivitas digital, etika komunikasi Islam, dan keluhuran tradisi ulama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2022). Fenomena Penggunaan Media Sosial. <https://www.voaindonesia.com/a/Fenomena-Penggunaan-Media-Sosial/6631266.html>.
- Awaludin Pimay, & Uswatun Niswah. (2021). Efektifitas Dakwah Virtual di Era Pandemi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2). <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.355-369>
- Fathul Amin, A. A. S. (2025). Dakwah Digital: Mengukur Dampak dan Efektivitas Kampanye Dakwah Online terhadap Audiens Muda. *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi*, 2(1).
- Goffar, A. A., & Nisa, N. F. (2021). Audio Visual Dakwah Media Baru Khalid Basalamah Perspektif Honeycomb Social Media. *Panangaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.14421/panangaran.2021.0501-07>
- Indarta, Y., Ambiyar, A., Rizal, F., Ranuharja, F., Samala, A. D., & Dewi, I. P. (2022). Studi Literatur : Peranan Model-Model Pembelajaran Inovatif Bidang Pendidikan Teknologi Kejuruan. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(4). <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i4.2721>
- Kholis, N. (2021). Dakwah Virtual, Generasi Z dan Moderasi Beragama. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 1(02). <https://doi.org/10.28918/iqtida.v1i02.4525>
- Lestari, R., & Fauzi, A. (2023). Etnografi Virtual terhadap Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar di Media Sosial. *Khulasah: Islamic Studies Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.55656/kisj.v5i2.97>

- Maulana Achmad, Jannah, R., & Azizah. (2023). Media Sosial Sebagai Strategi Baru Dalam Dakwah Islam: Studi Analisis Pada Platform “Belajariah.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 9(1).
<https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v9i1.2109>
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A.Rafiq. (2019). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, 1(1).
- Nurhidayah, Y. (2017). Revitalisasi Kesenian Tari Topeng sebagai Media Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(1).
<https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i1.1526>
- Risdiana, A., & Ramadhan, R. B. (2019). Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi. *FIKRAH*, 7(1).
<https://doi.org/10.21043/fikrah.v7i1.4800>
- Riyanto, A. D. (2023). Indonesian Digital Report 2023 Hootsuite (We are Social). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023*.
- Rosdi, A. Z., Hassan, S. N. S., & Muhammad, N. A. F. (2018). TRADITIONAL AND MODERN METHOD IN HADITH STUDIES: A LITERATURE REVIEW PENGAJIAN HADIS TRADISIONAL DAN MODEN: TINJAUAN AWAL LITERATUR. *International Journal of Islamic Studies. (Special Edition-SPIKESS*, 13(2).
- Sa’adah, M., Rahmayati, G. T., & Prasetyo, Y. C. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Al ‘Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2).
- Setiawan, W., Badrudin, Supriadi, E., Arifin, S., Khoirunnasih, M., & Asyamsi, I. A. A. (2022). Implementasi Dakwah Melalui Literasi Digital di Ponpes Mifthahul Ulum Gandok Tasikmalaya. *An-Nahdliyyah: Jurnal Studi Keislaman*, 1(2).
- Siswanto. (2022). Dakwah Bil Medsos Min Manual Ila Digital. *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 1(2).
<https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v1i2.333>
- Surya, A., & Rizky, F. U. (2021). Become A Professional Da’i In The Era Of Digital Revolution 4.0. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 9(1).
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuh*, 18(1).
- Verolyna, D., & Syaputri, I. K. (2021). Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1).
<https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 6 (2025) 1721 – 1732 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v7i6.8133