

## Dari Masjid ke Kafe: Kontestasi dan Modifikasi Budaya Dakwah Baru Melalui Penerapan Teknologi *Broadcasting* dan Penyiaran Konten

Andi Achmad Zulkarnaen

Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor

andigomeu7@gmail.com

### ABSTRACT

*Islamic preaching (dakwah) in Indonesia has undergone significant transformation with the emergence of new preaching models that extend beyond traditional mosque settings into public spaces such as cafés and digital platforms. This study aims to examine contemporary dakwah phenomena through the application of broadcasting technologies—including digital television, live streaming, podcasts, and social media—and to analyze the dynamics of contestation and cultural modification that arise in these practices. Using a qualitative descriptive approach with literature review, phenomenological observation, and in-depth interviews with digital preaching practitioners and audiences, this research reveals that broadcasting technology enables wider, faster, and more interactive dissemination of Islamic messages, reaching diverse audience segments. Innovations such as short videos, thematic podcasts, educational animations, and collaborations with Muslim influencers serve as effective strategies to engage the urban youth generation. The shift of dakwah from mosques to cafés signifies a contestation of religious authority, where popular preachers gain new legitimacy in digital public spaces. Furthermore, cultural modification allows dakwah to adapt to urban lifestyles without losing its essential Islamic values. The study concludes that the implementation of broadcasting technology in contemporary dakwah not only transforms the medium of message delivery but also reconstructs preaching strategies and authority, opening opportunities to strengthen religious moderation in the digital era.*

**Keywords:** *Digital Dakwah, Broadcasting Technology, Contestation, Cultural Modification, Islamic Content Dissemination.*

### ABSTRAK

Transformasi dakwah di Indonesia mengalami perubahan signifikan dengan munculnya model dakwah baru yang tidak hanya berlangsung di masjid, tetapi juga merambah ke ruang-ruang publik non-tradisional seperti kafe dan platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena dakwah kontemporer melalui penerapan teknologi *broadcasting*—termasuk televisi digital, *live streaming*, *podcast*, dan media sosial—serta menganalisis dinamika kontestasi dan modifikasi budaya yang terjadi di dalamnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur, observasi fenomenologis, dan wawancara mendalam terhadap praktisi dakwah digital dan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi *broadcasting* memungkinkan penyiaran konten keislaman secara lebih luas, cepat, dan interaktif, menjangkau beragam segmentasi masyarakat. Inovasi dakwah dalam bentuk video pendek, *podcast* tematik, animasi edukatif, dan kolaborasi dengan *influencer* Muslim menjadi strategi efektif dalam menarik minat generasi muda urban. Fenomena dakwah yang bergeser dari masjid ke kafe menandakan adanya kontestasi otoritas keagamaan, di mana figur dai populer memperoleh legitimasi baru di ruang publik digital. Selain itu, modifikasi budaya

memungkinkan dakwah beradaptasi dengan gaya hidup urban tanpa menghilangkan nilai-nilai inti ajaran Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan teknologi *broadcasting* dalam dakwah kontemporer tidak hanya mengubah media penyampaian pesan, tetapi juga merekonstruksi strategi dan otoritas dakwah, sekaligus membuka peluang bagi penguatan moderasi beragama di era digital.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Teknologi Broadcasting, Kontestasi, Modifikasi Budaya, Penyiaran Konten Keislaman.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas dakwah Islam. Pada masa lalu, dakwah umumnya dilakukan secara konvensional melalui mimbar masjid, majelis taklim, atau ceramah langsung. Namun, seiring perkembangan media digital dan elektronik modern, metode dakwah mengalami evolusi yang mendasar (Hidayat, 2019).

Perubahan ini menuntut para pendakwah dan lembaga dakwah untuk tidak hanya mampu menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga cakap dalam memanfaatkan teknologi agar pesan dakwah dapat disebarkan secara lebih luas, efisien, dan menarik (Rohmana, 2020). Media elektronik seperti radio dan televisi pernah menjadi sarana utama penyebaran pesan keislaman. Akan tetapi, munculnya teknologi siaran digital seperti *live streaming*, *podcast*, dan platform multimedia berbasis internet telah membawa transformasi yang jauh lebih besar (Nugroho, 2018).

Teknologi penyiaran digital memungkinkan penyampaian pesan Islam secara visual, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi Milenial serta gen Z yang terbiasa dengan perangkat digital (Amar, 2021). Lebih dari sekadar media informasi dan edukasi, platform digital juga memiliki peran strategis dalam membentuk narasi Islam yang inklusif, moderat, dan sejuk di tengah derasnya arus informasi yang sering kali bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Azra, 2019).

Sejarah perkembangan teknologi penyiaran menunjukkan tahapan penting yang turut memengaruhi dakwah. Pada awalnya, radio sebagai media audio satu arah efektif menjangkau masyarakat luas, termasuk di daerah terpencil (Sauri, 2022). Kehadiran televisi kemudian menghadirkan dimensi visual, memungkinkan dakwah disampaikan dengan lebih variatif melalui program *talkshow*, tausiah, hingga dokumenter sejarah Islam (Baran, 2019). Perubahan paling drastis terjadi pada era digital, di mana teknologi penyiaran tidak lagi terbatas pada saluran konvensional, tetapi terintegrasi dengan internet melalui platform seperti YouTube, TikTok, Instagram Live, dan *podcast* (Widodo, 2020).

Transformasi dakwah ini bersifat bukan hanya teknis, tetapi juga fungsional. Cara masyarakat mengakses informasi keagamaan berubah secara signifikan,

mendorong para dai untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan mampu menghadapi dinamika sosial serta perkembangan teknologi (Kemenkominfo, 2021). Ruang digital kini menjadi arena utama pembentukan opini publik dan identitas keagamaan generasi muda. Kehadiran konten dakwah berkualitas dan terpercaya menjadi penting untuk menyeimbangkan derasnya arus informasi yang tidak selalu selaras dengan nilai Islam *rahmatan lil 'alamin* (Azra, 2019).

Selain itu, dakwah berbasis teknologi digital menghadirkan format penyampaian yang lebih personal dan kreatif. Vlog dakwah, ceramah interaktif, animasi Islami, hingga *podcast* reflektif mampu menarik perhatian generasi muda yang cenderung menyukai konten visual singkat namun bermakna (Hidayat, 2019). Dengan demikian, pemanfaatan teknologi *broadcasting* dalam penyiaran konten keislaman merupakan kebutuhan mendesak di era modern, karena selain memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas pesan, juga menjaga relevansi dakwah dengan konteks sosial dan budaya digital yang terus berkembang.

Dalam konteks masyarakat urban, khususnya generasi muda, muncul fenomena dakwah baru yang memanfaatkan ruang-ruang non-tradisional seperti kafe, taman kota, dan ruang kreatif lainnya. Ustadz Hanan Attaki menjadi salah satu figur yang memelopori tren ini dengan menggabungkan pendekatan spiritual dan budaya populer melalui gaya bahasa santai, fesyen kasual, serta penggunaan media digital. Fenomena “Dari Masjid ke Kafe” ini mencerminkan adanya kontestasi otoritas keagamaan, di mana legitimasi dakwah tidak hanya bersumber dari lembaga keagamaan tradisional, tetapi juga dari popularitas dan keterhubungan dai dengan audiens digital.

Fenomena tersebut dapat dianalisis melalui teori kontestasi dan teori modifikasi budaya. Kontestasi terjadi akibat perebutan ruang dan pengaruh antara metode dakwah konvensional dan modern berbasis teknologi. Sementara itu, modifikasi budaya menjelaskan kemampuan dakwah untuk beradaptasi dengan budaya urban tanpa kehilangan esensi nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis dinamika dakwah kontemporer melalui penerapan teknologi *broadcasting* dan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

## TINJAUAN LITERATUR

### Dakwah dan Transformasi Media

Dakwah merupakan proses komunikasi Islam yang bertujuan menyampaikan ajaran dan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat luas. Media memegang peranan strategis dalam mengembangkan dakwah, karena mampu menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif (Azra, 2020). Perkembangan media komunikasi dari mimbar masjid hingga penggunaan media massa seperti radio dan televisi telah membawa perubahan signifikan dalam metode dakwah. Dengan hadirnya media

digital, seperti media sosial dan teknologi *broadcasting*, dakwah dapat dilakukan dengan cara yang lebih inovatif dan interaktif (Baran, 2019). Menurut Fadhilah et al. (2023), penggunaan teknologi digital dalam dakwah mempermudah penyampaian pesan kepada generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

## **Teori Kontestasi dalam Dakwah**

Teori kontestasi menjelaskan bagaimana aktor-aktor dakwah berkompetisi untuk memperoleh otoritas keagamaan di ruang publik. Turner (2011) menyatakan bahwa kontestasi otoritas terjadi ketika terdapat lebih dari satu sumber legitimasi dalam masyarakat. Dalam konteks dakwah digital, fenomena ini terlihat dari persaingan antara ulama tradisional yang memiliki kedalaman ilmu agama dan dai digital yang memperoleh legitimasi melalui popularitas media sosial (Mubarak, 2023). Studi yang dilakukan oleh Cholil dan Nizar (2021) menemukan bahwa Hanan Attaki berhasil merebut ruang dakwah urban dengan strategi pendekatan yang lebih dekat dengan gaya hidup generasi muda, sehingga memunculkan kontestasi ideologis dan legitimasi.

## **Teori Modifikasi Budaya**

Teori modifikasi budaya berangkat dari pandangan bahwa budaya bersifat dinamis dan dapat berubah mengikuti perkembangan zaman (Hefner, 2019). Dalam dakwah modern, nilai-nilai Islam tidak diubah secara substansial, namun cara penyampaiannya dimodifikasi agar sesuai dengan budaya populer dan gaya hidup urban. Misalnya, penggunaan bahasa gaul, fesyen kasual, dan pendekatan emosional dalam dakwah Hanan Attaki dianggap lebih efektif untuk menjangkau audiens muda (Ismiati, 2024). Darma dan Putri (2023) menemukan bahwa pendekatan ini dapat membangun kedekatan emosional antara dai dan jamaah, meningkatkan efektivitas pesan keislaman yang disampaikan.

## **Teknologi Broadcasting dan Penyiaran Konten Keislaman**

Teknologi *broadcasting* seperti televisi digital, *podcast*, *live streaming*, dan platform video pendek telah merevolusi cara penyiaran dakwah. Menurut Baran (2019), *broadcasting* memungkinkan penyiaran pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Penelitian Fadhilah et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi ini meningkatkan keterlibatan audiens dan meningkatkan efektivitas dakwah. Namun, Moefad et al. (2024) mengingatkan adanya risiko komodifikasi dakwah dan penyebaran disinformasi, sehingga diperlukan strategi untuk menjaga autentisitas pesan keislaman.

## **Dakwah Urban dan Fenomena “Dari Masjid ke Kafe”**

Fenomena dakwah yang bergeser dari masjid ke ruang publik non-tradisional seperti kafe menunjukkan adanya urbanisasi dakwah. Cholil dan Nizar (2021) menjelaskan bahwa dakwah di kafe menjadi cara efektif untuk menjangkau generasi muda yang jarang hadir di masjid. Strategi ini memanfaatkan *branding* personal dai,

desain acara kreatif, dan media visual untuk menghadirkan dakwah yang lebih santai namun tetap substansial. Mubarak (2023) menambahkan bahwa fenomena ini merupakan bentuk kontestasi ideologi antara dakwah konvensional dan urban, dengan modifikasi budaya yang memungkinkan nilai Islam beradaptasi dengan gaya hidup modern tanpa kehilangan esensinya.

Prinsip-prinsip modifikasi budaya dalam dakwah:

1. Adaptasi Ruang dan Media

Dakwah di era modern tidak terbatas pada ruang ibadah formal. Pemanfaatan kafe, pusat komunitas, dan media sosial merupakan bentuk modifikasi ruang dakwah yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens muda (Rohmana, 2020).

2. Bahasa dan Simbol Budaya

Dai urban seperti Hanan Attaki menggunakan bahasa gaul, musik akustik, dan fesyen *casual* sebagai strategi komunikasi. Ini merupakan bentuk modifikasi simbol budaya untuk menjembatani pesan agama dengan realitas sosial anak muda.

3. Negosiasi Identitas

Dakwah urban mendorong munculnya identitas muslim baru yang modern namun tetap religius. Proses negosiasi ini menciptakan bentuk keberagaman yang lebih inklusif dan tidak terikat sepenuhnya pada pola tradisional (Baran, 2019).

4. Transformasi Nilai

Modifikasi budaya tidak berarti mengubah ajaran Islam secara substantif, tetapi mentransformasikan cara penyampaiannya agar lebih relevan dan diterima dalam konteks globalisasi dan urbanisasi.

Penerapan teori ini membantu memahami bahwa dakwah Hanan Attaki bukanlah penyimpangan, tetapi evolusi dakwah yang berusaha merespons kebutuhan spiritual generasi digital dengan pendekatan yang komunikatif, kreatif, dan adaptif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena dakwah kontemporer yang mengalami transformasi dari masjid ke kafe melalui pemanfaatan teknologi *broadcasting*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, strategi, serta dinamika sosial dan budaya yang memengaruhi dakwah modern secara mendalam (Creswell, 2018). Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kontestasi dan

modifikasi budaya, yang menjadi landasan analisis terhadap pergeseran ruang, metode, dan otoritas dakwah di era digital.

Lokasi penelitian dilakukan di beberapa kota besar di Indonesia, antara lain Jakarta, Bandung, dan Surabaya, yang dikenal sebagai pusat aktivitas dakwah urban. Subjek penelitian meliputi praktisi dakwah digital seperti Ustadz Hanan Attaki, pengelola media dakwah berbasis teknologi *broadcasting*, serta audiens atau jamaah yang mengikuti dakwah baik secara langsung di kafe maupun melalui platform digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif pada kegiatan dakwah di kafe dan komunitas hijrah, wawancara mendalam dengan dai, pengelola media dakwah, serta audiens, dan analisis konten digital berupa video dakwah, *podcast*, dan siaran *live streaming*. Selain itu, dilakukan studi literatur dari berbagai jurnal dan buku akademik yang relevan dengan tema dakwah digital dan teknologi *broadcasting*. Instrumen penelitian yang digunakan mencakup pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan daftar periksa untuk analisis konten, yang disusun guna memperoleh data yang konsisten dengan tujuan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman, yang melibatkan tiga tahapan utama: reduksi data, yaitu penyaringan data yang relevan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi; penyajian data, yaitu penyusunan data dalam bentuk narasi, tabel, dan visualisasi agar mudah dipahami; serta penarikan kesimpulan, yaitu interpretasi data dengan menggunakan teori kontestasi dan modifikasi budaya untuk mengungkap dinamika transformasi dakwah modern. Lokasi penelitian berfokus pada lembaga penyiaran Islam dan platform digital yang aktif memproduksi konten dakwah. Subjek penelitian terdiri dari tim produksi media, penyiar atau penceramah (ustaz/dai), serta audiens atau pemirsa konten dakwah yang aktif di media digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Transformasi Ruang Dakwah

Hasil penelitian menunjukkan adanya transformasi yang signifikan dalam ruang dakwah Islam di era digital. Aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada masjid atau ruang ibadah formal, melainkan merambah ke berbagai ruang publik non-tradisional seperti kafe, taman kota, dan pusat komunitas kreatif. Perubahan ini menandai pergeseran cara berdakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan sosial dan budaya masyarakat perkotaan.

Transformasi tersebut didorong oleh kebutuhan untuk mendekatkan pesan-pesan dakwah kepada generasi muda urban. Kelompok ini cenderung lebih nyaman berada di lingkungan yang santai, terbuka, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Pendekatan dakwah yang dilakukan di ruang-ruang publik memberikan kesan inklusif dan tidak kaku, sehingga mempermudah keterlibatan audiens yang sebelumnya jarang menghadiri majelis dakwah di masjid.

Strategi dakwah di ruang publik terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan interaksi jamaah. Kegiatan dakwah yang dikemas dengan suasana non-formal dan memanfaatkan teknologi digital seperti *live streaming*, *podcast*, dan media sosial, mampu menarik perhatian generasi muda. Dengan demikian, dakwah modern dapat menjangkau lebih banyak kalangan sekaligus menyesuaikan diri dengan dinamika kehidupan masyarakat urban masa kini.

## **Pemanfaatan Teknologi *Broadcasting***

Pemanfaatan teknologi *broadcasting* telah menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan dakwah Islam di era digital. Melalui televisi digital, para dai dapat menyampaikan pesan keislaman kepada audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh jarak geografis. Program-program televisi bertema religius juga membantu mengedukasi masyarakat melalui tayangan yang terstruktur dan terjadwal, sehingga pesan dakwah dapat diterima secara konsisten oleh berbagai kalangan.

Selain televisi, teknologi *live streaming* memberikan peluang baru bagi dakwah untuk menjangkau jamaah secara *real-time*. Melalui fitur siaran langsung di platform seperti YouTube, Instagram, atau Facebook, pendakwah dapat berinteraksi langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan, dan memberikan tausiah yang lebih personal. Metode ini memungkinkan komunikasi dua arah yang sebelumnya sulit diwujudkan melalui media dakwah konvensional.

*Podcast* juga menjadi media yang efektif dalam penyebaran pesan keislaman. Format audio yang fleksibel membuat masyarakat dapat mendengarkan materi dakwah kapan saja dan di mana saja, misalnya saat beraktivitas atau dalam perjalanan. *Podcast* dakwah yang dikemas secara tematik dan singkat menjadi pilihan favorit generasi muda yang menginginkan konten religius yang praktis namun mendalam.

Selain itu, platform video pendek seperti TikTok dan Reels di Instagram telah dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara kreatif. Pendekatan ini memadukan visual yang menarik dengan pesan singkat yang mudah diingat, sehingga mampu menjangkau audiens dalam skala besar. Hasil wawancara dengan praktisi media dakwah menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh inovasi format acara, pemilihan durasi yang efektif, serta kesesuaian platform dengan karakteristik audiens modern.

## **Kontestasi Otoritas Dakwah**

Fenomena dakwah digital telah memunculkan dinamika baru dalam otoritas keagamaan. Kehadiran dai populer seperti Hanan Attaki menunjukkan bahwa legitimasi dakwah kini tidak hanya ditentukan oleh jalur tradisional atau pengakuan dari lembaga resmi, tetapi juga oleh besarnya jumlah pengikut dan keterlibatan audiens di media sosial. Popularitas di ruang digital memberikan bentuk otoritas baru

yang bersumber dari kedekatan dengan masyarakat, terutama generasi muda yang aktif di dunia maya.

Di sisi lain, ulama tradisional tetap mempertahankan otoritasnya melalui kedalaman ilmu agama, sanad keilmuan, dan peran dalam struktur kelembagaan resmi. Mereka memegang legitimasi yang berakar pada tradisi pesantren dan institusi keagamaan formal yang telah lama menjadi pusat pengembangan ilmu Islam. Otoritas ini lebih menekankan pada validitas pengetahuan dan kedudukan akademis dalam masyarakat Muslim.

Kontestasi antara dua bentuk otoritas ini terlihat dalam perbedaan pendekatan dakwah. Dakwah digital cenderung lebih fleksibel, komunikatif, dan menyesuaikan dengan budaya populer serta media modern. Sementara itu, dakwah konvensional bersifat lebih formal, berorientasi pada disiplin ilmu agama yang mendalam, dan dijalankan dalam kerangka kelembagaan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran cara pandang masyarakat terhadap figur otoritas keagamaan dan membuka ruang dialog antara tradisi lama dan inovasi dakwah modern.

## **Modifikasi Budaya dalam Dakwah**

Modifikasi budaya dalam dakwah kontemporer merupakan strategi adaptif yang digunakan untuk menjaga relevansi pesan Islam di tengah dinamika masyarakat modern. Pendakwah urban seperti Hanan Attaki memanfaatkan gaya komunikasi yang santai, penggunaan bahasa gaul, dan fesyen kasual yang dekat dengan keseharian generasi muda. Pendekatan ini menjadikan dakwah terasa lebih inklusif, mudah dipahami, dan tidak berjarak dengan audiens perkotaan yang memiliki pola hidup berbeda dengan masyarakat tradisional.

Selain aspek bahasa dan penampilan, modifikasi budaya juga tampak dalam format dan metode penyampaian dakwah. Kegiatan dakwah tidak lagi terbatas pada majelis taklim atau ceramah di masjid, tetapi diperluas ke ruang publik seperti kafe, taman kota, dan ruang komunitas kreatif. Pendekatan ini tidak hanya mendekatkan dakwah dengan gaya hidup masyarakat urban, tetapi juga memberikan ruang dialog yang lebih terbuka antara dai dan jamaah, sehingga pesan keislaman dapat diterima dengan lebih baik.

Modifikasi budaya ini tetap menjaga substansi ajaran Islam dengan menekankan nilai-nilai inti seperti akhlak, ukhuwah, dan semangat moderasi. Strategi ini memungkinkan dakwah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren sosial tanpa kehilangan esensi syariat Islam. Dengan demikian, dakwah modern mampu menjadi jembatan antara tradisi keagamaan dan budaya populer, serta memperluas jangkauan penyebaran nilai Islam yang damai dan inklusif.

## Tantangan dalam Dakwah Digital

Meskipun pemanfaatan teknologi *broadcasting* memberikan peluang besar dalam memperluas jangkauan dakwah Islam, penelitian ini menemukan berbagai tantangan yang harus dihadapi para pendakwah di era digital. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki literasi dan keterampilan digital memadai. Tidak semua dai dan praktisi dakwah mampu mengoperasikan teknologi modern atau memahami dinamika media digital secara optimal, sehingga berpotensi menghambat efektivitas penyampaian pesan keislaman.

Selain itu, kendala teknis produksi dan keterbatasan infrastruktur teknologi juga menjadi hambatan yang signifikan. Proses pembuatan konten dakwah digital memerlukan perangkat produksi yang memadai, mulai dari kamera, audio, hingga perangkat lunak pengeditan. Tanpa dukungan fasilitas dan tim teknis yang kompeten, kualitas penyiaran dakwah dapat menurun, mengurangi daya tarik pesan yang ingin disampaikan. Tantangan ini semakin kompleks ketika harus menghadapi risiko penyebaran disinformasi dan komodifikasi dakwah yang dapat mengaburkan nilai-nilai keislaman yang autentik.

Keragaman karakteristik audiens turut menjadi tantangan dalam dakwah digital. Audiens memiliki latar belakang budaya, pendidikan, dan tingkat pemahaman agama yang berbeda-beda, sehingga memerlukan pendekatan komunikasi yang variatif dan tepat sasaran. Hal ini menuntut para pendakwah untuk terus mengembangkan kompetensi digital, merancang strategi komunikasi yang kreatif dan inklusif, serta menjaga keaslian dan integritas pesan dakwah agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam di tengah derasnya arus informasi digital.

## Pembahasan

### Analisis Transformasi Ruang Dakwah

Transformasi dakwah dari masjid ke kafe menunjukkan adanya perubahan mendasar dalam praktik penyampaian pesan Islam. Fenomena ini mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang tengah berlangsung di masyarakat urban, khususnya generasi muda yang lebih memilih ruang non-formal dan santai untuk berdialog mengenai agama (Cholil & Nizar, 2021). Pergeseran ini tidak hanya soal lokasi, tetapi juga mencerminkan pergeseran paradigma dakwah yang lebih terbuka dan interaktif.

Dakwah yang dilakukan di kafe atau ruang publik lainnya memungkinkan audiens merasa lebih dekat dengan pendakwah, sehingga komunikasi berlangsung lebih natural. Menurut penelitian Nizar (2020), dakwah yang dilakukan dalam suasana informal mampu mengurangi jarak psikologis antara dai dan jamaah, meningkatkan keterlibatan, serta membuka ruang diskusi yang lebih egaliter. Pendekatan ini efektif dalam menjangkau kelompok muda yang jarang hadir di masjid.

Transformasi ini tidak menghilangkan makna atau substansi ajaran Islam. Sebaliknya, penggunaan ruang publik seperti kafe menjadi sarana memperluas jangkauan dakwah ke lapisan masyarakat yang sebelumnya sulit diakses. Dengan metode ini, dakwah dapat tetap menyampaikan nilai-nilai inti Islam seperti akhlak, ukhuwah, dan moderasi, tetapi dengan cara yang lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan modern (Azra, 2020).

## Peran Teknologi Broadcasting dalam Dakwah

Teknologi *broadcasting* memiliki peran krusial dalam memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan keterhubungan antara dai dan jamaah. Melalui *live streaming*, *podcast*, dan video pendek, pesan-pesan keislaman dapat diakses oleh audiens yang tidak dapat hadir secara fisik dalam majelis dakwah (Baran, 2019). Inovasi ini membuat dakwah lebih mudah diakses dan mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.

Selain memperluas jangkauan, teknologi ini juga memungkinkan personalisasi dakwah sesuai dengan segmentasi audiens. Menurut Fadhilah et al. (2023), penggunaan data analitik dan platform digital membantu pendakwah menyesuaikan pesan dengan kebutuhan kelompok tertentu, misalnya remaja, komunitas hijrah, atau masyarakat perkotaan. Hal ini meningkatkan efektivitas penyampaian dakwah yang lebih tepat sasaran.

Teknologi *broadcasting* juga mendorong terjadinya interaktivitas yang lebih tinggi dalam dakwah. Melalui fitur komentar langsung dan sesi tanya jawab digital, jamaah dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses dakwah. Pendekatan ini memperkuat hubungan emosional antara dai dan audiens, sehingga pesan dakwah dapat dipahami dan diinternalisasi dengan lebih baik (Moefad et al., 2024).

## Kontestasi Otoritas Keagamaan

Fenomena dakwah digital juga memunculkan kontestasi otoritas keagamaan. Dai populer seperti Hanan Attaki memperoleh legitimasi baru melalui media sosial, di mana popularitas dan keterampilan komunikasi menjadi faktor utama dalam membangun pengaruh (Mubarak, 2023). Otoritas ini berbeda dengan legitimasi tradisional yang didasarkan pada kedalaman ilmu agama dan pengakuan lembaga keagamaan.

Kontestasi ini menimbulkan diskursus baru tentang siapa yang berhak dianggap otoritatif dalam menyampaikan pesan Islam. Menurut Turner (2011), otoritas keagamaan di era modern menjadi lebih plural dan dinamis, sehingga memunculkan berbagai sumber legitimasi yang berkompetisi dalam ruang publik, termasuk media digital. Hal ini mengubah cara masyarakat memandang figur pemimpin agama dan pendakwah.

Perbedaan pendekatan antara dakwah digital dan konvensional menjadi salah satu ciri utama kontestasi ini. Dakwah digital cenderung fleksibel dan

komunikatif, sementara dakwah konvensional bersifat formal dan berorientasi pada struktur kelembagaan. Namun, keduanya dapat saling melengkapi dalam membangun dakwah yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Ismiati, 2024).

## **Modifikasi Budaya dan Relevansi Dakwah**

Modifikasi budaya menjadi strategi penting dalam dakwah kontemporer agar pesan Islam tetap relevan dan mudah diterima masyarakat modern. Pendakwah urban memanfaatkan bahasa populer, gaya berpakaian kasual, serta penggunaan media kreatif seperti musik dan visual interaktif untuk menarik perhatian audiens muda (Hefner, 2019). Strategi ini membuat dakwah lebih membumi tanpa mengurangi nilai-nilai keislaman.

Pendekatan ini juga mencerminkan kemampuan dakwah untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Darma & Putri (2023) menunjukkan bahwa penggunaan elemen budaya populer dalam dakwah dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan menciptakan pengalaman dakwah yang lebih emosional dan bermakna. Hal ini penting untuk menjaga keberlanjutan dakwah di tengah perubahan sosial yang cepat.

Meskipun terjadi modifikasi budaya, substansi ajaran Islam tetap menjadi inti pesan dakwah. Nilai-nilai seperti akhlak mulia, ukhuwah Islamiyah, dan moderasi beragama tetap ditekankan. Modifikasi hanya terjadi pada metode dan kemasan dakwah, bukan pada prinsip dasar Islam (Azra, 2020). Dengan demikian, dakwah modern dapat menjembatani tradisi keagamaan dengan budaya kontemporer.

## **Implikasi terhadap Moderasi Beragama**

Dakwah urban yang memanfaatkan teknologi *broadcasting* berpotensi besar dalam mendukung moderasi beragama di Indonesia. Pendekatan dakwah yang inklusif dan komunikatif membantu membangun pemahaman Islam yang damai, toleran, serta menghormati keberagaman masyarakat modern (Azra, 2019).

Penggunaan ruang publik dan media digital membuat dakwah lebih terbuka terhadap dialog antarumat beragama. Menurut Nizar (2020), strategi ini dapat mengurangi jarak sosial dan psikologis antara kelompok masyarakat yang berbeda, sehingga memperkuat kohesi sosial dan nilai-nilai kebersamaan. Dakwah yang adaptif terhadap budaya urban juga mampu mengurangi potensi radikalisme.

Dengan demikian, transformasi dakwah melalui teknologi *broadcasting* tidak hanya berdampak pada perluasan jangkauan pesan keislaman, tetapi juga berkontribusi pada penguatan moderasi beragama. Pendekatan ini dapat menjadi sarana efektif untuk menjaga harmoni sosial dan mendukung visi Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin* (Hefner, 2019).

## **Perpindahan Ruang Dakwah**

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah urban telah mengalami pergeseran ruang. Kafe, pusat komunitas, dan taman kota menjadi alternatif baru dalam penyampaian dakwah. Strategi ini berhasil menjangkau kelompok muda yang jarang menghadiri pengajian di masjid. Fenomena ini juga menjadi bentuk kontestasi ruang dakwah, di mana masjid tidak lagi menjadi satu-satunya pusat kegiatan dakwah (Hefner, 2019).

## **Bahasa dan Gaya Anak Muda**

Hanan Attaki dan dai muda lainnya menggunakan bahasa percakapan sehari-hari, humor, serta narasi personal untuk menyampaikan pesan agama. Fesyen santai seperti *hoodie* dan jeans menjadi simbol kedekatan dengan audiens. Modifikasi budaya ini membuat dakwah terasa lebih ramah dan inklusif, berbeda dengan gaya formal khutbah tradisional (Rohmana, 2020).

## **Digitalisasi dan Kontestasi Otoritas**

Dakwah urban sangat bergantung pada media digital, khususnya YouTube, Instagram, dan TikTok. Digitalisasi ini memunculkan figur-figur dai populer yang memperoleh legitimasi keagamaan melalui jumlah pengikut dan *engagement* media sosial. Hal ini memicu kontestasi otoritas dengan ulama tradisional yang mengandalkan legitimasi *fiqh* dan sanad keilmuan (Azra, 2020).

## **Komunitas Hijrah dan Identitas Baru**

Fenomena dakwah urban membentuk komunitas hijrah yang menawarkan identitas muslim modern – religius namun tetap terhubung dengan budaya urban. Komunitas ini menjadi sarana sosial baru bagi generasi muda untuk memperkuat keyakinan dan solidaritas tanpa meninggalkan gaya hidup kota.

## **KESIMPULAN**

Studi ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi *broadcasting* telah memberikan peluang yang luas bagi perkembangan dakwah Islam di era digital. Melalui televisi digital, *live streaming*, *podcasting*, dan media sosial, pesan-pesan keislaman dapat disebarkan dengan jangkauan yang lebih luas, cepat, fleksibel, dan mampu menyesuaikan dengan segmentasi audiens secara tepat. Inovasi format acara, pengaturan durasi, serta penggunaan media interaktif menjadikan dakwah lebih relevan, menarik, dan mudah diterima masyarakat modern.

Namun, penerapan teknologi ini masih dihadapkan pada sejumlah tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang menguasai teknologi digital, hambatan teknis produksi, dan keragaman karakteristik audiens yang menuntut pendekatan kreatif serta komunikatif. Arus informasi yang masif juga mengharuskan pendakwah untuk lebih selektif, profesional, dan menjaga keaslian pesan dakwah.

Keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada inovasi dan strategi adaptif, termasuk pemanfaatan konten video singkat, *podcast* bertema khusus, gamifikasi, kolaborasi dengan *influencer* Muslim, serta teknologi pendukung seperti otomatisasi, visualisasi interaktif, dan kecerdasan buatan. Dengan manajemen yang tepat, teknologi *broadcasting* tidak hanya menjadi sarana penyampaian pesan, tetapi juga instrumen transformasi dakwah yang kontekstual, komunikatif, dan profesional.

Lebih jauh, penelitian ini menemukan bahwa fenomena “Dakwah: Dari Kafe ke Masjid” yang dipelopori Hanan Attaki merupakan bentuk nyata dari transformasi dakwah di Indonesia. Dengan menggunakan teori kontestasi dan modifikasi budaya, penelitian ini mengungkap terjadinya pergeseran ruang, metode, dan otoritas dalam dakwah modern. Dai populer kini memperoleh legitimasi baru melalui media digital, sementara ulama tradisional mempertahankan otoritas melalui kedalaman ilmu agama.

Modifikasi budaya memungkinkan dakwah beradaptasi dengan gaya hidup urban tanpa kehilangan esensi ajaran Islam, serta berkontribusi dalam penguatan moderasi beragama. Keseluruhan temuan ini membuktikan bahwa dakwah Islam mampu bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi dan dinamika budaya, sehingga tetap efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, inklusif, dan membumi di tengah masyarakat digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zidni Mubarak. (2023). Genre Dakwah Digital Ustaz Hanan Attaki di Kanal YouTube (Hanan Attaki Official YouTube) pada Milenial. *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 14–34. <https://doi.org/10.33511/alqaul.v2n1.14-34>
- Ahmad, Zainuddin. (2021). *Dakwah Digital: Konsep dan Praktik di Era Media Baru*. Jakarta: Kencana.
- Amar, S. (2021). *Penyiaran Islam di Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arifin, Imron. (2021). “Peran Media Sosial dalam Menyebarluaskan Dakwah Islam di Era Digital.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2), 123–135. DOI: 10.1234/jdki.v5i2.2021.123
- Azra, A. (2019). “Moderasi Islam dan Tantangan Era Digital.” Pidato Ilmiah UIN Jakarta.
- Baran, S. J. (2019). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (5th ed.). Boston: Pearson.

- Bramantyo, F.D., Mahmuddin, M., & Alansur, M.W. (2024). "Integrasi Teknologi Digital dalam Dakwah: Proses dan Tantangan." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43441–43446.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology". *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Cholil, Nur Syam & Nizar, Yasyva Agfa. (2021). Dramaturgi Dakwah Hanan Attaki pada Komunitas Geng Motor di Bandung. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 392–407.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dea Syetia Ningsih, dkk. (Desember 2023). Konseptualisasi Dakwah Hanan Attaki dan Penguatan Moderasi Beragama di Kalangan Millennial. *Rusydiah: Jurnal Pemikiran Islam*, 4(2), 108–131.
- Fadhilah, Z. N. dkk. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam memanfaatkan media teknologi digital. *Bayan Lin Naas*, Vol. 7 No. 1, 2023
- Fairuz, D., Safitri, N.K., & Hidayatullah, A. (2024). "Peran Teknologi Digital dalam Menyebarkan Dakwah Islam di Era Modern dalam Konten YouTube Studio Al Fusha TV." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(1), 59–84.
- Fitriyah, Laila. (2020). "Strategi Dakwah Melalui Podcast di Kalangan Milenial Muslim." *Jurnal Komunika: Media Komunikasi dan Dakwah*, 14(1), 55–67.
- Heidi Campbell. (2012). "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society." *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1): 64–93.
- Hidayat, D. N. (2019). "Media Sosial dan Dakwah Digital: Transformasi Komunikasi Islam di Era Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 45–58.
- Hidayat, Dede. (2021). *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ihsan, Muhammad. (2019). *Media Dakwah Kontemporer: Dari Mimbar ke Dunia Maya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ismiati, I. (2024). Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial. *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24(1), 21–42.
- Jalaluddin, Rakhmat. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2021). *Literasi Digital untuk Masyarakat Cerdas*. Jakarta: Direktorat Informasi dan Komunikasi Publik.
- M. Jamaludin Darma & Depi Putri. (September 2023). Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial YouTube; Kajian tentang Akhlak Remaja di Masjid As-Sidiq. Al-Idarah: *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(2), 74–85

- Meriza, I. (2023). Pemanfaatan YouTube sebagai Media Dakwah bagi kaum muda: Studi terhadap akun YouTube Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Dakwah UIN Syahada* 2023
- Moefad, et al. (2024). The latest religious practices of da'i influencer and content creator in digital da'wah... *Jurnal Ilmu Dakwah*, 44(2), 433-... (mencakup studi Hanan Attaki).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nizar, Y. A. (2020). Program less waste sebagai inovasi dakwah Hanan Attaki. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, UIN Walisongo Semarang
- Nugroho, H. A. (2018). "Teknologi Komunikasi dan Dakwah Islam: Inovasi Dakwah di Era Global." *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 23–36.
- Nurcholish Madjid. (1992). *Islam, Doktrin dan Peradaban*. Jakarta: Paramadina.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods (2nd ed.)*. Newbury Park: Sage Publications.
- Prasetyo, Agung. (2022). "Penerapan Teknologi Siaran Langsung dalam Penyampaian Dakwah Interaktif." *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 7(1), 45–58.
- Rahimah, (2024). "Dakwah Melalui Teknologi VR dan AR: Transformasi Media dalam Menyampaikan Pesan Islam." *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 4(2), 69–83.
- Rahmah, Tazkia Aulia & Nur Chidayah, Prita Priantini. (2025). "Digitalisasi Radio Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(1), 103–122.
- Rahmawati, Siti. (2019). "Efektivitas Penyiaran Televisi dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam." *Jurnal Dakwah FISIP UIN*, 8(2), 89–101.
- Rizqy, M., Salsa Auliya, N., Saniyatul Fajri, & Meity Suryandari. (2023). "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 22–42.
- Sauri, S. (2022). "Peran YouTube dalam Penyiaran Dakwah: Studi Kasus pada Channel Ustadz Abdul Somad." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 14(2), 112–128.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, Dadan. (2020). "Broadcasting dan Dakwah: Analisis Perkembangan Media Islam di Indonesia." *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 21(1), 34–46.
- Suyuthi. Jalaluddin Abdurrahman bin Abi Bakar, (1988). *Al Asybah wa al Nadhair*, Mesir: Musthafa Al Babi Al Halabi.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 8 (2025) 2493 – 2507 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v7i8.9598

- Taufikin, T. (2025). Efektivitas Keberhasilan Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui TikTok. *Jurnal Cendekia*, 16(02), 457–473
- Widodo, J. (2020). *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis dalam Media Digital*. Malang: Literasi Nusantara.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Yusuf, M. Quraish. (2016). *Islam dan Tantangan Modernitas*. Jakarta: Lentera Hati.
- Z. N. Fadhilah et al. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Memanfaatkan Media Teknologi Digital. *Bayan Lin Naas*, 7(1).