

## SOSIALISASI METODE DAKWAH DENGAN PENDEKATAN TEKNOLOGI DI MASJID AL-HIDAYAH DESA TANJUNG JAYA, INDRAMAYU

Nurul Huda Ramadhan<sup>1</sup>, Aisyah Farhana Firsta<sup>2</sup>

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

[nurulmdhn1510@gmail.com](mailto:nurulmdhn1510@gmail.com)<sup>1</sup>, [aisyahfarhanafirsta@gmail.com](mailto:aisyahfarhanafirsta@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstrak:** Perkembangan teknologi digital membuka peluang bagi para da'i untuk mengembangkan metode dakwah yang lebih inovatif dan efektif. Penelitian ini bertujuan memberikan panduan praktis bagi pengurus masjid dalam mengelola konten dakwah digital seperti video pendek dan infografis agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh generasi muda. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan seminar partisipatif yang melibatkan jamaah Masjid Al-Hidayah, Tanjung Jaya, Indramayu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi strategi utama dalam dakwah modern, dengan konten visual dan multimedia sebagai sarana penting. Selain itu, platform digital memungkinkan komunikasi dua arah yang konstruktif antara pendakwah dan audiens. Penelitian ini menegaskan pentingnya adaptasi dakwah dengan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Media Sosial, Konten Visual, Komunikasi Dua Arah.

**Abstract:** The development of digital technology offers opportunities for preachers to create more innovative and effective preaching methods. This study aims to provide practical guidance for mosque administrators in managing digital preaching content such as short videos and infographics to ensure messages are well received by the younger generation. Using a descriptive qualitative approach with participatory seminars involving congregants of Masjid Al-Hidayah, Tanjung Jaya, Indramayu, the study finds that social media is the main strategy in modern preaching, with visual and multimedia content playing a key role. Additionally, digital platforms enable constructive two-way communication between preachers and audiences. This research highlights the importance of adapting preaching to digital technology to enhance the effectiveness of spreading Islamic messages.

**Keywords:** Digital Preaching, Social Media, Visual Content, Two-Way Communication.

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat mempelajari ajaran Islam. Kini, pembelajaran agama dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa batasan ruang dan waktu. Perkembangan pesat teknologi digital ini membuka peluang baru bagi para da'i untuk menggunakan berbagai metode inovatif dalam menyampaikan syiar Islam kepada masyarakat luas. Transformasi ini menuntut para pendakwah untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi terkini agar dapat mengembangkan gaya dakwah yang lebih kreatif dan inovatif. Era digital memungkinkan penyampaian informasi tanpa harus bertatap muka langsung, sehingga membuka ruang yang lebih luas untuk aktivitas dakwah (Mubarokah, Rachmawati, Best Tiara, & Fajrussalam, 2022).

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'a-yad'i-da'watan" yang bermakna memanggil, menyeru, atau mengajak. Makna ini sejalan dengan yang tertuang dalam QS. Yunus ayat 25, dan kata dakwah disebutkan sekitar 198 kali dalam Al-Qur'an yang tersebar di 176 ayat dan 55 surah.

Dari segi terminologi, berbagai ahli memberikan definisi dakwah yang beragam. Andy Dermawan mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada individu atau kelompok untuk mengikuti ajaran dan nilai-nilai Islam. Bagi non-Muslim, dakwah berarti mengajak mereka memeluk Islam, sedangkan bagi umat Islam, dakwah adalah ajakan untuk menyempurnakan keislaman mereka.

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi yang sangat efektif dalam mencapai generasi milenial. Platform seperti media sosial, blog, video, dan berbagai platform

digital lainnya dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan generasi muda.

Fitur-fitur interaktif dan kreatif dalam media sosial memungkinkan strategi dakwah menjadi lebih menarik dan relevan bagi generasi milenial. Untuk menciptakan strategi dakwah yang efektif, penting untuk memahami karakteristik dan preferensi generasi milenial dalam menggunakan media sosial dan platform digital (Mubarok & Sari, 2020).

Pemahaman terhadap preferensi mereka terkait format konten, gaya bahasa, konten visual, dan interaksi sosial dapat membantu meningkatkan daya tarik pesan dakwah yang disampaikan. Penggunaan teknologi digital secara bijak dan kreatif dapat menciptakan pengalaman dakwah yang berkesan bagi generasi milenial (Nur, 2019).

Proses dakwah melibatkan berbagai metode yang dapat diterapkan diantaranya Dakwah bil Hikmah yang memberikan teladan yang baik dalam bersikap, yaitu dengan menunjukkan sopan santun dan perilaku baik kepada siapa pun. Selanjutnya, Dakwah Mauidzah Hasanah yaitu menuntun ke arah yang benar dengan memberikan nasihat dan bimbingan secara lemah lembut agar mereka mau berbuat kebajikan. Terakhir, Mujadalah merupakan diskusi atau perdebatan yang ditujukan untuk mempertahankan pendapat yang paling benar, namun tetap berdasarkan etika dan ketentuan tertentu (Firdaus, 2020). Penggunaan ketiga metode dakwah tersebut bertujuan untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri, yaitu menyebarkan dan mengajak orang-orang untuk berbuat kebaikan serta meninggalkan segala kekeliruan dan kemungkaran (Rofiq, 2020). pendakwah dan pihak terkait untuk terus mengkaji dan mengembangkan strategi dakwah yang sesuai dengan konteks generasi milenial. Melalui pendekatan yang tepat dan pemilihan platform yang relevan, strategi dakwah dapat efektif dalam menjangkau generasi milenial dan membangun koneksi yang kuat dengan mereka. Hal ini memberikan potensi besar dalam menyebarkan pesan dakwah serta mendorong perubahan positif dalam kehidupan generasi milenial (Yusuf & Sulaiman, 2021).

Penelitian terdahulu menyatakan dakwah digital efektif meningkatkan pemahaman keagamaan di kalangan pemuda (Rumata, Iqbal, & Asman, 2021) Selain itu, penelitian ini mengimplementasikan strategi multi-platform yang lebih komprehensif. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan peningkatan keterlibatan generasi muda.

Pembahasan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendiskusikan metode serta tips efektif dalam membantu generasi milenial berdakwah dengan teknologi. Fokus utamanya adalah meningkatkan literasi digital di kalangan pengurus dan jamaah masjid agar dapat memanfaatkan media sosial, website, dan platform digital sebagai sarana dakwah modern yang efektif dan menjangkau lebih luas. Memberikan wawasan dan panduan praktis bagi pengurus masjid dalam mengelola konten dakwah digital seperti video pendek, infografis, agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh generasi muda.

Tujuan ini diharapkan dapat mendukung transformasi dakwah tradisional menuju dakwah digital yang lebih efektif, efisien, dan relevan di era teknologi informasi saat ini. Kontribusi ini memberikan panduan praktis dan strategi efektif dalam penerapan metode dakwah berbasis teknologi di lingkungan masjid, yang mengimplikasikan pentingnya integrasi teknologi dalam dakwah untuk meningkatkan efektivitas, jangkauan, dan relevansi pesan keagamaan di masyarakat modern.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan metode seminar partisipatif yang melibatkan jamaah Masjid Al-Hidayah, Tanjung Jaya, Indramayu. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pemahaman, persepsi, dan pengalaman peserta dalam mengimplementasikan dakwah digital.

Seminar dilaksanakan dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab yang mendalam. Kegiatan ini menerapkan pendekatan partisipatif dimana peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berbagi pengalaman dan perspektif mereka tentang tantangan dakwah di era digital. Sesi diskusi kelompok memungkinkan peserta untuk mengeksplorasi strategi dakwah yang sesuai dengan konteks lokal mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi metode dakwah dengan pendekatan teknologi di Masjid Al-Hidayah Tanjung Jaya, Indramayu diikuti oleh 30 jamaah dengan rentang usia 14-18 tahun. Komposisi peserta terdiri dari 60% laki-laki dan 40% perempuan, dengan tingkat pendidikan yang beragam mulai dari SMP hingga SMA.

Hasil sosialisasi dan wawancara mendalam menunjukkan bahwa 70% peserta memiliki pemahaman terbatas tentang konsep dakwah digital. Mayoritas peserta masih mengandalkan metode dakwah konvensional seperti ceramah tatap muka dan kajian rutin. Hanya 30% peserta yang pernah mencoba menggunakan WhatsApp untuk berbagi konten dakwah, sementara platform lain seperti Instagram, YouTube, dan TikTok belum dimanfaatkan secara optimal.

Observasi partisipatif menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi dari peserta selama kegiatan sosialisasi. Tingkat partisipasi dalam sesi diskusi mencapai 70% dengan rata-rata 1-2 pertanyaan setiap peserta. Peserta menunjukkan ketertarikan terhadap penggunaan media sosial untuk dakwah.

### Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:

- Pemanfaatan Media Jejaring Sosial

Implementasi dakwah melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp telah menjadi strategi utama dalam menyebarkan materi keagamaan. Platform-platform ini dimanfaatkan untuk mendistribusikan konten dakwah dalam berbagai format, mulai dari video singkat, gambar, ceramah, hingga pemanfaatan fitur interaktif seperti cerita dan siaran langsung yang memungkinkan interaksi real-time dengan audiens (Wahyuni, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan TikTok menjadi pilihan utama platform untuk menyampaikan pesan dakwah di era digital (Tim Peneliti, 2024).

- Konten Visual dan Multimedia

Pengembangan materi dakwah melalui video pendek, animasi, dan konten visual yang menarik telah menjadi metode efektif untuk menjelaskan konsep-konsep agama dengan cara yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan audiens. Pendekatan visual ini membantu menyederhanakan pesan-pesan kompleks menjadi format yang lebih accessible dan engaging (Hudaa, Nuryani, & Sumadyo, 2023). Studi terbaru menunjukkan bahwa konten visual dan multimedia menjadi preferensi utama generasi milenial dalam mengonsumsi materi dakwah (Hanifah, Prasongko, & Ramadhan, 2024).

- Platform Web dan Publikasi Digital

Pengelolaan blog atau situs web khusus dakwah menjadi sarana penting untuk membagikan artikel mendalam, pemikiran, dan informasi keagamaan yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas. Platform ini memberikan ruang untuk pembahasan yang lebih komprehensif dibandingkan dengan media sosial yang terbatas karakter atau durasi (Wahyuni, 2023). Website dan blog dakwah memungkinkan penyampaian konten yang lebih mendalam dan terstruktur untuk audiens yang mencari pemahaman agama yang komprehensif (Abdussyukur et al., 2023).

- Keterlibatan dan Komunikasi Dua Arah

Pemanfaatan berbagai fitur interaktif seperti kolom komentar, grup diskusi, dan pesan pribadi telah menjadi strategi penting untuk membangun keterlibatan aktif dan menciptakan dialog konstruktif antara pendakwah dan audiens. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan spiritual masyarakat (Tim Peneliti, 2024). Interaksi sosial melalui media digital terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah, khususnya di kalangan generasi muda (Hudaa et al., 2023).

Di era modern ini, media sosial menjadi salah satu platform terbesar yang banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia, dengan banyak platform yang dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat, khususnya bagi generasi sekarang yang aktif menggunakan media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki preferensi dan pola konsumsi informasi yang berbeda dalam mengonsumsi konten dakwah di berbagai platform digital, sehingga strategi dakwah digital perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan mereka.



**Gambar 1.** Penyuluhan Materi Seminar kepada peserta.



**Gambar 2.** Dokumentasi Foto Bersama Oleh Pemateri dan Peserta.

## KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi metode dakwah dengan pendekatan teknologi di Masjid Al-Hidayah Tanjung Jaya menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar peserta masih mengandalkan metode dakwah konvensional, terdapat minat yang signifikan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Pemahaman tentang dakwah digital masih terbatas, sehingga perlu adanya peningkatan kapasitas dan edukasi mengenai pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, dan TikTok.

Penggunaan konten visual dan multimedia terbukti efektif dalam menarik perhatian dan memudahkan pemahaman pesan dakwah, terutama bagi generasi muda. Selain itu, platform web dan publikasi digital memberikan ruang yang lebih luas untuk penyampaian materi dakwah secara mendalam. Keterlibatan aktif peserta melalui fitur interaktif media sosial juga memperkuat komunikasi dua arah yang esensial dalam dakwah modern.

Oleh karena itu, strategi dakwah digital yang adaptif dan inovatif sangat diperlukan untuk menjangkau dan melibatkan generasi milenial secara efektif. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi antara pendakwah dan masyarakat di era digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdussyukur, A. M. (2023). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Firdaus, Y. W. (2020). Komunikasi dakwah Nabi Muhammad SAW periode Makkah (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung). Repository Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Hanifah, N. P. (2024). Da'i competence in the digital era. *Komunike*, 16(1), 105–122.
- Hudaa, S. N. (2023). Pesan dakwah hijrah influencer untuk kalangan muda di media sosial. *MAARIF*, 17(2), 105–121.
- Mubarok, M. Z. (2020). Media dakwah di era digital dalam perspektif generasi milenial. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 9(2), 269–288.
- Mubarokah, A. I. (2022). Modernisasi dakwah melalui media podcast di era digital. *Jurnal Al Burhan*, 2(2), 1-10.
- Nur, N. F. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah di era milenial. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 4(1).
- Rofiq, A. (2020). Urgensi dakwah pemberdayaan masyarakat di era industry 4.0. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 3(1), 7.
- Rumata, F. A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama di kalangan pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 269–288.
- Tim Peneliti. (2024). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872–881.
- Wahyuni, A. (2023). Strategi dakwah di era digital: Pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. *Jurnal Teknologi dan Dakwah* 8(1), 29–42.
- Yusuf, M. A. (2021). Strategi dakwah di era digital untuk generasi milenial: Studi kasus terhadap aktivitas dakwah Ustadz Abdul Somad di media sosial. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 103-118.