

SOSIALISASI OPTIMALISASI DAKWAH DIGITAL MEMBANGUN GENERASI PAHAM MEDIA DALAM MENYEBARKAN NILAI ISLAM

Maria Indah Maulani¹, Sobirin²

indhmlni9@gmail.com¹, sobirin@iai-alzaytun.ac.id²

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

ABSTRAK:

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi dakwah Islam untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang akrab dengan media sosial. Jurnal ini mengkaji strategi sosialisasi optimalisasi dakwah digital melalui pendekatan literasi media dalam membentuk generasi yang religius, cakap digital, dan berakhlak. Penelitian dilakukan secara kualitatif deskriptif di Yayasan As Salwa Indonesia Abadi Foundation, Majalengka, dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten dakwah digital, pendampingan intensif, serta pendekatan edukatif dan inklusif mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan anak-anak binaan dalam menyampaikan pesan keislaman secara kreatif dan bertanggung jawab. Dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran nilai Islam, tetapi juga ruang pembentukan karakter dan solidaritas sosial. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi media sebagai fondasi dakwah digital yang moderat, kontekstual, dan humanis di era teknologi.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Literasi Media, Generasi Muda, Smart Dakwah, Media Sosial, Karakter Islami.

Abstract

The advancement of digital technology has created new opportunities for Islamic preaching to reach broader audiences, particularly the younger generation immersed in social media. This journal explores strategies for optimizing digital Islamic preaching through media literacy as a means to shape a generation that is religious, digitally literate, and ethically grounded. Using a descriptive qualitative approach, the study was conducted at the As Salwa Indonesia Abadi Foundation in Majalengka through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that training in digital content creation, intensive mentoring, and inclusive educational approaches significantly enhance the understanding and skills of youth in conveying Islamic messages creatively and responsibly. Digital Islamic preaching emerges not only as a tool for religious communication but also as a platform for character development and social solidarity. This study underscores the importance of media literacy as a foundation for moderate, contextual, and humanistic digital Islamic preaching in the technological era.

Keywords: Digital Islamic Preaching, Media Literacy, Youth Generation, Smart Preaching, Social Media, Islamic Character

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Media sosial kini menjadi ruang publik baru yang sangat berpengaruh terhadap pembentukan opini, nilai, dan identitas, terutama di kalangan generasi muda. Dalam konteks ini, dakwah Islam menghadapi tantangan sekaligus peluang besar untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih luas dan inklusif.

Dakwah digital merupakan bentuk adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi informasi. Ia hadir sebagai respons terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin bergeser dari interaksi tatap muka ke interaksi berbasis layar. Menurut Ummah et al. (2020), dakwah digital memiliki keunggulan berupa fleksibilitas, efisiensi, dan kemampuan menjangkau audiens lintas geografis melalui berbagai platform seperti podcast, YouTube, dan Instagram.

Namun, kehadiran dakwah digital tidak lepas dari tantangan serius. Salah satunya adalah rendahnya literasi media di kalangan pelaku dan penerima dakwah. Literasi media bukan

hanya soal kemampuan teknis menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan kritis dalam memahami, menilai, dan memproduksi konten secara etis dan bertanggung jawab. Tanpa literasi yang memadai, dakwah digital berisiko terjebak dalam logika viral yang mengutamakan popularitas daripada kedalaman pesan.

Generasi muda, khususnya Gen-Z, merupakan aktor utama dalam ekosistem digital. Mereka lahir dan tumbuh dalam era teknologi, sehingga memiliki potensi besar sebagai agen dakwah. Menurut Azhimi et al. (2020), pendekatan literasi moderat berbasis smart dakwah seperti konsep Educare dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk generasi yang tidak hanya religius, tetapi juga cakap media.

Sosialisasi optimalisasi dakwah digital menjadi penting untuk membekali generasi muda dengan keterampilan literasi media yang relevan. Hal ini mencakup pemahaman tentang algoritma media sosial, etika komunikasi digital, serta kemampuan menyaring informasi keagamaan yang sah. Dakwah tidak cukup hanya menyampaikan pesan; ia harus mampu membentuk kesadaran kritis dan akhlak mulia dalam berinteraksi di dunia maya.

Menurut Abdurrahman dan Badruzaman (2020), tantangan dakwah digital meliputi penyebaran hoaks, polarisasi ideologi, dan komodifikasi agama di media sosial. Oleh karena itu, strategi dakwah harus dirancang secara adaptif dan kontekstual, dengan mempertimbangkan karakteristik audiens digital dan dinamika platform yang digunakan.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah kolaborasi antara dai, akademisi, dan komunitas kreatif dalam memproduksi konten dakwah yang edukatif dan inspiratif. Konten dakwah perlu dikemas secara menarik tanpa kehilangan substansi keislaman. Penggunaan format visual, narasi storytelling, dan pendekatan interaktif dapat meningkatkan daya tarik dakwah di kalangan generasi digital.

Selain itu, penting untuk membangun komunitas dakwah digital yang inklusif dan dialogis. Komunitas ini dapat menjadi ruang belajar bersama, berbagi pengalaman, dan memperkuat nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin. Dakwah digital tidak hanya bertujuan menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun solidaritas sosial dan spiritual di tengah masyarakat yang semakin terfragmentasi.

Dalam konteks Indonesia, dakwah digital juga perlu mempertimbangkan keragaman budaya, bahasa, dan tingkat literasi masyarakat. Pendekatan yang sensitif terhadap konteks lokal akan membuat dakwah lebih diterima dan berdampak. Oleh karena itu, pelatihan literasi media bagi dai dan generasi muda menjadi kebutuhan mendesak dalam era digital.

Jurnal ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi sosialisasi optimalisasi dakwah digital dan pentingnya literasi media dalam membentuk generasi dakwah yang cerdas, bijak, dan berakhlak. Kajian ini akan membahas landasan teoritis, dinamika praktis, serta refleksi kritis terhadap tantangan dan peluang dakwah digital dalam konteks masyarakat Indonesia kontemporer.

Tinjauan Pustaka

1. Strategi Dakwah Digital di Era Teknologi

Era digital telah mengubah pola dakwah dari konvensional menjadi berbasis media sosial dan platform daring. Menurut Asbi et al. (2025), strategi dakwah yang efektif harus mengintegrasikan pendekatan rasional (aqli), emosional (athifi), dan praktis (hissi) agar pesan Islam dapat menyentuh akal, hati, dan tindakan audiens secara holistik. Pemanfaatan teknologi seperti Instagram, YouTube, dan podcast menjadi instrumen strategis untuk menjangkau audiens global dengan efisiensi tinggi.

2. Literasi Media sebagai Pilar Dakwah Digital

Literasi media bukan hanya kemampuan teknis, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, memahami konten, dan memproduksi informasi secara etis. Ardiansyah (2024) menekankan bahwa literasi agama Islam melalui digitalisasi dakwah mencakup kemampuan

membaca, menulis, berpikir kritis, dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam melalui media sosial. Literasi ini menjadi fondasi penting agar dakwah digital tidak terjebak dalam logika viral yang dangkal.

3. Konsep Literasi Moderat dan Smart Dakwah

Azhimi et al. (2023) mengembangkan konsep Educare sebagai bentuk literasi moderat berbasis smart dakwah yang cocok untuk Gen-Z. Konsep ini mendorong penyebaran informasi Islami melalui tulisan dan konten digital yang dapat diterima secara luas, serta mendukung regenerasi masyarakat yang literat dan religius di era Society 5.0.

4. Studi Dakwah Digital di Kalangan Gen-Z

Aini (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang efektif untuk Gen-Z harus mempertimbangkan karakteristik mereka yang visual, interaktif, dan mobile-oriented. Konten dakwah perlu dikemas secara kreatif dan relevan dengan minat mereka, serta mampu bersaing dengan konten hiburan yang mendominasi media sosial.

5. Moderasi Beragama dan Dakwah Digital

Rohmah et al. (2024) menyoroti pentingnya komunikasi dakwah digital dalam memperkuat moderasi beragama. Dai perlu memilih platform yang tepat, membuat konten yang menarik dan interaktif, serta menjaga kredibilitas pesan dakwah. Literasi media menjadi alat untuk mengantisipasi banjir informasi dan menjaga substansi pesan keislaman.

6. Transformasi Dakwah Tradisional ke Digital

Irawan (2025) menunjukkan bahwa penggabungan strategi dakwah tradisional dengan inovasi digital mampu meningkatkan jangkauan audiens dan memperkuat interaksi dakwah. Penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi metode dakwah terhadap perkembangan teknologi informasi dan pola komunikasi masyarakat kontemporer.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses sosialisasi dakwah digital di lingkungan Yayasan As Salwa Indonesia Abadi Foundation, yang berlokasi di Majalengka, Jawa Barat. Subjek penelitian terdiri dari informan kunci, yaitu para pengurus yayasan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan dakwah digital, serta informan pendukung berupa anak-anak binaan yang aktif mengikuti kegiatan tersebut. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yakni berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas dakwah berbasis media.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengikuti langsung kegiatan sosialisasi dan interaksi peserta dalam penggunaan media digital. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pemahaman, persepsi, dan pengalaman informan terkait nilai-nilai Islam dan cara penyampaian dakwah di era digital. Dokumentasi meliputi pengumpulan materi kampanye dakwah serta arsip kegiatan yang relevan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan menyeleksi informasi penting dari berbagai sumber. Kemudian data disusun dalam bentuk naratif untuk menunjukkan pola-pola yang ditemukan. Kesimpulan ditarik berdasarkan temuan-temuan yang konsisten dan relevan terhadap fokus penelitian. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi dari berbagai sumber dan metode, serta dilakukan member check kepada informan guna memastikan keakuratan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses sosialisasi dakwah digital di Yayasan As

Salwa Indonesia Abadi Foundation telah dilakukan secara bertahap dan kontekstual, dengan memperhatikan latar belakang serta karakteristik anak-anak binaan. Para pengurus yayasan aktif memberikan pembinaan terkait pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran pesan-pesan Islam yang bernilai edukatif dan inspiratif. Kegiatan ini meliputi pelatihan pembuatan konten, penggunaan aplikasi media sosial, dan penguatan nilai keislaman dalam setiap materi yang disampaikan.

Pemahaman anak-anak binaan terhadap media digital sebagai alat dakwah juga menunjukkan perkembangan positif. Sebagian besar telah mengenali jenis konten yang sesuai dengan nilai Islam dan mulai menunjukkan kreativitas dalam menyampaikan pesan keagamaan secara digital, seperti melalui video pendek, desain grafis dakwah, maupun tulisan motivatif. Meski demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses teknologi dan pengetahuan teknis, sehingga pendampingan dari pengurus tetap menjadi faktor krusial dalam proses pemberdayaan mereka.

Pembahasan hasil ini merujuk pada konsep literasi media dan dakwah bil hikmah, yang menekankan pentingnya kebijaksanaan dan kesadaran dalam menyampaikan pesan keagamaan. Peneliti menemukan bahwa ketika media digunakan dengan pendekatan yang empatik dan edukatif, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi juga menjadi ruang pembentukan karakter dan pemahaman sosial bagi generasi muda.

Strategi sosialisasi yang dilakukan yayasan mengedepankan nilai inklusivitas dan kedekatan emosional dengan anak binaan, yang selaras dengan prinsip dakwah humanis. Hal ini diperkuat oleh keterlibatan aktif pengurus dalam mendampingi proses pembuatan konten dan refleksi atas pesan-pesan yang disampaikan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun generasi yang tidak hanya melek media, tetapi juga mampu menjadikan dakwah digital sebagai bagian dari ekspresi iman dan kontribusi sosial mereka.



Gambar 1. Penyuluhan materi kepada anak-anak binaan As Salwa Indonesia Abadi Foundation.



Gambar 2. Dokumentasi bersama oleh pemateri dan peserta.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi dakwah digital di lingkungan Yayasan As Salwa Indonesia Abadi Foundation telah menjadi bentuk inovasi dakwah yang responsif terhadap perkembangan zaman, sekaligus bentuk pemberdayaan generasi muda dalam

memahami dan menyebarkan nilai-nilai Islam secara kontekstual. Melalui pendekatan edukatif dan pendampingan intensif, para pengurus yayasan berperan aktif dalam membimbing anak-anak binaan agar mampu memanfaatkan media digital tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium penyebaran pesan-pesan keagamaan yang santun, inklusif, dan inspiratif.

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan menyentuh aspek literasi media, pembentukan karakter Islami, serta pelatihan teknis sederhana untuk memproduksi konten dakwah digital. Hasilnya, anak-anak binaan menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi konten religius yang baik, serta mulai mengembangkan keterampilan dasar dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif melalui video, tulisan, maupun desain grafis. Meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan teknis seperti akses perangkat dan stabilitas jaringan internet, semangat belajar dan keterbukaan mereka menjadi modal penting dalam membentuk generasi paham media yang tidak hanya cerdas secara digital, tetapi juga beretika secara spiritual.

Dalam konteks pembahasan, proses dakwah digital yang dilakukan yayasan dapat dikaitkan dengan konsep dakwah bil hikmah dan bil mau'izhah hasanah, di mana penyampaian nilai Islam melalui media digital dilakukan dengan pendekatan yang bijaksana, personal, dan mengedepankan empati. Pendekatan ini selaras dengan prinsip dakwah humanis yang tidak sekadar mentransmisikan ajaran, tetapi juga membangun kedekatan emosional dan rasa tanggung jawab sosial pada generasi muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah digital bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi religius, tetapi juga sebagai medium pendidikan karakter, penguatan identitas keislaman, dan ruang aktualisasi diri bagi anak-anak binaan. Yayasan berperan penting dalam menginisiasi model dakwah yang relevan dengan realitas digital masa kini, sekaligus membuka ruang dialog antara nilai tradisi dan teknologi modern. Inisiatif ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga sosial lain dalam mengembangkan strategi dakwah berbasis media yang berakar pada nilai-nilai Islam, dan tetap adaptif terhadap dinamika masyarakat kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., & Badruzaman, B. (2020). Tantangan Dakwah Digital di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 123–135.
- Aini, N. (2025). Strategi Dakwah Digital untuk Generasi Z: Studi Kasus di Komunitas Pemuda Hijrah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(1), 45–60.
- Ardiansyah, R. (2024). Literasi Agama Islam dalam Era Digitalisasi Dakwah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 77–89.
- Asbi, M., Rahman, T., & Lestari, D. (2025). Strategi Dakwah Holistik di Era Digital: Integrasi Rasional, Emosional, dan Praktis. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 1–15.
- Azhimi, M., Nurhalimah, S., & Fadillah, R. (2020). Smart Dakwah dan Literasi Moderat: Konsep Educare dalam Membangun Generasi Literat. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(2), 88–102.
- Azhimi, M., Fadillah, R., & Nurhalimah, S. (2023). Educare: Literasi Moderat Berbasis Smart Dakwah untuk Gen-Z. *Jurnal Literasi Digital Islam*, 6(1), 33–47.
- Irawan, H. (2025). Transformasi Dakwah Tradisional ke Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 11(2), 99–112.
- Rohmah, L., Suryani, T., & Maulana, A. (2024). Moderasi Beragama dalam Komunikasi Dakwah Digital. *Jurnal Moderasi Islam*, 4(1), 55–70.
- Ummah, S., Hidayat, R., & Fauzan, M. (2020). Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan di Era Media Sosial. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 9(1), 21–35.