

Integrasi Teknologi Digital dalam Dakwah: Proses dan Tantangan

Fauzan Delasta Bramantyo¹, Mahmuddin², Muh. Wahid Alansur³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: fauzanbramantyo9@gmail.com¹, mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id²,
muhwahidalansur19@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi teknologi digital dalam kegiatan dakwah serta tantangan perencanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian kajian kepustakaan mengumpulkan data dari buku, artikel, dan sumber kredibel dari internet. Teknologi digital telah mengubah paradigma dakwah secara signifikan, memungkinkan jangkauan yang lebih luas melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi masalah akurasi pesan, kompetensi digital para da'i, serta dampak sosial yang muncul akibat penyebaran informasi yang tidak selalu sesuai dengan ajaran Islam. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan perencanaan integrasi teknologi digital dalam dakwah sangat terkait dengan teori komunikasi dakwah di era digital. Teori tersebut menekankan pentingnya adaptasi media, pola interaksi, efisiensi penyebaran pesan, serta penyesuaian konten dalam menyampaikan pesan dakwah yang relevan di era digital. Komunikator (da'i) harus mempertimbangkan bagaimana teknologi digital bisa mendukung penyampaian dakwah secara efektif tanpa mengorbankan nilai-nilai spiritual dan pesan inti Islam, terdapat tantangan yang kompleks terkait konten, etika, penerimaan umat, dan pengelolaan informasi.

Kata kunci: *Dakwah Digital, Teknologi Digital, Tantangan Dakwah, Media Sosial, Perencanaan Dakwah, Umat Islam, Komunikasi Agama*

Abstract

This research aims to analyze the integration of digital technology in da'wah activities and its planning challenges. This research uses a qualitative approach, with the type of literature review research collecting data from books, articles, and credible sources from the internet. Digital technology has changed the paradigm of da'wah significantly, allowing for a wider reach through social media, websites, and other digital platforms. However, the challenges faced include the problem of message accuracy, the digital competence of the da'is, and the social impact that arises due to the dissemination of information that is not always in accordance with Islamic teachings. This research identifies the challenges faced in utilizing digital technology for da'wah activities. The results of the study show that the planning for the integration of digital technology in da'wah is closely related to the theory of da'wah communication in the digital era. The theory emphasizes the importance of media adaptation, interaction patterns, efficiency in spreading messages, and content adjustments in conveying relevant da'wah messages in the digital era. Communicators (da'i) must consider how digital technology can support the effective delivery of da'wah without sacrificing spiritual values and the core message of Islam, there are complex challenges related to content, ethics, acceptance of the people, and information management.

Keywords: *Digital Da'wah, Digital Technology, Da'wah Challenges, Social Media, Da'wah Planning, Muslims, Religious Communication*

PENDAHULUAN

Dakwah adalah salah satu pilar penting dalam Islam yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), metode dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Integrasi teknologi digital tidak

hanya memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas tetapi juga menghadirkan tantangan baru yang harus dihadapi oleh para dai dan lembaga dakwah. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan secara efektif dalam dakwah serta tantangan yang muncul.

Peran penting teknologi digital dalam dakwah dapat dilihat dari perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Menurut data Statista (2023), lebih dari 4,95 miliar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dan sekitar 3,8 miliar di antaranya aktif di media sosial. Di Indonesia, jumlah pengguna internet mencapai 204,7 juta orang pada tahun 2022, dengan rata-rata penggunaan media sosial mencapai 3 jam 14 menit per hari. Angka ini menunjukkan bahwa media digital merupakan ruang potensial bagi penyebaran nilai-nilai agama dan dakwah.

Integrasi teknologi digital dalam dakwah telah menjadi salah satu topik penting dalam perkembangan komunikasi agama di era modern. Perubahan yang pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi memaksa berbagai bidang, termasuk dakwah Islam, untuk beradaptasi dengan cara-cara baru dalam menyampaikan pesan agama. Dakwah yang selama ini dilakukan melalui cara konvensional, seperti ceramah langsung di masjid atau majelis, kini telah beralih ke platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile. Teknologi digital memungkinkan pesan dakwah disampaikan lebih cepat, lebih luas, dan lebih efektif, menjangkau berbagai lapisan masyarakat yang mungkin sebelumnya sulit dijangkau.

Dakwah melalui teknologi digital juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal efektivitas. Laporan Pew Research Center menyebutkan bahwa penggunaan platform digital oleh organisasi agama atau ulama tidak hanya meningkatkan jangkauan, tetapi juga meningkatkan keterlibatan umat dengan ajaran agama. Platform seperti YouTube, Facebook, dan Instagram digunakan untuk menyampaikan ceramah, video edukatif, hingga konsultasi agama secara langsung. Efeknya, umat lebih mudah mendapatkan akses ke pengetahuan agama di mana pun dan kapan pun, tanpa batasan geografis.

Meski begitu, integrasi teknologi digital dalam dakwah juga menghadapi tantangan. Ahli komunikasi digital, seperti Tony Silver, menyoroti bahwa tidak semua ulama atau pendakwah siap secara teknis untuk memanfaatkan teknologi digital dengan maksimal. Selain itu, masih ada resistensi dari beberapa kalangan yang merasa bahwa penggunaan teknologi modern dapat mengurangi kekhusyukan atau esensi dari dakwah itu sendiri. Keberadaan informasi agama yang tidak terverifikasi juga menjadi tantangan besar, di mana muncul banyaknya konten dakwah yang salah atau menyimpang di platform digital.

Menurut Ahmad Mufid, seorang peneliti komunikasi Islam, salah satu aspek krusial dalam perencanaan dakwah digital adalah memastikan bahwa konten yang disebarluaskan memenuhi standar syar'i dan etika komunikasi. Ada kebutuhan untuk memberikan pelatihan kepada para dai atau pendakwah tentang bagaimana menggunakan media digital secara profesional dan bertanggung jawab.

Penggunaan teknologi digital juga membawa dampak signifikan pada kehidupan umat. Studi yang dilakukan oleh Universitas Islam Negeri Jakarta (2021) menemukan bahwa umat Islam yang aktif mengikuti dakwah digital cenderung lebih termotivasi untuk mempelajari agama lebih dalam. Dakwah digital juga meningkatkan akses terhadap sumber-sumber pengetahuan agama yang lebih beragam, yang memungkinkan umat lebih kritis dan terbuka terhadap pandangan-pandangan keagamaan.

Namun demikian, para pakar juga mengingatkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam dakwah harus diimbangi dengan kebijakan yang tepat, seperti pengawasan konten dan pengelolaan isu-isu kontroversial yang dapat muncul akibat perbedaan interpretasi. Dengan adanya perkembangan pesat dalam teknologi digital, penting bagi para ulama, dai, dan organisasi dakwah untuk beradaptasi dan merancang strategi dakwah yang relevan dengan zaman. Teknologi dapat menjadi sarana yang kuat untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih luas, namun perlu dipastikan bahwa penggunaan teknologi ini dilakukan secara bijak dan terencana, sehingga dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi umat.

Untuk menjawab latar belakang masalah tersebut, maka diperlukan kajian yang terkait dengan Integrasi Teknologi Digital dalam Dakwah: Proses dan Tantangan yakni proses

perencanaan integrasi teknologi digital dalam kegiatan dakwah digital dan tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dakwah berbasis digital.

Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menganalisis integrasi teknologi digital dalam kegiatan dakwah, serta memahami tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dakwah berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan platform digital, seperti media sosial dan website, dapat mempengaruhi penyebaran dakwah Islam, serta mengidentifikasi hambatan dan peluang yang dihadapi oleh para da'i dan institusi keagamaan dalam menghadapi era digital.

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kebermanfaatan bagi dai dalam mengenal dan menerapkan dakwah melalui berbagai platform atau ruang digital. Di samping itu dapat mendorong para subyek dakwah untuk senantiasa melaksanakan kegiatan dakwah dengan mengeksplorasi dan elaborasi tema-tema dakwah kontemporer dalam aktivitas dakwah baik secara teoritis maupun praktis.

METODE

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kepustakaan (Research Library) dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Dan ciri khusus yang digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pengetahuan penelitian, yaitu penelitian dihadapkan langsung dengan data atau teks yang disajikan, bukan dengan data lapangan atau melalui saksi mata yang berupa kejadian.

Peneliti hanya berhadapan langsung dengan sumber yang sudah ada diperpustakaan atau berupa data siap pakai serta data-data tambahan yang dibutuhkan dalam menjawab masalah penelitian. Proses penelitian kepustakaan dilakukan dengan meninjau literatur dengan menganalisis topik yang relevan dengan masalah yang akan diteliti, penelusuran pustaka dapat memanfaatkan sumber tanpa melakukan riset lapangan, penuluruhan buku, jurnal, kamus dokumen, majalah dan sumber-sumber lain, media elektronik, dan media media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Perencanaan Integrasi Teknologi Digital Dalam Kegiatan Dakwah Digital

Dalam teori komunikasi dakwah, penyebaran pesan Islam harus dilakukan dengan memperhatikan aspek konten, komunikator, media, dan komunikan (audiens). Di era digital, media yang digunakan tidak lagi terbatas pada pertemuan fisik atau media cetak, melainkan telah meluas ke platform digital seperti media sosial, situs web, aplikasi mobile, dan podcast. Dengan demikian, perencanaan integrasi teknologi digital dalam dakwah harus mempertimbangkan perubahan saluran komunikasi dari konvensional menjadi digital, sesuai dengan karakteristik dakwah di era modern.

Pada dakwah konvensional, hubungan antara komunikator (da'i) dan audiens (umat) biasanya terjadi secara langsung dalam majelis taklim atau ceramah. Namun, di era digital, pola interaksi ini berubah menjadi komunikasi jarak jauh yang bisa terjadi melalui konten online, video streaming, dan interaksi media sosial. Teori komunikasi dakwah menekankan bahwa hubungan personal antara da'i dan jamaah tetap penting, sehingga dalam perencanaan dakwah digital, da'i harus mampu mempertahankan kedekatan emosional dan spiritual dengan audiens, meskipun melalui media digital yang tidak langsung.

Efisiensi Penyebaran Pesan Dakwah di Era Digital juga perlu dilakukan dimasa dimana transisi media tradisional beralih kepada media digital. Teori komunikasi dakwah menekankan bahwa pesan Islam harus disampaikan dengan jelas, tepat, dan relevan bagi audiens. Integrasi teknologi digital memungkinkan pesan dakwah mencapai audiens yang lebih luas dalam waktu yang lebih singkat melalui alat digital yang efisien. Namun, tantangannya adalah bagaimana merencanakan konten dakwah yang tetap otentik, namun dapat disesuaikan dengan format digital, seperti video pendek, gambar, atau teks di media sosial, tanpa mengurangi makna spiritualnya. Dalam hal ini, penggunaan media dan cara penyampaian pesan menjadi fokus utama dalam perencanaan dakwah di era digital.

Adaptasi konten dakwah terhadap karakteristik media digital juga merupakan suatu cara yang dapat dilakukan guna menjadi washilah agar lebih tepat pada sasaran. Dalam teori

komunikasi dakwah, penting untuk menyesuaikan pesan dakwah dengan kebutuhan dan kondisi audiens. Di era digital, audiens memiliki kebiasaan dan ekspektasi yang berbeda. Mereka cenderung menyukai konten yang cepat, ringkas, visual, dan mudah dibagikan. Oleh karena itu, perencanaan dakwah harus memperhitungkan bagaimana konten dakwah dapat dikemas dengan format yang sesuai dengan karakteristik media digital, tanpa menghilangkan esensi ajaran Islam. Hal ini mencakup penggunaan infografis, video singkat, atau quotes Qur'an dan Hadis yang viral di media sosial.

Penggunaan Teknologi untuk Interaksi Dua Arah dalam Dakwah menjadi sebuah inovasi yang sangat menarik jika dapat dilakukan secara berkesinambungan oleh da'i dalam mengembangkan cara penyampaian pesan-pesan agama. Teori komunikasi modern mengakui pentingnya feedback atau umpan balik dari audiens untuk mengetahui bagaimana pesan diterima. Dalam dakwah digital, feedback bisa diperoleh melalui komentar, like, share, atau tanggapan langsung dari jamaah di media sosial. Oleh karena itu, perencanaan dakwah harus mencakup strategi untuk memfasilitasi interaksi dua arah, di mana da'i bisa menerima dan menanggapi respons audiens secara efektif. Ini adalah bagian penting dari teori komunikasi dakwah yang harus diadaptasi dalam konteks digital, di mana teknologi menyediakan alat untuk interaksi yang lebih intensif.

Pemilihan Platform yang Tepat dalam Perencanaan Dakwah Digital juga cukup berpengaruh dalam tersampainya pesan-pesan agama kepada audiens. Teori komunikasi dakwah menekankan pentingnya pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik target audiens. Di era digital, platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, atau TikTok masing-masing memiliki audiens dengan karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, perencanaan dakwah harus melibatkan analisis platform untuk memilih media yang paling tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada segmen audiens tertentu, baik dari segi usia, minat, maupun lokasi geografis.

Tantangan Yang Dihadapi Dalam Perencanaan Dakwah Berbasis Digital

Ruang-ruang digital atau lebih dikenal dengan istilah dunia maya sudah menjadi hal yang umum dimasa abad ke-21 yang mana hampir seluruh lapisan masyarakat menggandrungi dan "hidup" dalam dunia digital, terutama aktivitas dakwah yang mulai bertarnsformasi kedalam dunia digital yang mana sebelumnya peneliti mencoba menjelaskan proses dalam perencanaan dakwah berbasis digital maka berikutnya adalah membahas tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dakwah berbasis digital dengan segala dinamikanya.

Kompleksitas Media Massa Digital menjadi tantangan pertama dalam perencanaan dakwah berbasis digital. Berdasarkan Teori komunikasi massa berfokus pada penyebaran pesan melalui saluran yang menjangkau audiens yang luas dan heterogen. Dalam konteks dakwah digital, media massa modern seperti media sosial, website, podcast, dan streaming video menjadi saluran utama penyampaian pesan. Namun, tantangan yang muncul adalah keragaman media dan karakteristik unik dari setiap platform digital. Setiap media memiliki format, gaya komunikasi, dan audiens yang berbeda, sehingga da'i harus mampu mengadaptasi konten dakwah agar sesuai dengan karakter media yang digunakan, tanpa kehilangan esensi dari pesan Islam yang disampaikan.

Terdapat juga Noise dalam Komunikasi Massa yang merupakan salah satu konsep utama dalam teori komunikasi massa adalah noise (gangguan) yang bisa menghambat penyampaian pesan secara efektif. Dalam dakwah digital, noise dapat berasal dari berbagai sumber, seperti informasi yang terlalu berlebihan (information overload), distraksi dari konten lain, atau penyalahgunaan media sosial. Ketika pesan dakwah bersaing dengan berbagai konten lain di platform digital, seperti hiburan, berita, atau iklan, ada risiko bahwa pesan tersebut tidak mendapatkan perhatian yang cukup atau bahkan terdistorsi. Oleh karena itu, tantangan dalam perencanaan dakwah digital adalah bagaimana mengurangi noise dan memastikan pesan tetap jelas dan menarik bagi audiens.

Kredibilitas dan Kepercayaan (*Source Credibility*) komunikator dan media sangat penting dalam menentukan bagaimana audiens menerima dan merespon pesan. Di era digital, kredibilitas da'i sering kali diuji. Dalam teori komunikasi massa, kredibilitas sumber sangat mempengaruhi bagaimana pesan diterima oleh audiens. Di era digital, tantangan yang dihadapi oleh da'i adalah

menjaga kredibilitas di tengah banjirnya informasi dan munculnya tokoh-tokoh atau influencer yang juga menyebarkan konten keagamaan. Audiens saat ini sering kali skeptis terhadap informasi yang mereka temui di internet. Oleh karena itu, perencanaan dakwah harus memperhatikan bagaimana membangun dan mempertahankan otoritas moral dan kepercayaan agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik di platform digital.

Media massa modern, khususnya media digital, cenderung menyebabkan Fragmentasi Audiens yang mana di era pra-digital, dakwah disampaikan dalam pengaturan yang relatif terkontrol, seperti masjid atau majelis taklim, dengan audiens yang homogen. Namun, di era digital, audiens dakwah tersebar di berbagai platform yang memiliki karakteristik berbeda. Teori komunikasi massa juga menyoroti adanya fragmentasi audiens sebagai salah satu tantangan utama dalam era media digital. Fragmentasi ini mengacu pada terpecahnya audiens ke dalam kelompok-kelompok kecil yang tersebar di berbagai platform digital, dengan minat dan kebutuhan yang berbeda-beda. Tantangan perencanaan dakwah adalah bagaimana menjangkau audiens yang beragam ini dengan konten yang relevan dan kontekstual. Misalnya, pendekatan yang digunakan untuk berdakwah di YouTube mungkin berbeda dengan di TikTok, karena perbedaan demografi pengguna kedua platform tersebut. Segmentasi dan penargetan audiens yang tepat menjadi bagian penting dalam perencanaan dakwah digital.

Keterbatasan Umpan Balik (Feedback) dalam Komunikasi Massa juga menjadi tantangan ataupun hambatan dalam pelaksanaan transformasi dakwah. Teori komunikasi massa tradisional sering kali bersifat satu arah, di mana pengirim pesan (da'i) menyampaikan pesan kepada audiens tanpa adanya umpan balik langsung. Meskipun teknologi digital memungkinkan adanya interaksi, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa feedback dari audiens dapat diterima dan ditanggapi dengan baik oleh da'i. Kompleksitas feedback di media digital juga bisa berupa komentar negatif, hoaks, atau kritik yang tidak konstruktif, yang jika tidak ditangani dengan baik bisa menghambat efektivitas dakwah. Oleh karena itu, perencanaan dakwah harus memasukkan strategi untuk mengelola dan merespons feedback dengan bijaksana, serta menjaga komunikasi yang dua arah dan sehat.

Kepatuhan terhadap Norma dan Etika Media Massa. Teori komunikasi massa juga menekankan pentingnya etika dalam penggunaan media massa. Dalam dakwah digital, tantangan yang muncul adalah bagaimana menggunakan media massa secara bertanggung jawab, terutama terkait dengan konten yang disebarkan dan cara penyampaiannya. Dalam perencanaan dakwah, da'i harus memperhatikan agar dakwah digital tidak melanggar etika seperti menyebarkan kebencian, misinformasi, atau konten yang dapat menimbulkan perpecahan di kalangan umat. Dengan demikian, ada kebutuhan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa digital tetap sesuai dengan ajaran Islam, serta tidak melanggar norma hukum dan sosial di dunia digital.

Kecepatan dan Efek Virality (Viral Communication). Teori komunikasi massa di era digital juga mencakup fenomena viralitas, di mana pesan dapat dengan cepat menyebar luas di seluruh platform digital. Salah satu tantangan dalam perencanaan dakwah digital adalah bagaimana mengelola efek viralitas ini. Meskipun konten dakwah yang viral dapat memperluas jangkauan pesan, ada risiko bahwa konten tersebut bisa disalahpahami atau disebarkan dengan konteks yang salah. Oleh karena itu, tantangan perencanaan dakwah adalah merancang konten yang tidak hanya berpotensi viral, tetapi juga tetap bermakna, benar dan bermanfaat bagi audiens yang lebih luas.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang ditemukan, integrasi teknologi digital dalam dakwah telah membawa perubahan signifikan dalam metode penyampaian pesan agama. Teknologi digital memungkinkan dakwah menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya. Namun, tantangan terbesar adalah bagaimana memastikan kualitas dan akurasi pesan yang disampaikan agar tetap sesuai dengan ajaran Islam serta terdapat tantangan yang kompleks terkait konten, etika, penerimaan umat, dan pengelolaan informasi.

Integrasi teknologi digital dalam dakwah sangat terkait dengan teori komunikasi dakwah di era digital. Teori tersebut menekankan pentingnya adaptasi media, pola interaksi, efisiensi penyebaran pesan, serta penyesuaian konten dalam menyampaikan pesan dakwah yang relevan di era digital. Komunikator (da'i) harus mempertimbangkan bagaimana teknologi digital bisa mendukung penyampaian dakwah secara efektif tanpa mengorbankan nilai-nilai spiritual dan pesan inti Islam, terdapat tantangan yang kompleks terkait konten, etika, penerimaan umat, dan pengelolaan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy And Culture*. (New York: McGraw-Hill, 2005)
- M. Askari Zakariah, Vivi Afriani, K. M. Z. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development* (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020).
- Mufid, A, 2022. Etika Komunikasi Dakwah Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 12 no. 1.
- Nurdin, Abdul. (2018). Dakwah Digital: Potensi dan Tantangan di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, vol. 10 no. 2.
- Severin, Werner J ; James W.Tankard. Jr ; Sugeng Hariyanto. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. (Jakarta : Kencana, 2009).
- Silver, T, 2020. Digital Communication and Religious Outreach: Opportunities and Challenges. *Journal of Digital Media and Society*, vol. 5 no. 2.
- Sudibyo, Agus, *Komunikasi dan Dakwah di Era Digital* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016).
- Trilaksono, B. H. 2021. Pengaruh akses Dakwah media terhadap pemahaman moderat di era milenial (*Master's thesis*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>