

MASA DEPAN MEDIA KOMUNIKASI DAKWAH

Hawirah¹, Asriadi², Yuliana³, Syawal Aswandi⁴, Sry Yumi⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

¹hawirahaim@gmail.com, ²asriadiaccy2@gmail.com³, yulianakama05@gmail.com⁴
pixelsyawal03@gmail.com⁵, sryyumi03@gmail.com⁶

Abstract

The development of information and communication technology has brought about major changes in the way da'wah is delivered and received by society. Da'wah communication media is no longer limited to mosque pulpits and direct lectures, but has spread to social media, digital platforms, and various internet-based technologies. This study aims to examine how the future of da'wah communication media is influenced by technological developments and how da'wah strategies can adapt to the digital era. Using the literature review method, this study analyzes various literatures that discuss contemporary da'wah, digital communication, and the challenges and opportunities of da'wah in the future. The results of the study show that the success of da'wah in the future is highly dependent on the ability of da'i and da'wah institutions to understand the characteristics of digital media, build relevant content, and apply an interactive and personal communication approach. Therefore, the transformation of da'wah strategies is a necessity so that Islamic messages remain alive and effective in the lives of modern society.

Keywords: Da'wah, Communication Media, Digital Era, Information Technology, Future

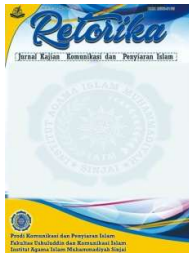
Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara dakwah disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Media komunikasi dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid dan ceramah langsung, tetapi telah merambah ke media sosial, platform digital, dan berbagai teknologi berbasis internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana masa depan media komunikasi dakwah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi serta bagaimana strategi dakwah dapat beradaptasi dengan era digital. Dengan menggunakan metode kajian pustaka, penelitian ini menganalisis berbagai literatur yang membahas dakwah kontemporer, komunikasi digital, serta tantangan dan peluang dakwah di masa depan. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di masa mendatang sangat bergantung pada kemampuan da'i dan lembaga dakwah untuk memahami karakteristik media digital, membangun konten yang relevan, serta menerapkan pendekatan komunikasi yang interaktif dan personal. Oleh karena itu, transformasi strategi dakwah menjadi keniscayaan agar pesan-pesan Islam tetap hidup dan efektif dalam kehidupan masyarakat modern.

Kata kunci: Dakwah, Media Komunikasi, Era Digital, Teknologi Informasi, Masa Depan

1. Pendahuluan

Dakwah merupakan aktivitas yang memiliki posisi sentral dalam ajaran Islam. Ia bukan sekadar kegiatan menyampaikan pesan agama, melainkan sebuah proses komunikasi transendental yang bertujuan menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat. Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan umat Islam untuk berdakwah dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan dialog yang santun (QS. An-



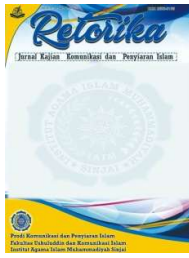
Nahl: 125). Perintah ini menegaskan bahwa metode dan pendekatan dakwah harus kontekstual, disesuaikan dengan zaman dan kondisi audiens.

Seiring dengan perkembangan zaman, media dakwah juga mengalami transformasi yang signifikan. Jika pada masa klasik dakwah disampaikan melalui lisan (ceramah langsung, khutbah, majelis taklim), maka di era modern dan digital seperti sekarang, media dakwah telah meluas ke berbagai saluran komunikasi baru. Kehadiran internet, media sosial, dan teknologi digital telah menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan Islam. Bahkan, menurut (Pimay and Savitri 2021), dakwah hari ini tidak cukup hanya mengandalkan pendekatan konvensional, melainkan harus bersinergi dengan teknologi informasi agar mampu menjawab tantangan zaman yang semakin kompleks.

Di era digital, dakwah tidak lagi terbatas pada metode tradisional, melainkan berkembang menjadi komunikasi yang lebih interaktif dan multi-platform, seperti melalui YouTube, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Inovasi dakwah digital meliputi pengembangan konten kreatif, kolaborasi dengan kreator digital, serta penggunaan teknologi interaktif dan platform virtual untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan heterogen.

Media digital memungkinkan dakwah menjadi lebih dinamis, relevan, dan mudah diakses oleh masyarakat global, terutama generasi muda yang sangat aktif di dunia maya. Namun, tantangan utama adalah kemampuan para dai untuk menguasai teknologi dan menyesuaikan pesan dakwah agar sesuai dengan karakteristik audiens digital tanpa menimbulkan kontroversi sosial. Oleh karena itu, penguasaan media digital dan inovasi komunikasi menjadi kunci keberhasilan dakwah di masa depan. Kehadiran Internet dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitasnya, menjadikan sebuah paradigma baru dalam berdakwah. Da'i tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh mad'u (objek dakwah) karena dalam masyarakat jejaring, mad'u tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif, mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima serta membagikan kembali dalam media sosial yang dimilikinya.

Perkembangan ini membuka peluang besar bagi para dai untuk mengoptimalkan dakwah melalui konten kreatif dan inovatif, seperti video, meme, infografis, dan audio, yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna digital. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kemampuan para dai untuk menguasai teknologi dan menyampaikan pesan dakwah yang relevan, menarik, sekaligus tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam tanpa menimbulkan kontroversi sosial. Selain itu,



dakwah digital juga menghadapi risiko interpretasi ulang pesan oleh audiens yang sulit dikontrol, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang efektif dan etis.

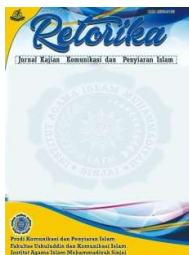
Era digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat. Informasi kini tersebar dengan sangat cepat dan dalam berbagai bentuk, mulai dari teks, gambar, audio, hingga video interaktif. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast menjadi media populer, khususnya di kalangan generasi muda. Hal ini membuka peluang besar sekaligus tantangan bagi aktivitas dakwah. Dakwah tidak hanya bersaing dengan konten hiburan, tetapi juga dengan informasi yang tidak valid, bahkan hoaks, yang tersebar luas di dunia maya (Fauzi 2024). Oleh karena itu, para da'i dituntut untuk memiliki literasi digital dan kemampuan komunikasi yang mumpuni agar dapat menjangkau masyarakat secara efektif di ruang-ruang digital.

Lebih lanjut, (Ummah 2023) menyatakan bahwa masa depan dakwah akan sangat ditentukan oleh sejauh mana pelaku dakwah mampu merespons perubahan zaman dan memanfaatkan media komunikasi secara kreatif dan bertanggung jawab. Dakwah digital harus mampu mengembangkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan relevan dengan realitas kehidupan umat. Transformasi metode dakwah ke arah digital bukan hanya soal penggunaan alat, tetapi juga perubahan paradigma dalam memahami audiens, pesan, dan konteks sosial.

Dengan demikian, masa depan media komunikasi dakwah sangat bergantung pada kemampuan adaptasi dan inovasi para pelaku dakwah dalam memanfaatkan teknologi informasi secara optimal. Penguasaan media digital dan pengembangan model komunikasi dakwah yang dialogis dan responsif menjadi kunci keberhasilan dakwah di tengah dinamika masyarakat global yang terus berubah. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah tanpa batas ruang dan waktu, tetapi juga memperkuat peran dakwah dalam membentuk kesadaran keagamaan yang lebih inklusif dan adaptif di era modern.

2. Metode

Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif (Creswell 2014) dengan metode studi literatur (kajian pustaka), yaitu teknik mengumpulkan tulisan bacaan dan literature yang baik fiksi maupun digital secara spesifik kemudian menganalisis isi kajian berdasarkan permasalahan yang ada. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (library research), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelusuri, mengkaji, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik "Masa Depan Media Komunikasi Dakwah". Kajian pustaka bertujuan untuk menghimpun data dan informasi dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal



ilmiah, artikel, laporan penelitian, dokumen digital, maupun sumber akademik lainnya yang membahas perkembangan media komunikasi dan dakwah Islam.

Metode ini dipilih karena sifat topik yang bersifat konseptual dan teoritis, serta memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika dakwah dalam konteks perubahan teknologi komunikasi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi tren, pola, tantangan, dan peluang dalam media dakwah kontemporer dan masa depan.

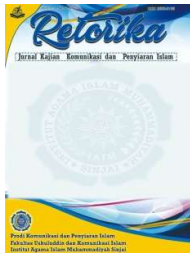
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tren Media Baru Dalam Dakwah

Tren media baru dalam dakwah saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital dan meluasnya penggunaan media sosial sebagai platform utama penyebaran pesan keagamaan. Dakwah melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, dan Facebook memungkinkan para dai menjangkau audiens yang lebih luas dan heterogen, khususnya generasi milenial dan Z yang sangat aktif di dunia maya.

Metode dakwah digital ini tidak hanya menyampaikan materi secara konvensional, tetapi juga dikemas secara kreatif dan interaktif melalui video pendek, cerita sehari-hari, meme, dan konten yang relevan dengan kehidupan modern sehingga lebih menarik dan mudah diterima. Selain itu, tren dakwah di era media baru juga menunjukkan adanya reformulasi metode dakwah tradisional menjadi lebih inklusif dan responsif terhadap dinamika sosial serta kebutuhan audiens digital. Contohnya, komunitas seperti Nawaning yang awalnya berdakwah di lingkungan pesantren kini aktif menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan dakwahnya secara signifikan.

Para dai populer seperti Ustad Hanan Attaki dan Felix Siauw juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan dakwah dengan pendekatan yang kreatif dan sesuai tren kekinian, yang mampu membangkitkan semangat dan keterlibatan kaum muda Muslim. Namun, penggunaan media baru dalam dakwah juga menghadirkan tantangan, seperti penguasaan teknologi oleh para dai, penyampaian pesan yang tetap sesuai nilai Islam tanpa menimbulkan kontroversi, serta risiko penyebaran informasi yang salah atau radikalisme. Oleh karena itu, inovasi dakwah digital yang mengintegrasikan teknologi komunikasi mutakhir dengan pendekatan dialogis dan etis menjadi kunci keberhasilan dakwah di era media baru.



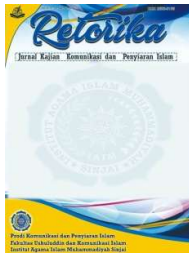
Secara keseluruhan, tren media baru dalam dakwah menandai pergeseran paradigma dakwah ke arah yang lebih modern, interaktif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan sosial, sehingga dakwah dapat lebih efektif menjangkau dan mempengaruhi masyarakat luas di era digital (Permadi et al. 2022).

3.2 Kecerdasan Buatan Dalam Dakwah Digital

Kecerdasan buatan Artificial Intelligence/AI dalam dakwah digital membuka peluang besar untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan penyebaran pesan agama. AI dapat dimanfaatkan dalam berbagai tahap dakwah, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengelolaan aktivitas dakwah secara lebih efisien dan terukur. Contohnya, AI memungkinkan pembuatan pendakwah virtual yang dapat menjangkau audiens global tanpa batasan geografis, serta menyajikan pesan dakwah yang personal dan relevan berdasarkan preferensi dan kebutuhan individu. Selain itu, AI dapat membantu menganalisis data interaksi audiens untuk menyarankan topik ceramah yang menarik, serta menggunakan chatbot atau asisten virtual untuk menjawab pertanyaan agama secara cepat dan responsif (Kholili 2025). Adapun fungsi utama chatbot AI terdiri dari beberapa bagian utama:

- a. Proses Pengolahan Bahasa Natural (NLP) memungkinkan chatbot untuk memahami input bahasa manusia, menganalisis struktur kalimat, dan menemukan maksud pengguna.
- b. Pembelajaran Mesin: Chatbot menggunakan algoritma pembelajaran mesin untuk terus memperbaiki pemahaman dan tanggapan mereka terhadap pertanyaan yang dihasilkan dari interaksi sebelumnya.
- c. Knowledge Base: Chatbot memiliki basis pengetahuan yang berisi informasi tentang praktik keagamaan seperti tafsir, hadits, teks suci, dan penjelasan tentang praktik keagamaan.
- d. Dialog Management: Sistem ini mengatur alur percakapan untuk memastikan respons yang koheren dan kontekstual.
- e. Response Generation: Chatbot menghasilkan respons yang relevan dan informatif berdasarkan input pengguna dan informasi dari basis pengetahuannya (Insana and Satriah 2024).

Penggunaan AI juga memungkinkan penerjemahan dakwah ke berbagai bahasa secara otomatis, sehingga pesan agama dapat disampaikan lintas negara tanpa hambatan bahasa. Namun, implementasi AI dalam dakwah digital juga menghadapi tantangan, seperti kebutuhan pemahaman teknis dan infrastruktur yang memadai, resistensi dari sebagian kalangan, serta isu etika dan moralitas dalam penggunaan



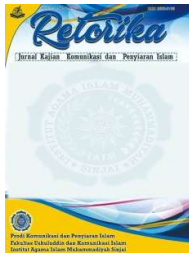
teknologi ini agar tetap sesuai dengan nilai-nilai agama. Selain itu, AI berpotensi menjadi ancaman apabila informasi yang disebarakan tidak akurat atau mengandung konten negatif yang dapat merusak pemahaman keagamaan, terutama bagi generasi muda yang sangat terpapar media digital. Secara keseluruhan, kecerdasan buatan dalam dakwah digital memiliki potensi besar untuk merevolusi cara penyampaian pesan agama dengan pendekatan yang lebih adaptif, interaktif, dan personal. Penguasaan teknologi AI dan pengembangan strategi dakwah yang etis dan kreatif menjadi kunci untuk memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi tantangan di era digital ini (Amalia 2023).

3.3 Peluang Dan Tantangan Dakwah Di Metaverse

Metaverse dalam konteks dakwah adalah sebuah ruang atau dunia virtual berbasis teknologi digital yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara real-time dalam lingkungan tiga dimensi yang imersif. Metaverse bukan sekadar satu teknologi, melainkan kumpulan inovasi teknologi seperti virtual reality VR, augmented reality AR, dan internet yang memungkinkan aktivitas sosial, ekonomi, dan komunikasi berlangsung secara virtual. Dalam dakwah, metaverse membuka peluang baru sebagai platform digital yang fleksibel dan kreatif untuk menyebarkan pesan Islam.

Para dai dapat menggunakan metaverse untuk membuat konten dakwah yang interaktif dan atraktif, seperti membangun masjid virtual, mengadakan kajian online dengan avatar, atau membuat pengalaman edukasi keagamaan yang imersif. Hal ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, terutama generasi muda yang familiar dengan dunia digital. Singkatnya, metaverse dalam dakwah adalah sebuah ruang digital baru yang memungkinkan penyebaran dakwah secara inovatif dan interaktif, sekaligus menuntut kesiapan teknologi, literasi digital, serta pemahaman agama yang adaptif agar dakwah di era ini dapat berjalan efektif dan sesuai nilai Islam (Apa Itu Metaverse? n.d.). Adapun Peluang Dakwah di Metaverse, yaitu:

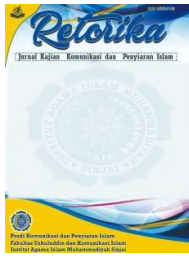
- a. Jangkauan Audiens Lebih Luas dan Beragam: Metaverse membuka panggung dakwah yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, memungkinkan interaksi dengan khalayak global dari berbagai latar belakang.
- b. Fleksibilitas dan Kreativitas: Dakwah di metaverse bersifat fleksibel dan memungkinkan dai menjadi produsen konten dakwah yang kreatif dan atraktif, menggunakan teknologi virtual reality untuk pengalaman yang imersif dan menarik.



- c. Interaksi Virtual Real-Time: Pengguna dapat berinteraksi secara langsung melalui avatar dalam lingkungan virtual, yang mendekati pengalaman sosial nyata.
- d. Pengembangan Komunitas Virtual: Metaverse menyediakan ruang bagi komunitas muslim untuk berkumpul, belajar, dan berdiskusi agama secara intensif dan interaktif.
- e. Inovasi Media Dakwah: Penggunaan media seperti video, presentasi interaktif, dan pengalaman virtual dapat membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diminati (Permadi et al. 2022).

Namun, metaverse juga menimbulkan tantangan, seperti rendahnya literasi digital di kalangan dai dan masyarakat, biaya teknologi yang tinggi, serta potensi berkurangnya esensi spiritual dan nilai silaturahmi yang biasanya terjadi dalam pertemuan fisik. Selain itu, dalam perspektif fikih Islam, aktivitas ibadah di metaverse belum dianggap sah karena bukan dilakukan di dunia nyata, sehingga perlu kajian mendalam terkait hukum dan etika dakwah di ruang virtual ini. Adapun Tantangan Dakwah di Metaverse, yaitu:

- a. Minimnya Literasi Digital: Baik dai maupun masyarakat masih banyak yang belum menguasai teknologi digital secara memadai, sehingga menghambat optimalisasi dakwah di metaverse .
- b. Biaya dan Infrastruktur: Penggunaan metaverse memerlukan biaya tinggi dan jaringan internet yang stabil, yang belum merata di seluruh wilayah .
- c. Potensi Kehilangan Esensi Spiritual: Dakwah yang dilakukan secara virtual berisiko tidak menyampaikan pesan spiritual secara utuh dan mengurangi nilai silaturahmi yang biasanya terjadi dalam pertemuan fisik .
- d. Kebutuhan Fatwa dan Regulasi: Belum ada panduan atau fatwa yang kuat terkait bentuk dakwah yang sesuai di metaverse, terutama yang berkaitan dengan ibadah dan aspek keagamaan yang sakral.
- e. Risiko Penyalahgunaan Teknologi: Metaverse bisa disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau konten negatif, sehingga diperlukan pengawasan dan etika penggunaan yang ketat. Jadi Secara keseluruhan, metaverse menawarkan peluang besar untuk inovasi dakwah yang lebih interaktif dan menjangkau khalayak lebih luas, namun memerlukan kesiapan teknologi, literasi digital, dan regulasi agama yang jelas agar dakwah di ruang virtual ini dapat berjalan efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

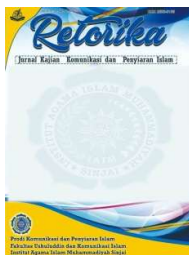


4. Simpulan

Berdasarkan hasil kajian pustaka yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa. Tren media baru dalam dakwah menandai pergeseran paradigma dari dakwah konvensional ke dakwah digital yang lebih modern, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat, khususnya generasi muda, sehingga dakwah dapat terus relevan dan berpengaruh di era digital saat ini. Kecerdasan buatan dalam dakwah digital merupakan alat strategis yang menjanjikan jika diintegrasikan dengan pemahaman agama yang mendalam, kesiapan teknologi, dan prinsip etika yang kuat, sehingga dapat memperluas dan memperkuat penyebaran pesan dakwah di era digital modern. Metaverse sebagai media dakwah masa depan memiliki potensi besar untuk inovasi dan perluasan jangkauan dakwah, namun memerlukan kesiapan teknologi, peningkatan literasi digital, serta kajian mendalam dari perspektif agama agar dakwah di dunia virtual ini dapat berjalan efektif, etis, dan sesuai nilai-nilai Islam. Media dakwah yang tepat dan inovatif mampu menjembatani pesan keagamaan kepada audiens yang semakin luas dan heterogen, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital. Perkembangan media sosial dan konvergensi media membuka peluang besar bagi para dai untuk mengoptimalkan dakwah secara interaktif, real-time, dan tanpa batas geografis. Namun, di sisi lain, kemajuan teknologi juga menghadirkan tantangan serius, seperti kesenjangan literasi digital antar generasi, beragam latar belakang pengguna media sosial yang kadang mengabaikan etika, serta risiko penyebaran informasi yang salah atau negatif. Secara keseluruhan, masa depan media komunikasi dakwah sangat bergantung pada kemampuan adaptasi dan inovasi para pelaku dakwah dalam memanfaatkan teknologi informasi dan media digital. Media komunikasi yang efektif dan etis akan menjadi kunci keberhasilan dakwah dalam menghadapi dinamika masyarakat global yang terus berubah dan semakin terkoneksi.

Daftar Pustaka

- Amalia, Randita. 2023. "Dakwah Melalui Media Baru: Wish Image Muslimahdaily. Com Dalam Merepresentasikan Muslimah Ideal."
Apa Itu Metaverse? n.d. Retrieved June 22, 2025.
<https://wartaekonomi.co.id/read381733/apa-itu-metaverse?page=1>.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Edisi keti. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Fauzi, Ahmad. 2024. "TA: Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Kampanye Sosial Untuk Menggugah Kesadaran Literasi Digital Generasi Muda."
- Insana, Zuharin, and Lilis Satriah. 2024. "Etika Dan Tantangan Dakwah Di Era Kecerdasan Buatan." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5(2):259–72.



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 7, No. 2, 2025

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <https://journal.uiad.ac.id/index.php/retorika/index>

-
- Kholili, Ach. 2025. "Kultur Digital: Tantangan Dan Peluang Moderasi." *Kultur Budaya Dan Digital* 35.
- Permadi, Riris Juanita Kania, Berliana Indah Pitaloka, Cucu Sriyani, Dini Aghniya Ghassani, Muhamad Faishal Antsary, Saepul Anwar, and Nurti Budiyaniti. 2022. "Fenomena Metaverse: Peluang Dan Tantangan Dalam Pandangan Islam." *Sosio Religi: Jurnal Kajian Pendidikan Umum* 20(2).
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. 2021. "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41(1):43–55.
- Ummah, Nurul Hidayatul. 2023. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 11(1).