

Efektivitas Dakwah Digital di Kalangan Remaja Muslim

Irwanto¹

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dakwah, Institut Agama Islam Daar Al Uluum Asahan, Kisaran,
Sumatera Utara

Corresponding Author: irwanto@iaidu-asahan.ic.id

Published: Agust , 2025

ABSTRAK

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dakwah, terutama di kalangan remaja Muslim yang hidup di era arus informasi serba cepat dan terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dakwah digital dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keberagamaan remaja Muslim. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, data dikumpulkan dari berbagai jurnal ilmiah terindeks yang relevan dengan tema dakwah digital dan perkembangan keagamaan generasi muda. Analisis dilakukan melalui telaah sistematis untuk mengidentifikasi pola, kecenderungan, dan implikasi dari penggunaan media digital dalam aktivitas dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital berperan penting dalam memperluas akses informasi keagamaan, memperkuat interaksi antara dai dan mad'u, serta menumbuhkan literasi agama yang kontekstual dengan kehidupan remaja. Namun, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, kompetensi komunikator dakwah, serta kemampuan remaja dalam melakukan filter informasi di tengah banjir konten digital. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kompetensi digital bagi para dai dan pengembangan konten kreatif yang sejalan dengan nilai-nilai Islam moderat, agar dakwah digital dapat menjadi sarana strategis pembinaan keberagamaan remaja secara berkelanjutan.

Kata kunci: dakwah digital, remaja Muslim, keberagamaan, studi pustaka, literasi agama

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam dua dekade terakhir telah menjadi salah satu pendorong utama perubahan sosial, budaya, dan keagamaan di seluruh dunia (Tawaqal and Meltareza 2022). Inovasi di bidang internet, media sosial, serta platform digital interaktif telah menghadirkan lanskap komunikasi baru yang mengaburkan batas geografis dan mempercepat pertukaran informasi (Dhora 2023). Dalam konteks keagamaan, khususnya Islam, transformasi digital telah menciptakan ruang baru bagi aktivitas dakwah yang sebelumnya sangat bergantung pada metode konvensional seperti mimbar masjid, majelis taklim, ceramah tatap muka, dan pertemuan komunitas (Haq 2024). Dakwah kini dapat dilakukan secara fleksibel melalui media sosial, kanal video streaming, podcast, hingga aplikasi berbasis kecerdasan buatan, yang memungkinkan interaksi real-time dan menjangkau audiens lintas negara serta lintas budaya. Fenomena ini membawa implikasi signifikan terhadap metode, strategi, dan cakupan dakwah. Perubahan medium dakwah dari ruang fisik ke ruang digital tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga

mengubah pola interaksi antara da'i dan mad'u(Dakwah and Kunci 2022). Di satu sisi, digitalisasi dakwah mempercepat penyebaran ajaran Islam, memungkinkan inovasi format penyampaian, serta membuka akses bagi audiens yang sebelumnya sulit dijangkau. Namun, di sisi lain, tantangan yang muncul tidak kalah besar: derasnya arus informasi yang belum tentu terverifikasi, maraknya disinformasi dan konten radikal, serta perubahan pola konsumsi informasi generasi muda yang cenderung mengutamakan kecepatan, visualisasi, dan hiburan.

Bagi umat Islam, dakwah bukan sekadar aktivitas sosial, melainkan sebuah kewajiban yang memiliki dimensi fardhu kifayah sekaligus fardhu 'ain, tergantung konteks dan situasinya. Setiap Muslim pada hakikatnya adalah subjek (da'i) sekaligus objek (mad'u) dalam rantai komunikasi dakwah(Nurhaidah et al. 2024). Aktivitas ini berlangsung secara terus-menerus di berbagai belahan dunia, dengan tujuan utama menyampaikan ajaran Islam yang murni, memperkuat keimanan, serta membentuk perilaku sesuai nilai-nilai syariat(Abu 2021). Dalam era digital, misi ini menghadapi tantangan tambahan: keberagaman generasi muda kini dibentuk tidak hanya oleh keluarga dan lingkungan sosial langsung, tetapi juga oleh paparan konten digital yang beragam dan sering kali kontradiktif.

Remaja Muslim menjadi kelompok yang strategis sekaligus kritis dalam dakwah digital. Karakteristik mereka yang lekat dengan teknologi, intens dalam penggunaan media sosial, dan berada pada fase pencarian identitas menjadikan mereka audiens yang sangat responsif namun juga rentan terhadap pengaruh(Afifah 2024). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di kalangan remaja mencapai angka yang sangat tinggi, sehingga media digital menjadi kanal dominan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Fakta ini membuka peluang besar bagi dakwah untuk memanfaatkan teknologi secara efektif, namun juga menuntut strategi komunikasi yang kreatif, relevan, dan berbasis pada pemahaman psikologis serta kultural remaja(Maimunah 2023).

Efektivitas dakwah digital terhadap remaja Muslim tidak dapat diukur hanya dari kuantitas paparan terhadap konten dakwah. Kualitas pesan, kredibilitas da'i, relevansi materi dengan kebutuhan audiens, dan gaya penyampaian yang sesuai dengan preferensi remaja menjadi faktor penentu keberhasilan. Di tengah persaingan ketat dengan konten hiburan populer, dakwah digital dituntut untuk adaptif dan inovatif agar mampu mempengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku secara positif. Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam efektivitas dakwah digital dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keberagaman remaja Muslim di tengah arus informasi yang cepat, terbuka, dan sering kali tidak terverifikasi(Abdurrahman and Badruzaman 2023).

Pendekatan yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan mengkaji literatur ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta sumber-sumber terpercaya yang relevan (G. P. Jaya, Warsah, and Istan 2023). Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model dakwah digital yang lebih efektif, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis bagi para da'i, lembaga dakwah, dan pengelola media keislaman untuk memaksimalkan potensi dakwah digital secara berkelanjutan dan bertanggung jawab di era teknologi informasi (Abdurrahman and Badruzaman 2023).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah pola konsumsi informasi di kalangan remaja. Media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan podcast dakwah kini menjadi sumber utama bagi mereka untuk mengakses pengetahuan agama (Sinapoy and Putri 2022). Fenomena ini membawa peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, namun sekaligus menuntut adaptasi metode dan strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik generasi digital (Faridhatun Nikmah 2020). Kecepatan arus informasi dan kecenderungan remaja mengonsumsi konten singkat menuntut penyusunan materi dakwah yang padat, jelas, dan menarik secara visual maupun naratif (Habibi 2018).

Dalam konteks dakwah, digitalisasi tidak hanya memudahkan akses, tetapi juga menciptakan interaksi dua arah antara dai dan mad'u (Nawaffani 2023). Berbeda dengan metode dakwah konvensional yang bersifat satu arah, media digital memungkinkan remaja memberikan tanggapan, mengajukan pertanyaan, bahkan berdiskusi langsung melalui fitur komentar atau siaran langsung (live streaming). Hal ini membuka ruang bagi pembinaan keagamaan yang lebih personal dan relevan dengan kebutuhan psikologis remaja, yang pada masa ini sedang mencari identitas diri dan landasan nilai yang kuat.

Namun, kemudahan akses informasi juga diiringi risiko paparan terhadap paham-paham keagamaan yang ekstrem, dangkal, atau tidak memiliki otoritas keilmuan yang memadai. Banyaknya dai dadakan atau influencer agama tanpa latar belakang pendidikan keagamaan formal menimbulkan potensi penyebaran informasi yang keliru (J. Santoso 2023). Oleh karena itu, efektivitas dakwah digital tidak hanya diukur dari jangkauan dan jumlah pengikut, tetapi juga dari kualitas materi, keakuratan sumber, dan kesesuaian dengan prinsip ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Remaja Muslim sebagai sasaran utama dakwah digital memiliki karakteristik khusus yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya (Octaviani 2022). Mereka cenderung menginginkan pengalaman belajar agama yang interaktif, kreatif, dan praktis. Mereka juga terbiasa memverifikasi informasi secara cepat melalui pencarian daring, sehingga pesan dakwah yang disampaikan harus memiliki daya saing

informasi dan mampu menjawab tantangan isu-isu kontemporer, seperti toleransi, moderasi beragama, dan etika bermedia (Abdurrahman and Badruzaman 2023). Kegagalan memahami karakteristik ini dapat membuat pesan dakwah terabaikan di tengah kompetisi konten digital yang sangat padat.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan karena menawarkan analisis mendalam tentang bagaimana dakwah digital dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membentuk keberagamaan remaja Muslim. Penelitian ini mengacu pada literatur ilmiah terindeks untuk memperoleh gambaran yang komprehensif, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi para dai, lembaga keagamaan, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi dakwah di era digital. Upaya ini diharapkan mampu memperkuat peran dakwah sebagai sarana pembinaan moral dan spiritual remaja, sekaligus menjadi benteng terhadap pengaruh negatif informasi digital yang tidak terverifikasi (Hariyati and Wahdiyati 2019).

Kajian Pustaka

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam dengan tujuan mengajak manusia menuju jalan yang diridhai Allah SWT. Dalam perspektif klasik, dakwah banyak dilakukan melalui interaksi langsung seperti ceramah di masjid, pengajian, atau majelis taklim. Dakwah tidak hanya sekadar penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga proses komunikasi yang melibatkan unsur da'i (penyampai pesan), mad'u (penerima pesan), materi dakwah, serta media yang digunakan (Agama, Neger, and Metro 2021). Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi cara dakwah berlangsung, sehingga memunculkan istilah dakwah digital atau cyber dakwah yang memanfaatkan internet sebagai medium utama. (Alam 2019).

Dakwah digital didefinisikan sebagai aktivitas penyampaian pesan keislaman melalui platform digital seperti media sosial, situs web, podcast, dan video streaming (Dhora 2023). Karakteristiknya yang fleksibel, interaktif, dan mampu menjangkau audiens secara luas menjadikan dakwah digital sebagai alternatif yang relevan di era informasi. Kehadiran media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook, menjadi wadah efektif bagi para da'i dan lembaga dakwah untuk mengemas pesan keagamaan dengan format yang lebih kreatif, singkat, dan mudah diakses.

Bagi kalangan remaja Muslim, dakwah digital memiliki posisi yang strategis. Mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 16–24 tahun dan menghabiskan waktu rata-rata lebih dari 3 jam sehari di media sosial (Iskandar and Isnaeni 2019). Fakta ini menunjukkan bahwa media digital merupakan lingkungan komunikasi utama bagi remaja (Fuaody 2021). Oleh karena itu, strategi dakwah yang relevan dengan gaya hidup digital mereka menjadi kunci keberhasilan (Atho'ul Karim and Nuraziza 2024). Konsep

ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media sesuai kebutuhan dan preferensi mereka.

Selain itu, efektivitas dakwah digital dapat ditinjau melalui tiga indikator utama: (1) pemahaman sejauh mana pesan dakwah dipahami oleh audiens; (2) sikap bagaimana dakwah mempengaruhi pandangan dan orientasi nilai audiens; dan (3) perilaku sejauh mana dakwah mempengaruhi tindakan nyata yang sesuai ajaran Islam. Hal ini sejalan dengan model perubahan perilaku yang diuraikan melalui *Theory of Planned Behavior*, yang menekankan hubungan antara niat, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dalam membentuk tindakan seseorang.

Namun, kajian sebelumnya juga menggaris bawahi tantangan dakwah digital, seperti banjir informasi (*information overload*), maraknya konten keagamaan yang tidak kredibel, serta potensi penyalahgunaan media untuk kepentingan ideologi sempit atau radikalisme (Mubarok and Sunarto 2024). Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital pada remaja tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh kredibilitas da'i, interaktivitas media, dan kemampuan mengemas pesan sesuai karakteristik target audiens (Hasbi, Sucitra, and Fadillah 2024).

Dakwah digital kini dipahami sebagai praktik keagamaan yang memanfaatkan platform digital untuk penyebaran pesan, interaksi komunitas, dan pembentukan praktik religius (Riski Pratama et al. 2024). Literatur terbaru menekankan bahwa transformasi ini bukan sekadar perubahan medium, melainkan perubahan ekosistem komunikasi keagamaan: format pesan menjadi lebih multimodal (teks, audio, video), sifat interaksi berubah menjadi lebih dua-arah, dan jangkauan audiens meluas melintasi batas geografis dan demografis (Pabbajah 2024). Temuan dari tinjauan sistematis menunjukkan adanya pola adopsi cepat platform berbasis visual (Instagram, YouTube, TikTok) oleh pelaku dakwah serta diversifikasi format dakwah digital (ceramah singkat, kajian mikro, Q&A live) yang berpengaruh pada aksesibilitas dan visibilitas pesan keagamaan (Khairullah and Recha Mardiianty Rachmi 2024).

Studi kasus dan penelitian kontekstual di Indonesia menegaskan bahwa pemanfaatan media digital untuk dakwah sangat variatif: mulai dari akun institusional pesantren, kanal YouTube dai tradisional, hingga influencer 'hijrah' yang mengemas dakwah secara populer (Laelatul Khotdriyah and Nita Yuli Astuti 2024). Penelitian terhadap strategi dakwah di era Gen Z menunjukkan bahwa keberhasilan jangkauan sering kali ditentukan oleh kemampuan adaptasi konten misalnya pemecahan materi panjang menjadi klip singkat, penggunaan visual yang kuat, dan pemanfaatan fitur platform (Reels, Shorts, Live) (Moch Imam Royani, Moh. Ahsan Shohifur Rizal, and Kholik 2024). Selain itu, literatur menyoroti fenomena commodification

dan profesinisasi dakwah digital yang menghasilkan model ekosistem baru: kolaborasi antara lembaga keagamaan, kreator konten, dan platform teknologi (Barri et al. 2025).

Dalam hal mekanisme pengaruh, kajian-kajian terbaru mengkolasi teori komunikasi klasik (mis. Uses and Gratifications, Theory of Planned Behavior) dengan temuan empiris digital: audiens remaja memilih konten yang memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, dan sosial mereka, sementara perubahan sikap dan perilaku lebih mungkin terjadi ketika konten bersifat persuasif, kredibel, dan terintegrasi dengan norma sosial lingkungan remaja (Kathrien Nona 2022). Literatur juga menggaris bawahi peran affordance platform (algoritma rekomendasi, fitur interaksi) dalam memperkuat atau memperlemah efek dakwah misalnya algoritma yang memperpanjang eksposur terhadap satu jenis konten dapat memperdalam pemahaman sekaligus menimbulkan echo chamber (M. Samsudin Amin 2025).

Sejumlah penelitian empiris berbasis kajian pustaka dan studi kasus melaporkan hasil yang menggembirakan terkait tiga indikator efektivitas dakwah digital pemahaman, sikap, dan perilaku (Fauzi 2023). Beberapa studi menemukan peningkatan pengetahuan keagamaan dan motivasi praktik ibadah di antara remaja yang rutin mengonsumsi konten dakwah berkualitas, sementara studi lain menunjukkan bahwa perubahan sikap lebih konsisten terjadi dibanding perubahan perilaku, yang membutuhkan dukungan lingkungan nyata (keluarga, sekolah, komunitas) (Arief et al. 2025). Kasus-kasus kontekstual juga memperlihatkan bahwa platform tertentu (mis. kanal video panjang) lebih efektif untuk kedalaman pemahaman, sedangkan format singkat lebih efektif memicu engagement namun berisiko penyederhanaan pesan (Rofi'ah 2023).

Meski demikian, kajian kontemporer menegaskan sejumlah tantangan serius: maraknya konten yang kurang akurat atau diproduksi tanpa dasar keilmuan (pop-dakwah), potensi normalisasi narasi eksklusif atau radikal melalui jaringan digital, serta masalah literasi sumber di kalangan remaja yang rentan menerima informasi tanpa verifikasi (Nur Diantini and Purwanti 2025). Penelitian also menunjukkan bahwa tanpa intervensi literasi digital dan mekanisme kuratorial (moderasi, verifikasi sumber), ruang dakwah digital dapat menjadi vektor disinformasi yang merusak tujuan pendidikan agama. Oleh karena itu, literatur menekankan kebutuhan penguatan kapasitas pembuat konten agama dan pendidikan literasi bagi audiens muda (Mubarak and Sunarto 2024).

Mengacu pada gap penelitian yang diidentifikasi dalam tinjauan terbaru, ada kebutuhan penelitian lanjutan yang mengkombinasikan analisis konten kuantitatif-algoritmik (mis. network analysis, content quality metrics) dengan kajian kualitatif mendalam untuk memahami proses internalisasi nilai oleh remaja.

Selain itu, kajian membutuhkan evaluasi intervensi mis(Permatasari, Hanita, and Purwanto 2023). program literasi digital keagamaan atau modul pelatihan bagi dai digital dan studi longitudinal yang memetakan efek jangka panjang paparan dakwah digital pada perilaku religius(Ridwan Rustandi 2023). Literatur juga merekomendasikan kolaborasi antar-disiplin (komunikasi, pendidikan agama, psikologi, ilmu data) untuk merancang strategi dakwah digital yang etis, evidence-based, dan responsif terhadap dinamika generasi muda(Zahra and Pratiwi 2024).

Dengan demikian, kajian pustaka ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar untuk membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keberagamaan remaja Muslim, namun efektivitasnya sangat bergantung pada strategi komunikasi, pemilihan media, dan pengelolaan pesan yang adaptif terhadap dinamika teknologi dan budaya remaja masa kini(Nazmil 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) yang secara khusus berfokus pada penelusuran dan analisis jurnal ilmiah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mengkaji fenomena dakwah digital secara mendalam melalui telaah kritis terhadap hasil-hasil penelitian yang telah dipublikasikan di jurnal bereputasi. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah artikel-artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal terakreditasi nasional (SINTA) maupun jurnal internasional yang memiliki relevansi dengan topik dakwah digital dan perilaku keberagamaan remaja Muslim.(Rosmalina 2022)

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengakses basis data jurnal online. Seleksi artikel dilakukan berdasarkan kriteria: (1) relevansi langsung dengan tema penelitian, (2) publikasi dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir agar data tetap mutakhir, dan (3) kredibilitas penulis dan penerbit. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci, pola temuan, serta kesimpulan yang relevan dengan fokus penelitian.

Melalui metode ini, penelitian berupaya membangun kerangka teoritis yang solid dan berbasis bukti ilmiah, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang efektivitas dakwah digital dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keberagamaan remaja Muslim di era perkembangan teknologi komunikasi(Kasir Ibnu and Awali Syahrol 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa dakwah digital telah menjadi salah satu media paling efektif dalam menjangkau generasi muda Muslim, khususnya remaja (Rizal Effendi Putra, Muhammad Irham, and Siti Mufida 2024). Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah pola komunikasi dakwah dari yang bersifat tatap muka menjadi interaktif, cepat, dan masif. Berdasarkan analisis terhadap berbagai jurnal ilmiah, platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan podcast dakwah menjadi saluran utama yang digunakan oleh para dai dan influencer Muslim untuk menyampaikan pesan keislaman (Qonitah 2024).

Beberapa penelitian menemukan bahwa daya tarik dakwah digital bagi remaja terletak pada penyajian materi yang dikemas secara kreatif, ringkas, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari (B. R. Santoso, Nawafi, and Kifayah 2023). Konten dakwah yang menggunakan bahasa sederhana, disertai ilustrasi visual dan narasi yang mengena, mampu meningkatkan ~~engagement~~ serta memotivasi remaja untuk mengamalkan nilai-nilai Islam. (Gunantara, Kusnarto, and Ahmad 2024) Temuan ini memperkuat pandangan bahwa adaptasi gaya komunikasi dakwah terhadap karakteristik generasi digital (*digital native*) menjadi kunci keberhasilan penyampaian pesan. Namun demikian, efektivitas dakwah digital tidak terlepas dari tantangan. Mengungkap adanya risiko penyebaran konten keagamaan yang dangkal atau bias, akibat kurangnya verifikasi sumber oleh kreator konten (Fauzi 2023). Hal ini dapat memunculkan fenomena *pop-dakwah*, yakni dakwah yang lebih mengedepankan popularitas dibanding kedalaman materi. Dalam konteks ini, literasi digital dan kemampuan kritis remaja menjadi faktor penting agar pesan dakwah yang diterima dapat disaring dan dipahami secara tepat (Barri et al. 2025).

Dari perspektif psikologis dan sosiologis, dakwah digital terbukti mempengaruhi pembentukan identitas keberagamaan remaja. Penelitian menunjukkan bahwa remaja yang aktif mengakses konten dakwah digital cenderung memiliki tingkat kesadaran beragama yang lebih tinggi, khususnya dalam aspek pengetahuan dan sikap keberagamaan (Purwatiningsih, Wibowo, and Aryani 2024). Meski demikian, perubahan perilaku ke arah yang lebih baik membutuhkan proses internalisasi nilai secara konsisten, yang tidak hanya bergantung pada konsumsi konten digital tetapi juga didukung oleh lingkungan keluarga dan komunitas (Nuryadi, Padlurahman, and Mashun 2024).

Secara keseluruhan, hasil kajian menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki efektivitas yang signifikan sebagai sarana edukasi dan pembinaan akhlak remaja Muslim di era teknologi (Zahra and Pratiwi 2024). Media sosial, platform video, dan aplikasi pesan instan menjadi jalur utama penyebaran pesan dakwah yang mampu menjangkau audiens luas tanpa batasan ruang dan waktu. Keunggulan ini menjadikan

dakwah digital bukan sekadar pelengkap, melainkan instrumen utama yang dapat mengimbangi perubahan perilaku dan preferensi informasi generasi muda (Hasbi, Sucitra, and Fadillah 2024). Namun, efektivitas tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas dan relevansi pesan yang disampaikan. Strategi pengemasan konten dakwah terbukti menjadi faktor penentu keberhasilan penyampaian pesan. Konten yang dikemas secara kreatif, interaktif, dan sesuai gaya komunikasi remaja mampu menarik perhatian serta mempertahankan minat mereka (Nasution, Rismayanti, and Hajatina 2024). Kajian dari berbagai jurnal mutakhir menunjukkan bahwa penggunaan multimedia seperti infografis, video pendek, dan narasi storytelling dapat meningkatkan daya serap pesan dan memudahkan internalisasi nilai-nilai Islam (Rofi'ah 2023). Kreativitas ini harus diimbangi dengan kesadaran akan batasan etis, agar pesan dakwah tidak terjebak dalam sensasi berlebihan yang justru mengaburkan esensi ajaran Islam.

Keberhasilan dakwah digital juga sangat ditentukan oleh kredibilitas sumber. Dalam lingkungan informasi yang sarat hoaks dan distorsi, dai dan pendakwah digital wajib merujuk pada sumber yang valid, seperti kitab-kitab klasik, tafsir yang diakui, dan hasil penelitian ilmiah (Kango et al. 2024). Kredibilitas ini tidak hanya menjaga otentisitas ajaran, tetapi juga membangun kepercayaan audiens terhadap dakwah yang disampaikan. Tanpa fondasi sumber yang kuat, pesan dakwah berisiko menyesatkan atau kehilangan relevansi di tengah banjir informasi.

Faktor lain yang berperan adalah literasi digital audiens. Remaja yang memiliki keterampilan memilah, memahami, dan memverifikasi informasi cenderung lebih mudah menerima pesan dakwah yang benar (A. Jaya 2024). Oleh karena itu, dakwah digital sebaiknya tidak hanya berisi transfer nilai keagamaan, tetapi juga membekali remaja dengan pengetahuan tentang etika bermedia, keamanan siber, dan kemampuan kritis dalam menyaring konten. Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih komprehensif, karena menggabungkan pembinaan akhlak dengan penguatan kapasitas digital (Sukayat 2023). Dengan demikian, kolaborasi antara dai, pendidik, dan pengelola media digital menjadi krusial untuk memastikan dakwah digital tetap otentik, relevan, dan berdampak positif. Dai berperan menjaga kemurnian ajaran, pendidik menguatkan aspek pedagogis, sementara pengelola media digital memastikan konten disajikan secara menarik dan sesuai karakteristik platform. Kolaborasi ini, jika dilakukan secara konsisten dan berbasis riset, berpotensi melahirkan model dakwah digital yang berkelanjutan, adaptif, dan efektif dalam membentuk karakter serta spiritualitas remaja Muslim di tengah arus perubahan sosial yang cepat.

KE S I M P U L A N

Dakwah digital telah menjadi pendekatan strategis dalam menyampaikan ajaran Islam kepada remaja Muslim di era teknologi. Pemanfaatan media sosial, platform video, dan aplikasi interaktif

memungkinkan pesan keislaman disebarkan secara cepat, luas, dan menarik sesuai karakter generasi muda. Konten yang kreatif, bahasa yang komunikatif, serta kredibilitas pendakwah menjadi faktor penting dalam membangun keterhubungan emosional dan intelektual dengan audiens. Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa dakwah digital mampu meningkatkan pemahaman agama, membentuk sikap positif, dan mendorong keterlibatan aktif remaja dalam kegiatan keislaman. Namun, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan tantangan serius, seperti risiko misinformasi, ujaran kebencian, dan penetrasi paham radikal. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan literasi digital bagi dai dan audiens, pengawasan konten yang lebih ketat, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memastikan kualitas dan akurasi pesan dakwah. Dengan upaya tersebut, dakwah digital dapat menjadi sarana pembinaan akhlak dan penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat, damai, dan relevan dengan dinamika kehidupan remaja di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. 2023. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3(2): 152–62. doi:10.32923/kpi.v3i2.3877.
- Abu, Muhammad. 2021. "Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuni , Al-Madkhal Ila Ilm Al- Da'wah , Muassasah Ar-Risalah, Beirut, h. 45 1."
- Afifah, Nisa. 2024. "Pendahuluan Menjadi Semakin Penting Dan Mendesak Dalam Konteks Perkembangan Melalui Pendekatan Holistik Yang Mencakup Berbagai Aspek Kehidupan Mengintegrasikan Nilai-Nilai Islam Dalam Mata Pelajaran Yang." *Sanaamul Quran: Jurnal WawasanKeislaman* 5(1):1–11. file:///C:/Users/User/Downloads/Urgensi Pendidikan Karakter Islami Pada Usia Remaja Di Era Digital.pdf.
- Agama, Institut, Islam Neger, and Iain Metro. 2021. "Fikri Nurul Fauzi Dan Eka Octalia Indah Librianti KONTRIBUSI ILMU KOMUNIKASI PADA ILMU DAKWAH." 05(01): 71–83.
- Alam, Lukis. 2019. "Dakwah Dan Populisme Media : Idealisme Keberagamaan Netizen Di Era Global." *Al-I'lam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2(2): 32. doi:10.31764/jail.v2i1.1258.
- Arief, Muhammad Ihsanul, Rusdi Rusli, Gt. Muhammad Irhamna Husin, and Noor Ainah. 2025. "Fenomena Kajian Dakwah Di Media Sosial Untuk Pencegahan Bullying Dan Kesehatan Mental Pada Remaja." *Al Qalam Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 19(1): 659. doi:10.35931/aq.v19i1.4722.

- Atho'ul Karim, Ahmad, and Fauzia Nuraziza. 2024. "STRATEGI DAKWAH GENERASI MILENIAL: Studi Kasus Rutinan Minggu Legi (Ngaji Dan Maulid Diba') STAIMU Mukomuko." *Al-Idarah: Media Penikiran Manajemen Dakwah* 4(1): 1–11. doi:10.53888/alidaroh.v4i1.691.
- Barri, Muhamad Akda Fathul, Fikriansyah Haikal Ramadhan, Muhammad Ariestama Putra, Daniel Satresna, and Hisny Fajrussalam. 2025. "Fenomena Konsumsi Konten Dakwah Digital Pada Kalangan Mahasiswa: Systematic Literature Review." *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 8(1): 129–38. doi:10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i1.332.
- Dakwah, Abstrak, and Kata Kunci. 2022. "Badrudin Kamil Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam Bogor Pada Abad 20 Di Amerika Berkembang Gagasan , Bahwa Media Hanya Industri Satu-." *At Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2(1): 37–43.
- Dhora, Sony Tian. 2023. "Dakwah Islam Di Era Digital : Budaya Baru " E-Jihad " Atau Latah Bersosial Media Sony Tian Dhora Universitas Lampung Ofi Hidayat Universitas Teknologi Sumbawa M . Tahir Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda , Kalimantan Timur Andi A." *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17(1): 306–20. <https://doi.org/10.35931/AQ.V17I1.1804>.
- Faridhatun Nikmah. 2020. "DIGITALISASI DAN TANTANGAN DAKWAH DI ERA MILENIAL." 1(1): 44–52.
- Fauzi. 2023. "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam." *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13(1): 35–55. doi:10.47766/liwa'uldakwah.v13i1.2433.
- Fuaody, Chindi Nur. 2021. "Analisis Pengaruh Digital Terhadap Komunisasi Sosial Anak Dalam Kehidupan Sehari-Hari." *Jurnal Basicedu* 5(5): 3472–81. <https://journal.uin.ac.id/ajie/article/view/971>.
- Gunantara, Bagas, Kusnarto Kusnarto, and Ahmad Ahmad. 2024. "Analisis Resepsi Remaja Islam Terhadap Konten Dakwah Meme." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7(1): 217–21. doi:10.54371/jiip.v7i1.3667.
- Habibi, Muhammad. 2018. "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenial." *Al-Hikmah* 12(1): 101–16. doi:10.24260/al-hikmah.v12i1.1085.
- Haq, Ihsan Abdul. 2024. "Ramadhan Momentum Transformasi Dakwah Digital Sebagai Upaya

Membangun Kedigdayaan Islam.” *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies* 3(1): 39–52. doi:10.56672/alwasathiyah.v3i1.214.

Hariyati, Farida, and Dini Wahdiyati. 2019. “Penguatan Dakwah Virtual Sebagai Upaya Memakmurkan Masjid Berbasis Kegiatan Remaja Masjid.” *Jurnal SOL MA* 8(2): 239. doi:10.29405/solma.v8i2.3392.

Hasbi, Mukhlissal, Sucitra Sucitra, and Aris Fadillah. 2024. “Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital.” *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)* 4(2): 17–23. doi:10.31004/joecy.v4i2.135.

Iskandar, Dudi, and Muhamad Isnaeni. 2019. “Penggunaan Internet Di Kalangan Remaja Di Jakarta.” *CommuniCare: Journal of Communication Studies* 6(1): 57. doi:10.37535/101006120194.

Jaya, Akmal. 2024. “Journal of Research Applications in Pelatihan Literasi Kritis Terhadap Informasi.” (c): 53–62.

Jaya, Guntur Putra, Idi Warsah, and Muhammad Istan. 2023. “Kiat Penelitian Dengan Model Pendekatan Telaah Kepustakaan.” *Tik Ilmu: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 7(1): 117. doi:10.29240/tik.v7i1.6494.

Kango, Andries, Muh Taufiq Syam, Ahmad Khoirul Fata, and Iain Sultan Amai Gorontalo. 2024. “Dari Ulama Ke Internet: Transformasi Dakwah Di Zaman Kiwari.” *Farabi* 21(2): 97–113. <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/5147>.

Kasir Ibnu, and Awali Syahrol. 2024. “Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern.” *Jurnal an-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tirta* 11(1): 59–68.

Kathrien Nona. 2022. “Media Digital Dan Audiens Muda: Komunikasi Yang Ditargetkan Pada Anak-Anak Dan Remaja.” *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia* 5(8.5.2017): 2003–5.

Khairullah, and Recha Mardianty Rachmi. 2024. “Utilisasi Media Dan Komunikasi Visual Dalam Dakwah Di Era 5.0.” *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2(2): 124–35. doi:10.30983/al-jamahiria.v2i2.8667.

Laelatul Khotdriyah, and Nita Yuli Astuti. 2024. “Pemanfaatan Media Digital Sebagai Strategi Untuk Mengembangkan Dakwah Di Pondok Pesantren.” *Jurnal Pendidikan Dasar Islam* 2(2): 87–92. doi:10.58540/jurpendis.v2i2.659.

M. Samsudin Amin. 2025. “Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Pola Keagamaan Digital.” *Kepri Pos* 23511 | *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2) 2025

3(1): 148–58. doi:10.61693/etwasathy.vol3i1.2025.148-158.

Maimunah. 2023. “Psikologi Komunikasi Dalam Komunikasi Dakwah.” 17: 302.

Moch Imam Royani, Moh. Ahsan Shohifur Rizal, and Kholik. 2024. “Strategi Retorika Dakwah Gus Iqdam Untuk Menarik Minat Generasi Z.” *Al-Ittishd: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5(2): 211–25. doi:10.51339/ittishol.v5i2.2369.

Mubarok, Akbar Rizquni, and Sunarto Sunarto. 2024. “Moderasi Beragama Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang.” *Journal of Islamic Communication Studies* 2(1): 1–11. doi:10.15642/jicos.2024.2.1.1-11.

Nasution, Salman Paris, Rismayanti Rismayanti, and Hajatina Hajatina. 2024. “Peran Orang Tua Dalam Membentuk Karakteristik Anak Remaja Di Kelurahan Sei Sikambing Cii Medan.” *Jurnal Syiar-Syiar* 4(1): 70–82. doi:10.36490/syiar.v4i1.1158.

Nawaffani, Muhammad Mahsyah. 2023. “Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar: Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi.” *Sanaamul Quran: Jurnal Wawasan Keislaman* 4(2): 143–61. doi:10.62096/tsaqofah.v4i2.57.

Nazmil, Muhammad Azki. 2025. “Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH) Aktualisasi Metode Dakwah Dalam Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat Melalui Teknologi.”

Nur Diantini, and Purwanti. 2025. “Berpikir Kritis Dalam Menghadapi Tantangan Disinformasi Di Era Digital.” *AT-TAKLIM: Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 2(1): 830–37. doi:10.71282/at-taklim.v2i1.110.

Nurhaidah, Siti Nuri, Siti Nurhikmah Zaid, Abdul Sukroni, Siti Aisyah, Sadari Sadari, and Roslina Samad. 2024. “Metode Dakwah Islam Sebagai Objek Islam Historis.” *Al-Idarah: Media Pemikiran Manajemen Dakwah* 4(1): 36–44. doi:10.53888/alidaroh.v4i1.696.

Nuryadi, Lalu Rusmin, Padlurahman Padlurahman, and Mashun Mashun. 2024. “Internalisasi Nilai-Nilai Spiritual Dalam Membentuk Karakter Siswa Melalui Program Tahfidzul Qur'an.” *Educatio* 18(2): 211–22. doi:10.29408/edc.v18i2.24996.

Octaviani, Adelia. 2022. “From Cafe to the Mosque: The Construction of Dakwah Digital Communication of Shift Community.” *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan* 21(2): 275–96. doi:10.21580/dms.2021.212.9429.

Pabbajah, Mustaqim. 2024. “The Religious Transformation of Gen Z in the New Media Era.” *Islamic Communication Journal* 9(1): 17–34. doi:10.21580/icj.2024.9.1.20557.

- Permatasari, Olga Sancaya Dyah, Margaretha Hanita, and Hari Purwanto. 2023. "Strategi Internalisasi Nilai Pancasila Pada Generasi Milenial." *Responsive* 6(2): 101. doi:10.24198/responsive.v6i2.46659.
- Purwatiningsih, Aris Puji, Mochammad Eric Suryakencana Wibowo, and Alvita Tyas Dwi Aryani. 2024. "Transformation of Digital Da'wah as an Instrument for Enhancing Social Welfare." *Jurnal Ilmu Dakwah* 44(1): 149–62. doi:10.21580/jid.v44.1.22056.
- Qonitah, Siti. 2024. "Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Interaktif Dalam Membangun Dialog Dan Silaturahmi." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* volume 06(Md): 20.
- Ridwan Rustandi. 2023. "Implementasi Dakwah Digital Melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai." *Tadris Jurnal Manajemen Dakwah* 5.
- Riski Pratama, Andy, Wedra Aprison, Yulius Yulius, Nurrahmi Latifa, and Syafrudin Syafrudin. 2024. "Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam Di Era Digital." *Tabayyun* 5(1): 45–53. doi:10.61519/tby.v5i1.68.
- Rizal Effendi Putra, Muhammad Irham, and Siti Mufida. 2024. "Popularitas Ulama Melalui Media Baru." *CERDAS - Jurnal Pendidikan* 3(1): 25–30. doi:10.58794/cerdas.v3i1.875.
- Rofi'ah, Zaimatur. 2023. "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Media Dakwah: Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pemahaman Pendidikan Agama Islam." 07(1): 71–82.
- Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Volume 13 No . 1 Juli 2022 Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial Digital Literacy Da ' Wah On T He Behavior Of The Millenial Generation In Social Media." 13(1): 64–77.
- Santoso, Bobby Rachman, Ahmad Yuzki Faridian Nawafi, and Nurul Kifayah. 2023. "Restrukturisasi Media Dakwah: Dari Media Cetak Ke Media Sosial." *Jurnal Manajemen Dakwah* 1(2): 89–98. doi:10.22515/jmd.v1i2.7838.
- Santoso, Joko. 2023. "Media Baru Dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim." *Maarif* 17(2): 87–104. doi:10.47651/mrf.v17i2.196.
- Sinapoy, Almyra Soumi, and K. Y. S. Putri. 2022. "Pengaruh Penggunaan Ponsel Terhadap Perubahan Sikap Pada Remaja." *Jurnal Common* 5(2): 144–64. doi:10.34010/common.v5i2.3169.
- Sukayat, Tata. 2023. "Da'wah Communication in the Contemporary Era: Implementing Da'wah Ethics on Social Media." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43(2): 375–90. doi:10.21580/jid.v43.2.18465.

Tawaqal, Rizki Surya, and Ridma Meltareza. 2022. "Teknologi Perubahan Terhadap Kehidupan Beragama Melalui Compact Disc (CD) Dan Program Al-Quran Digital Lainnya Di Telepon Genggam . Konservatif , Dimana Seorang Guru Agama Tidak Lagi Harus Bertatap Muka Dengan Muridnya Untuk." 1: 207–16.

Zahra, Fatimah, and Riska Amanda Pratiwi. 2024. "Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital Di Indonesia." *Hikmah* 18(2): 353–68. doi:10.24952/hik.v18i2.12452.