



TRANSFORMASI DIGITAL: BUDAYA BARU E-DAKWAH ATAU LATAH BERMEDIA SOSIAL

Fahrullah^{1*}

¹Magister Manajemen Pendidikan Islam

²Pascasarjana UIN Datokarama Palu

Penulis korespondensi: Nama, Fahrullah E-mail: arul0797@gmail.com

INFORMASI INFORMASI	ABSTRAK
Volume: 5 ISSN: 2962-7257 KATAKUNCI <i>Society 5.0, globalisasi, era disrupsi, media sosial, e-dakwah, dakwah digital, transformasi dakwah</i>	Perkembangan teknologi dalam era Society 5.0 telah mendorong perubahan signifikan di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Globalisasi dan era disrupsi yang ditandai dengan kemajuan komunikasi digital menuntut adanya transformasi metode dakwah yang lebih adaptif, efektif, dan inovatif. Media sosial menjadi salah satu sarana strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas secara cepat dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam, meliputi definisi, karakteristik, serta bentuk-bentuk e-dakwah, serta menelaah pandangan Al-Qur'an terhadap praktik dakwah di era digital. Selain itu, penelitian ini juga merumuskan strategi optimal dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman yang relevan dan inspiratif. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan dakwah digital yang efektif di tengah masyarakat modern.

1. Pendahuluan

Dalam era Society 5.0 yang dapat ditandai dengan adanya perkembangan pengetahuan dan teknologi yang pesat, persaingan global semakin intensif. Berbagai negara berusaha untuk menghasilkan penemuan-penemuan dan juga inovasi baru dan memperkuat kegiatan riset dan meningkatkan kualitas pendidikan yang tinggi. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di era Society 5.0. Negara-negara berlomba-lomba untuk dapat mempersiapkan SDM yang unggul guna memenangkan persaingan global yang semakin ketat.¹ Bisa dilihat dari perkembangan globalisasi yang sudah tidak terbendung masuknya ke Indonesia. Disertai perkembangan teknologi saat ini yang begitu canggih, dunia memasuki era Society 5.0. yakni mengutamakan pada pola digital *economy artificial intelligence* dan lain-lain, yang dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*. Maka dengan menghadapi tantangan tersebut, perguruan tinggi bahkan lembaga dan masyarakat harus bersiap pasang posisi yang tepat.

Saat ini seluruh negara sedang menghadapi era globalisasi, termasuk negara Indonesia yang merupakan negara berkembang. Fenomena global ini tidak dapat dihindari, bahkan memberikan pengaruh yang begitu nyata di berbagai bidang kehidupan. Salah satu dampak paling signifikan yaitu hilangnya batas-batas geografis. Hal ini dipicu oleh perkembangan teknologi yang sangat massif, khususnya dalam bentuk komunikasi massa. Dampak globalisasi yang dirasakan seluruh dunia termasuk

* Mahasiswa program studi magister manajemen pendidikan islam UIN Datokarama Palu, Makalah dipresentasikan pada Seminar Nasional Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIES 5.0) ke-5 pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu sebagai Presenter.

Indonesia, merupakan adanya era baru yang dikenal sebagai era disrupsi ditandai dengan perubahan-perubahan yang cepat dan signifikan, terutama dalam aspek teknologi dan komunikasi yang memberikan dampak besar terhadap berbagai bidang kehidupan.

Era disrupsi telah memicu begitu banyak perubahan dalam banyak aspek kehidupan masyarakat Indonesia, yakni dalam berbagai kegiatan dakwah Islam. Untuk menghadapi tantangan di era ini, aktifitas dakwah Islam perlu media efektif dan juga progresif, melalui media-media yang dimiliki oleh organisasi-organisasi dakwah yang dapat menjangkau luas dan efektif.⁴ Perkembangan media social di era ini menuntut adanya “transformasi dakwah” untuk menghadapi tantangan zaman, khususnya bagi para praktisi dakwah. Dalam hal ini, tidak hanya diperlukan pengetahuan menguasai pemilik media sosial yang menggunakan platform media sosialnya, tetapi juga kemampuan untuk mendinamiskan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak ramai.

Berdasarkan Permasalahan tersebut, penulis akan mengkaji beberapa aspek penting yang dapat dijadikan rumusan masalah terkait pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam di era digital ini sehingga dapat diciptakan solusi efektif yang cocok untuk diterapkan dalam proses menjalankan budaya baru e- dakwah. Pertama, penulis akan mendefinisikan media sosial sebagai media dakwah, mengidentifikasi karakteristik dan bentuk dakwah di media sosial. Selanjutnya akan di eksplorasi bagaimana pandangan Al-Qur’an terhadap praktik e-dakwah di zaman modern. Terakhir, penulis akan merumuskan strategi dan solusi optimal dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran pesan-pesan keagamaan yang sangat inspiratif dan juga tergolong relevan untuk masyarakat. Dengan harapan ini, dapat memberikan sebuah bentuk kontribusi yang lebih positif dalam hal merespon transformasi dakwah digital melalui media baru yaitu E-Dakwah atau latah bermedia sosial.

2. Tinjauan Pustaka

Era Society 5.0 ditandai dengan pemanfaatan teknologi canggih yang berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Globalisasi dan era disrupsi mendorong perubahan pola komunikasi menjadi lebih digital dan tanpa batas geografis.

Dakwah Islam mengalami transformasi dari metode konvensional ke digital melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan platform lainnya. Media sosial memiliki keunggulan dalam menjangkau audiens luas secara cepat, interaktif, dan efisien, meskipun juga memiliki tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat.

Dalam perspektif Islam, dakwah tetap harus berlandaskan pada prinsip hikmah, nasihat yang baik, dan etika komunikasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai e-dakwah memerlukan strategi yang tepat agar pesan keagamaan dapat tersampaikan secara efektif dan relevan dengan masyarakat modern.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (library research). Lokus penelitian berfokus pada berbagai literatur yang relevan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam di era digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengkaji buku, jurnal ilmiah, serta sumber-sumber terpercaya lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif-kualitatif, yaitu dengan mengolah, menelaah, dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh untuk kemudian disusun secara sistematis guna menghasilkan kesimpulan yang komprehensif terkait strategi optimal e-dakwah di era Society 5.0.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Media Sosial sebagai Sarana E-Dakwah

Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang sangat efektif dalam praktik e-dakwah di era digital. Pemanfaatan platform seperti YouTube, Instagram, dan Facebook memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara luas, cepat, dan fleksibel tanpa batasan ruang dan waktu. Fenomena ini didukung oleh meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap internet dan perangkat digital.

Pembahasan menunjukkan bahwa e-dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Karakteristik media sosial yang praktis, instan, dan mudah diakses menjadikan dakwah lebih inklusif, terutama bagi kalangan yang memiliki keterbatasan waktu atau hambatan sosial untuk belajar agama secara langsung.

4.2. Karakteristik Konten Dakwah Digital

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa konten dakwah di media sosial umumnya terbagi dalam tiga kategori utama, yaitu informatif, milenial, dan kontroversial. Konten informatif berfokus pada penyampaian ilmu keislaman, konten milenial menyesuaikan gaya komunikasi dengan generasi muda, sedangkan konten kontroversial seringkali muncul untuk menarik perhatian audiens.

Dalam pembahasan, ditemukan bahwa keberhasilan e-dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan pendakwah dalam mengemas pesan secara menarik, relevan, dan sesuai dengan karakter audiens. Media sosial mendorong transformasi gaya dakwah menjadi lebih komunikatif, visual, dan kontekstual. Namun demikian, terdapat tantangan berupa potensi penyebaran informasi yang tidak valid atau bersifat provokatif, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam produksi konten dakwah.

4.3. Prinsip E-Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an

Hasil kajian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dakwah dalam Al-Qur'an tetap relevan dalam praktik e-dakwah. Berdasarkan Q.S. Ali Imran: 104 dan Q.S. An-Nahl: 125, dakwah harus dilakukan dengan mengedepankan amar ma'ruf nahi munkar, hikmah, serta penyampaian yang santun.

Pembahasan menegaskan bahwa nilai-nilai tersebut menjadi landasan etis dalam bermedia sosial. Dalam konteks digital, amar ma'ruf diwujudkan melalui penyebaran konten positif, sedangkan nahi munkar dilakukan dengan meluruskan informasi yang salah. Prinsip hikmah tercermin dalam penggunaan bahasa yang bijak dan argumentatif, sementara kesantunan menjadi kunci dalam menjaga harmoni interaksi di ruang digital. Dengan demikian, e-dakwah tidak hanya berorientasi pada penyebaran pesan, tetapi juga pada pembentukan akhlak digital masyarakat.

4.4. Implementasi Strategi E-Dakwah di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi utama dalam implementasi e-dakwah, yaitu pemilihan media yang tepat, pembuatan konten berkualitas, menjaga etika komunikasi, dan niat yang ikhlas. Selain itu, strategi dakwah juga ditentukan oleh segmentasi audiens dan pendekatan komunikasi yang digunakan.

Dalam pembahasan, ditemukan bahwa keberhasilan e-dakwah juga dipengaruhi oleh gaya penyampaian para pendakwah. Pendakwah seperti Buya Yahya menekankan pendekatan berbasis literatur dan keilmuan, Hanan Attaki menggunakan pendekatan milenial yang komunikatif, sedangkan Abdul Somad mengedepankan gaya retorika yang tegas dan sistematis. Kesamaan dari ketiga pendekatan tersebut terletak pada kemampuan menyesuaikan metode dakwah dengan kebutuhan audiens serta memanfaatkan media digital secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa strategi e-dakwah yang efektif memerlukan kombinasi antara kompetensi keilmuan, kemampuan komunikasi, dan pemanfaatan teknologi digital.

4.5. Implikasi E-Dakwah terhadap Transformasi Dakwah

Hasil kajian menunjukkan bahwa e-dakwah telah mendorong transformasi besar dalam metode dan pola penyampaian dakwah. Dakwah tidak lagi bersifat konvensional, tetapi berkembang menjadi lebih dinamis, interaktif, dan berbasis teknologi. Dalam pembahasan, transformasi ini menuntut adanya manajemen dakwah yang terstruktur, terutama dalam perencanaan konten, pengelolaan media, dan evaluasi efektivitas dakwah. Dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, e-dakwah dapat dipandang sebagai bagian dari strategi pengembangan pendidikan berbasis digital yang inovatif dan berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik dakwah Islam melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana e-dakwah yang efektif, luas, dan fleksibel. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai media edukasi yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Keberhasilan e-dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola konten yang informatif, relevan, dan komunikatif sesuai dengan karakteristik audiens.

Selain itu, prinsip-prinsip dakwah dalam Al-Qur'an seperti hikmah, amar ma'ruf nahi munkar, dan penyampaian yang santun tetap menjadi landasan utama dalam praktik dakwah digital. Implementasi e-dakwah yang optimal memerlukan strategi yang terencana, meliputi pemilihan media yang tepat, penguatan kompetensi digital pendakwah, serta penerapan etika komunikasi Islami.

Dengan demikian, e-dakwah bukan sekadar fenomena tren bermedia sosial, melainkan bagian dari transformasi dakwah yang membutuhkan pengelolaan secara sistematis dalam perspektif manajemen pendidikan Islam. Oleh karena itu, diperlukan penguatan peran lembaga pendidikan Islam dalam membekali pendakwah dengan kompetensi digital dan manajerial agar dakwah di era transformasi digital dapat berjalan secara efektif, inovatif, dan berkelanjutan.

Referensi

- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*. New York: Pluto Press.
- Damayanti, V. S. (2024). Dakwah Muhammadiyah melalui media sosial. *Tamaddun: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Keagamaan*, 25(2), 1–14.
- Hefni, H. (2020). Dakwah digital: Tantangan dan peluang di era milenial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 45–60.
- Indriyani, P. I., & Khadiq. (2023). Transformation of Islamic religious practices in the digital era: Opportunities and challenges for contemporary da'wah. *Jurnal Dakwah*, 24(2).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Munir, M. (2024). Monitoring dakwah online di media sosial. *IMTIYAZ: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 38–50.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, N. F. (2024). Contemporary da'wah transformation: Study on commodification of virtual da'wah through YouTube. *Jurnal Dakwah*, 25(1), 94–115.
- Nurwahid, A. F., & Setiawan, V. (2022). Santri and jihad algorithm: The production of da'wah content on Instagram stories. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 15(2).
- Rustandi, R. (2022). The tabligh language of the millennial generation in social media: Analysis of popular Islamic account framing. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 1–21.
- Abdusshomad, A. (2024). Peran ustadz influencer dalam penyebaran dakwah Islam kepada generasi Z melalui media sosial. *Muqaddimah*, 8(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim APJII. (2022). *Laporan survei internet Indonesia 2022*. Diakses dari <http://www.apjii.or.id>