

Navigasi Dakwah di Samudra Digital: Analisis Komprehensif Tantangan, Peluang, dan Strategi Institusional Islam di Indonesia

Pendahuluan - Transformasi Dakwah di Era Digital

Mendefinisikan Dakwah Digital: Dari Mimbar Konvensional ke Ekosistem Virtual

Dakwah, yang secara etimologis dan terminologis bermakna ajakan atau seruan kepada kebaikan dan petunjuk, sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 104, bertujuan untuk membimbing manusia menuju kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹ Secara historis, praktik dakwah identik dengan metode konvensional seperti ceramah di mimbar masjid, pengajian di majelis taklim, dan interaksi tatap muka. Namun, revolusi digital telah memicu transformasi fundamental, menggeser medan dakwah dari ruang fisik ke ekosistem virtual yang dinamis dan tak terbatas.

Dakwah digital didefinisikan sebagai model penyampaian dan pengajaran ajaran Islam yang memanfaatkan media berbasis internet, termasuk media sosial, situs web, podcast, dan aplikasi-aplikasi keislaman.² Model ini memungkinkan pesan-pesan keagamaan dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sebuah karakteristik yang sangat selaras dengan gaya hidup masyarakat modern yang akrab dengan gawai.³ Dalam lanskap baru ini, teknologi tidak lagi berfungsi sekadar sebagai media atau alat bantu, melainkan telah berevolusi menjadi faktor penentu keberhasilan dan bahkan menjadi *trendsetter* dalam aktivitas dakwah.² Transformasi ini bukan lagi sebuah pilihan, melainkan sebuah keniscayaan yang harus dihadapi oleh para dai dan institusi Islam.²

Paradigma Baru Komunikasi Keagamaan: Interaktivitas, Jangkauan Global, dan Demokratisasi Informasi

Pergeseran ke ranah digital menandai perubahan paradigma dalam komunikasi keagamaan. Model komunikasi era media siaran yang bersifat *one-to-many* (satu-ke-banyak), di mana seorang dai berceramah kepada audiens yang pasif, kini telah digantikan oleh model *many-to-many* (banyak-ke-banyak) yang interaktif.² Dalam ekosistem baru ini, khalayak atau *mad'u* tidak lagi hanya menjadi objek atau

konsumen pasif pesan keagamaan. Sebaliknya, mereka memiliki kemampuan untuk menjadi produsen dan distributor informasi keagamaan, berpartisipasi aktif dalam dialog, dan membentuk komunitas-komunitas virtual.²

Peluang terbesar yang ditawarkan oleh paradigma ini adalah kemampuan untuk menembus batas-batas geografis dan temporal dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan media konvensional.² Pesan dakwah kini dapat disebarluaskan secara lebih cepat dan efisien, menjangkau audiens global dalam hitungan detik.² Fenomena ini melahirkan apa yang disebut sebagai demokratisasi informasi keagamaan, di mana akses terhadap pengetahuan Islam menjadi lebih terbuka bagi siapa saja yang terhubung ke internet.

Tesis Utama: Pedang Bermata Dua Era Digital

Laporan ini berargumen bahwa era digital menghadirkan sebuah paradoks fundamental bagi dakwah Islam di Indonesia. Ia laksana pedang bermata dua. Di satu sisi, teknologi digital menawarkan peluang tak terbatas untuk penyebaran ajaran Islam yang damai dan mencerahkan secara lebih luas, inklusif, dan efisien. Di sisi lain, ia menciptakan sebuah medan pertempuran ideologis yang sangat kompleks, penuh dengan disinformasi, dan berpotensi merusak tatanan sosial serta spiritualitas umat.

Tantangan yang muncul tidak hanya bersifat teknis, seperti penguasaan platform, tetapi juga bersifat epistemologis (krisis otoritas keilmuan), etis (komersialisasi agama), dan sosiologis (polarisasi dan fragmentasi sosial). Oleh karena itu, keberhasilan dakwah di era ini tidak dapat diukur semata-mata dari kemampuan mengadopsi teknologi. Keberhasilan tersebut sangat bergantung pada pengembangan strategi yang adaptif, pembentukan ketahanan etis yang kokoh, dan inovasi konten yang berkelanjutan. Upaya ini menuntut adanya sinergi yang solid antara para dai secara individu, organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam sebagai penjaga manhaj, dan negara sebagai regulator ekosistem digital.

Lanskap Tantangan Dakwah Digital di Indonesia

Tsunami Informasi: Hoaks, Ujaran Kebencian, dan Radikalisme Siber

Salah satu tantangan paling akut dalam dakwah digital adalah "tsunami informasi" yang melanda ruang siber. Internet, dengan sifatnya yang terbuka dan tak terfilter, telah menjadi lautan informasi yang melimpah di mana berita bohong (hoaks), fitnah, dan adu domba (*namimah*) dapat menyebar dengan kecepatan kilat.² Informasi yang tidak terverifikasi ini sangat berbahaya karena dapat menyesatkan pemahaman agama, mengaburkan kebenaran, dan pada akhirnya memecah belah persatuan umat.² Fenomena ini diperparah oleh kecenderungan sebagian masyarakat yang mudah menerima informasi tanpa melakukan verifikasi atau *tabayun*, serta meremehkan otoritas para pakar yang kredibel.²

Lebih jauh lagi, media sosial telah menjadi wadah yang subur bagi penyebaran paham intoleransi, radikalisme, dan ekstremisme kekerasan.⁴ Kelompok-kelompok radikal secara sistematis memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan propaganda, merekrut anggota baru, dan membangun otoritas keagamaan alternatif.⁴ Target utama mereka adalah generasi muda, yaitu para pelajar dan mahasiswa, yang dinilai rentan secara ideologis.⁹ Skala ancaman ini tercermin dari data pemerintah. Sepanjang tahun 2024 saja, Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Digital (Kemkomdigi) telah memblokir atau melakukan *take down* terhadap **180.954 konten** yang bermuatan intoleransi, radikalisme, dan terorisme.¹¹ Jumlah yang masif ini mengindikasikan volume serangan propaganda yang luar biasa besar di ruang siber Indonesia.

Kerentanan generasi muda terhadap narasi radikal ini bukanlah isapan jempol. Sebuah survei yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta pada tahun 2017 memberikan gambaran yang mengkhawatirkan, seperti yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1: Temuan Kunci Survei Intoleransi di Kalangan Generasi Z (PPIM UIN Jakarta, 2017)

Temuan Kunci	Persentase Responden (Pelajar/Mahasiswa)	Sumber
Memiliki pandangan	58,5%	4

keagamaan radikal		
Memiliki opini intoleran terhadap kelompok agama minoritas	>50%	15
Cenderung mendukung intoleransi	43,88%	16
Mendukung radikalisme keagamaan	6,56%	16

Data ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah memblokir konten radikal, meskipun penting, hanyalah sebuah tindakan reaktif yang menysar gejala. Akar masalahnya terletak lebih dalam, yaitu pada kerentanan ideologis dan rendahnya literasi kritis di kalangan generasi muda. Adanya "pasar" yang subur bagi konten-konten radikal membuat strategi *take down* saja tidak akan pernah cukup. Selama permintaan akan narasi semacam itu tetap tinggi, maka pasokan akan selalu menemukan cara untuk muncul kembali. Dengan demikian, respons yang lebih fundamental harus bergeser dari sekadar moderasi konten yang bersifat reaktif menuju penguatan imunitas ideologis melalui pendidikan dan dakwah moderat yang proaktif.

Erosi Interaksi Sosial dan Pendangkalan Spiritualitas

Kemajuan teknologi komunikasi telah secara signifikan mengubah pola perilaku, kepribadian, dan interaksi manusia. Fenomena "mendekatkan yang jauh, dan menjauhkan yang dekat" menjadi realitas sehari-hari.⁴ Kesibukan dengan gawai seringkali membuat individu kehilangan momen-momen berharga untuk ibadah personal seperti shalat dan berdzikir, serta mengorbankan interaksi sosial yang otentik.⁴ Hubungan antarmanusia yang sebelumnya hangat, personal, dan dilandasi semangat persaudaraan (*ukhuwah*), kini berisiko tergantikan oleh hubungan virtual yang terasa formal, berjarak, dan kaku.⁴ Padahal, konsep *ukhuwah* dalam Islam tidak hanya terbatas pada sesama Muslim (*ukhuwah diniyyah*), tetapi juga mencakup persaudaraan dalam ikatan kebangsaan (*ukhuwah wathaniyyah*) dan kemanusiaan (*ukhuwah basyariyyah*), yang semuanya terancam oleh polarisasi dan segregasi di media sosial.¹⁸

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap informasi keagamaan juga melahirkan tantangan baru: pendangkalan makna spiritual. Informasi agama yang diperoleh secara instan, singkat, dan harus bersaing dengan jutaan konten hiburan lainnya, berisiko menciptakan model keberagamaan yang dangkal, hambar, dan kurang perenungan.⁴ Masyarakat modern cenderung menginginkan segala sesuatu yang praktis dan cepat, termasuk dalam memahami ajaran agama.²¹ Selain itu, interaksi tanpa batas di dunia maya juga dapat menyeret individu ke dalam jebakan kecanduan media sosial. Ketergantungan pada validasi sosial seperti jumlah *like* dan komentar dapat menyebabkan alienasi, di mana individu menjadi tidak peduli pada lingkungan sekitarnya dan kehilangan daya kritis.⁴

Hal ini menyingkap sebuah paradoks yang mendasari era konektivitas digital. Secara teknis, media sosial menghubungkan miliaran manusia di seluruh dunia, menjanjikan era keterhubungan tanpa preseden.² Namun, pada praktiknya, konektivitas virtual ini seringkali berbanding terbalik dengan kualitas koneksi di dunia nyata. Semakin terhubung individu secara *virtual*, semakin besar pula risiko mereka terputus secara *spiritual* dari Tuhan dan secara *sosial* dari komunitasnya. "Konektivitas" digital bisa jadi hanyalah ilusi kedekatan yang menutupi realitas fragmentasi sosial dan pendangkalan spiritualitas. Oleh karena itu, strategi dakwah digital yang efektif harus secara sadar melawan tren ini, tidak hanya dengan menyebarkan informasi, tetapi juga dengan menciptakan konten yang mendorong refleksi mendalam, memotivasi interaksi di dunia nyata, dan memperkuat ikatan komunal yang otentik.

Komodifikasi dan Komersialisasi Agama

Salah satu risiko paling serius di era dakwah digital adalah pergeseran motif dari penyampaian risalah menjadi aktivitas yang didorong oleh keuntungan finansial.²³ Dalam ekosistem yang diatur oleh algoritma dan metrik popularitas, beberapa pendakwah tergoda untuk lebih mengutamakan jumlah pengikut (*followers*) dan tingkat interaksi (*engagement*) daripada kualitas dan kedalaman substansi materi dakwah mereka.⁴ Untuk mencapai popularitas, tidak jarang mereka menggunakan cara-cara yang sensasional, kontroversial, atau lebih mengedepankan hiburan daripada edukasi agama.⁴

Fenomena ini melahirkan apa yang disebut komodifikasi atau komersialisasi agama, di mana ajaran, nilai, dan bahkan simbol-simbol Islam diubah menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan untuk mendapatkan keuntungan.²⁴ Praktik ini mencakup berbagai bentuk monetisasi, mulai dari iklan di platform video, *endorsement* produk, donasi berbayar selama siaran langsung, hingga penetapan tarif untuk ceramah.²³

Informasi itu sendiri menjadi "komoditas" yang dapat diproduksi oleh siapa saja—termasuk individu amatir—selama mendatangkan keuntungan ekonomis.⁴ Akibatnya, hubungan antara *da'i* dan *mad'u* berisiko terdegradasi menjadi hubungan transaksional antara produsen dan konsumen, yang pada akhirnya menggerus nilai-nilai spiritual dan kepercayaan publik.²³ Dalam kasus-kasus ekstrem, komersialisasi ini bahkan dapat berujung pada praktik penipuan berkedok agama, yang merugikan masyarakat luas.²⁶

Dampak komersialisasi ini jauh lebih dalam dari sekadar persoalan etika. Ia secara langsung berkontribusi pada percepatan krisis otoritas keagamaan. Logika komersial mendorong produksi konten yang disukai algoritma platform, yang seringkali dangkal dan menghibur, bukan konten yang berbobot dan mendalam secara keilmuan.²³ Popularitas, yang diukur dengan jumlah *views* dan *followers*, menjadi metrik utama kesuksesan, mengalahkan tolok ukur tradisional seperti kedalaman ilmu dan kejelasan silsilah keilmuan (*sanad*). Hal ini menciptakan fenomena "matinya kepakaran" (*death of expertise*), dimana otoritas seorang pendakwah tidak lagi dinilai dari kompetensi keilmuannya, melainkan dari kemampuannya memproduksi konten viral.² Akibatnya, siapapun yang mahir dalam pemasaran digital dapat memposisikan diri sebagai "otoritas" keagamaan baru, sekalipun pemahaman agamanya terbatas. Ini adalah tantangan epistemologis yang fundamental: bagaimana umat dapat membedakan antara dai sejati dan *influencer* agama dalam sebuah ekosistem yang digerakkan oleh logika pasar?

Kesenjangan Digital dan Literasi

Meskipun penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, tantangan signifikan masih ada dalam bentuk kesenjangan digital (*digital divide*). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai **79,5%**, atau setara dengan 221,5 juta jiwa.²⁷ Namun, angka ini menyembunyikan disparitas yang tajam antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

Tabel 2: Statistik Kesenjangan Digital di Indonesia (Berdasarkan Survei APJII 2024)

Indikator	Data Persentase (%)	Sumber
Tingkat Penetrasi Nasional	79,5%	²⁷

Kontribusi Pengguna Urban	69,5%	27
Kontribusi Pengguna Rural	30,5%	27
Tingkat Penetrasi Urban	82,2%	29
Tingkat Penetrasi Rural	74,0%	29

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2, kontribusi pengguna internet dari wilayah perkotaan (69,5%) lebih dari dua kali lipat dibandingkan wilayah pedesaan (30,5%).²⁷ Kesenjangan infrastruktur ini menciptakan hambatan struktural yang serius bagi pemerataan akses terhadap dakwah digital. Masyarakat yang tinggal di daerah-daerah terpencil dan belum terjangkau akses internet yang memadai menjadi terpinggirkan dari arus informasi keagamaan di dunia maya.⁴

Selain kesenjangan akses, tantangan besar lainnya adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat. Literasi digital bukan hanya tentang kemampuan menggunakan teknologi, tetapi lebih pada kecakapan untuk memahami, menganalisis, mengevaluasi, dan menggunakan informasi digital secara kritis, bijak, dan bertanggung jawab.⁴ Rendahnya literasi digital membuat masyarakat rentan terhadap hoaks, penipuan, dan propaganda radikal. Ironisnya, tantangan ini juga ditemukan di kalangan internal organisasi Islam, di mana keterbatasan literasi digital para pengurus di tingkat cabang dan ranting menghambat pemanfaatan aplikasi dan platform digital secara optimal untuk kepentingan dakwah.⁴

Merajut Strategi dan Membuka Peluang Dakwah Digital

Membangun Benteng Pertahanan: Literasi Digital dan Berpikir Kritis

Menghadapi tsunami informasi yang sarat dengan hoaks dan narasi negatif, membangun benteng pertahanan melalui literasi digital menjadi sebuah urgensi. Literasi digital adalah kecakapan fundamental yang memungkinkan umat Islam untuk menyaring informasi, memilih sumber belajar agama yang kredibel, menangkal disinformasi, dan menjaga kesehatan mental dari dampak buruk media sosial.⁴ Umat

perlu dibekali dengan kesadaran bahwa setiap informasi yang beredar di dunia maya tidak pernah sepenuhnya bebas nilai dan harus dihadapi dengan sikap kritis.⁴

Menyadari pentingnya hal ini, pemerintah melalui Kementerian Agama (Kemenag) dan Kementerian Komunikasi dan Digital (Kominfo) telah menjalin kerja sama strategis untuk memperkuat literasi digital di kalangan garda terdepan dakwah. Program kolaboratif ini menargetkan pelatihan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bagi puluhan ribu penyuluh agama di seluruh Indonesia, dengan target awal mencapai 10.000 penyuluh pada tahun 2021 dan total 50.000 penyuluh secara bertahap.³³ Langkah ini bertujuan untuk memberdayakan para penyuluh agar mampu menguasai media digital dan mengisi ruang-ruang spiritualitas umat dengan konten yang positif dan mencerahkan.³³

Sebagai panduan etis yang lebih komprehensif, organisasi Muhammadiyah telah merumuskan **Fikih Informasi**. Ini bukanlah sekadar daftar larangan dan perintah (*dos and don'ts*), melainkan sebuah kerangka kerja filosofis dan praktis untuk berinteraksi di dunia digital.⁴ Fikih Informasi dibangun di atas tiga nilai dasar yang fundamental⁷:

1. **Prinsip Tauhid:** Memandang bahwa segala aktivitas informasi, mulai dari produksi hingga distribusi, pada akhirnya akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Ini menuntut adanya kehati-hatian dan kesadaran bahwa sumber kebenaran hakiki adalah Allah dan Rasul-Nya.
2. **Prinsip Akhlak:** Menekankan pentingnya menjaga etika dan adab dalam setiap interaksi digital. Prinsip ini mencakup kejujuran, keadilan, amanah, dan sikap moderat dalam berkomunikasi.
3. **Prinsip Kemaslahatan:** Mengarahkan agar setiap informasi yang diproduksi dan disebarkan bertujuan untuk mendatangkan kebaikan (*maslahah*) bagi masyarakat dan menghindari hal-hal yang sia-sia (*laghwu*), apalagi yang merusak seperti *hoaks* dan fitnah.

Dari nilai-nilai dasar tersebut, Fikih Informasi menurunkan panduan praktis seperti kewajiban melakukan verifikasi (*tabayun*), menjaga privasi, menyeimbangkan pemberitaan, serta menyebarkan informasi yang berfungsi untuk mendidik (*ta'lim*), mencerahkan (*tanwir*), dan mendorong pembaruan (*tajdid*).⁷

Menjaga Otoritas dan Kredibilitas Keilmuan

Di tengah banjir informasi dan krisis otoritas, menjaga kemurnian dan kredibilitas ilmu agama menjadi pilar utama. Salah satu benteng pertahanan terpenting adalah dengan

kembali pada tradisi keilmuan Islam yang menekankan pentingnya **sanad**, yaitu silsilah atau mata rantai keilmuan yang jelas dan bersambung hingga kepada sumber utamanya.⁴ Belajar agama harus melalui guru yang tidak hanya memiliki kompetensi keilmuan yang teruji, tetapi juga rekam jejak keteladanan (*uswah hasanah*) dan akhlak yang mulia.⁴ Konsep sanad ini menjadi filter krusial untuk membedakan antara ulama yang benar-benar berilmu dan figur-figur populer di media sosial yang otoritasnya diragukan.

Bagi para dai, strategi ini menuntut tanggung jawab yang besar. Setiap materi dakwah yang disampaikan harus berbasis pada sumber-sumber yang kredibel, dalil yang kuat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.⁴ Para dai didorong untuk mengadopsi prinsip-prinsip yang telah lama diterapkan dalam disiplin ilmu hadis, seperti kecermatan dalam melakukan investigasi (*ad-diqqah fi al-bahts*) dan memegang teguh etika dalam menilai sebuah informasi atau individu (*iltizam al-adab fi al-jarh*).⁷ Dengan demikian, dakwah yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga shahih dan tidak menyesatkan.

Inovasi Konten dan Relevansi Pesan Dakwah

Untuk dapat bersaing di tengah hiruk pikuk konten digital, dakwah harus disampaikan dengan cara yang inovatif dan relevan. Audiens utama di ruang digital, yakni generasi Milenial dan Gen Z, memiliki preferensi yang khas. Mereka cenderung lebih tertarik pada konten yang terasa otentik, relevan dengan pengalaman dan kegelisahan hidup mereka, disajikan dalam format yang kreatif secara visual, serta disampaikan dengan gaya yang dialogis, santai, dan humoris, bukan monolog yang kaku dan formal.⁴

Beberapa dai kontemporer di Indonesia telah berhasil menerapkan pendekatan ini dengan sukses:

- **Dakwah Inklusif dan Humanis (Contoh: Habib Husein Ja'far):** Pendekatan ini menggunakan gaya bahasa yang ringan, humoris, dan relevan dengan tren budaya populer untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang berada di luar lingkaran keagamaan tradisional. Fokusnya adalah pada nilai-nilai universal Islam, toleransi, dan dialog antar-iman untuk mempromosikan Islam yang moderat (*wasathiyah*) dan ramah.⁴¹
- **Dakwah Milenial dan Gaya Hidup (Contoh: Hanan Attaki):** Strategi ini mengadopsi bahasa "gaul" dan elemen-elemen *street culture* untuk membangun kedekatan dengan anak muda. Tema-tema yang diangkat sangat dekat dengan realitas kehidupan mereka, seperti hijrah, pencarian jodoh, motivasi, dan

mengatasi kegalauan, yang semuanya dibingkai dalam perspektif Islam.³⁹

- **Dakwah Kesehatan Mental dan Keluarga (Contoh: Dr. Aisah Dahlan & Oki Setiana Dewi):** Pendekatan ini menjawab kebutuhan masyarakat modern akan solusi spiritual untuk masalah-masalah psikologis. Dr. Aisah Dahlan, dengan latar belakang medisnya, menggabungkan penjelasan ilmiah tentang neurologi dan psikologi dengan nilai-nilai Islam dalam konteks parenting dan hubungan keluarga, menggunakan metode bimbingan dan penyuluhan yang mudah dipahami.⁴⁷ Sementara itu, Ustadzah Oki Setiana Dewi fokus pada pesan-pesan akhlak, motivasi hijrah, dan penguatan ibadah dengan gaya yang lembut, ramah, dan penuh empati.⁵¹

Dalam hal format, **podcast** telah menjadi salah satu media dakwah yang sangat efektif karena sifatnya yang fleksibel, memungkinkan pendengar untuk mengonsumsi konten sambil beraktivitas, dan dapat diakses melalui berbagai platform.⁶ Beberapa podcast dakwah yang populer di Indonesia antara lain yang dibawakan oleh Ustadz Khalid Basalamah, Hanan Attaki, Adi Hidayat, dan M. Quraish Shihab.⁵⁷

Pemanfaatan Media Sosial untuk Kemaslahatan Umat

Di luar fungsi penyebaran informasi, media sosial memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan demi kemaslahatan umat yang lebih luas. Para dai dan organisasi Islam memiliki peluang untuk mengubah platform yang seringkali menjadi "ladang dosa"—tempat menyebar fitnah dan kebencian—menjadi "ladang pahala".⁴ Hal ini dapat diwujudkan dengan secara aktif menyebarkan ilmu yang bermanfaat, kata-kata yang menyejukkan, dan seruan kepada kebaikan, sebagai implementasi konkret dari prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* di ranah digital.

Lebih dari itu, media sosial telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif untuk **filantropi digital**. Berbagai platform *crowdfunding* seperti Kitabisa.com dan gerakan-gerakan filantropi Islam yang digagas oleh komunitas telah berhasil menggalang donasi dalam jumlah besar untuk membantu mereka yang membutuhkan.⁵⁹ Media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana advokasi sosial dan kontrol kebijakan. Melaluinya, masyarakat dapat menyuarakan aspirasi, menuangkan petisi untuk membela kaum yang lemah, serta mengawasi dan mengkritik kebijakan pemerintah secara konstruktif.⁴

Peran Kelembagaan dalam Mengarahkan Arus Dakwah Digital

Respon Institusional Muhammadiyah

Menghadapi tantangan dan peluang era digital, Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia telah mengambil langkah-langkah strategis yang terstruktur. Respon kelembagaan ini tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dalam membentuk arah dakwah digital yang sejalan dengan semangat Islam Berkemajuan.

- **Akademi Dai Digital Muhammadiyah:** Diselenggarakan oleh Lembaga Dakwah Komunitas (LDK) Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah, akademi ini merupakan program kaderisasi unggulan yang bertujuan untuk mencetak generasi baru dai yang tidak hanya cakap secara teknologi, tetapi juga memiliki literasi teologis yang kuat dan kemampuan berpikir kreatif. Tujuannya adalah untuk melahirkan dai-dai yang mampu melakukan dakwah transformatif, yang tidak sekadar mengikuti tren, tetapi mampu mengarahkan arus zaman sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mencerahkan.⁶³
- **Pusat Syiar Digital Muhammadiyah (PSDM):** Lembaga ini berfungsi sebagai "dapur" atau pusat produksi konten syiar berkemajuan. PSDM dirancang untuk mengorganisir dan mensistematisasi produksi konten dakwah digital Muhammadiyah agar lebih terarah, berkualitas, dan memiliki jangkauan yang luas.⁶⁵
- **Optimalisasi Platform Digital:** Muhammadiyah secara aktif memanfaatkan akun-akun media sosial resmi, seperti **Lensamu**, sebagai corong utama untuk menyebarkan informasi organisasi, materi dakwah, dan membangun citra positif persyarikatan di mata publik.⁶⁵
- **Pembinaan Berkelanjutan:** LDK PP Muhammadiyah secara rutin menyelenggarakan program pembinaan bagi para dai di seluruh Indonesia untuk meningkatkan kapasitas mereka sebagai kontributor dakwah digital. Pelatihan ini mencakup aspek-aspek teknis seperti teknik pengambilan gambar dan video, serta aspek konten seperti penyusunan naskah berita dan materi dakwah yang sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang ditetapkan.⁶⁶

Respon Institusional Nahdlatul Ulama (NU)

Serupa dengan Muhammadiyah, Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) juga secara serius mengembangkan berbagai program untuk mengorganisir dan memperkuat dakwahnya di ranah digital. Respon NU sangat menekankan pentingnya menjaga nilai-nilai Ahlusunnah wal Jamaah (Aswaja) An-Nahdliyah di tengah arus informasi yang deras.

- **Dakwah Sphere:** Program ini merupakan forum unggulan yang diinisiasi oleh Lembaga Dakwah (LD) PBNU. Tujuannya adalah untuk mempertemukan para dai dan daiyah NU yang aktif di dunia digital, baik di media sosial maupun televisi, untuk saling berbagi wawasan, pengalaman, dan strategi. Salah satu agenda utamanya adalah merumuskan standardisasi dai yang moderat untuk memastikan kualitas dan arah dakwah tetap terjaga.⁶⁷
- **Jagat Dakwah NU:** Ini adalah program payung yang lebih luas untuk melaksanakan dakwah berbasis digital di era disrupsi. Program ini memiliki komitmen untuk secara aktif membanjiri dunia maya dengan konten-konten yang menyejukkan, serta berkontribusi dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial seperti ekstremisme, ketidakadilan, dan ancaman disintegrasi bangsa.⁷⁰
- **Strategi Dakwah "Wali Songo":** LD PBNU menekankan bahwa dakwah digital harus mengadopsi kembali semangat dakwah para Wali Songo, yaitu pendekatan yang ramah, bukan marah-marah; yang menghargai budaya luhur selama tidak bertentangan dengan syariat; dan yang menyentuh hati melalui interaksi yang humanis.⁶⁷ Selain itu, LD PBNU juga menyusun kurikulum dakwah digital yang sistematis untuk menyasar seluruh segmen warga Nahdliyin⁷¹ dan secara aktif menggelar program **Literasi Digital** di berbagai daerah di Indonesia.⁷²

Analisis terhadap respons kedua organisasi ini menunjukkan adanya upaya sadar untuk melakukan institusionalisasi dakwah digital. Di era di mana otoritas keagamaan mengalami disrupsi dan narasi menjadi terfragmentasi oleh pengaruh *influencer* individu, program-program terstruktur seperti Akademi Dai Digital dan Dakwah Sphere menjadi sebuah kontra-gerakan strategis. Ini bukan sekadar pelatihan teknis, melainkan sebuah upaya sistematis untuk merebut kembali narasi, menegaskan kembali otoritas kelembagaan, dan memastikan bahwa para dai yang berafiliasi dengan mereka membawa pesan yang koheren sesuai dengan *manhaj* (metodologi) organisasi masing-masing. Ini menandai pergeseran penting dari sekadar "mendorong" para dai untuk aktif di dunia maya, menjadi "mengorganisir" mereka dalam sebuah gerakan dakwah digital yang terpadu.

Tabel 3: Perbandingan Program Unggulan Dakwah Digital Muhammadiyah dan NU

Aspek	Muhammadiyah	Nahdlatul Ulama (NU)
Nama Program Utama	Akademi Dai Digital Muhammadiyah ⁶³	Dakwah Sphere ⁶⁷
Lembaga Penanggung Jawab	Lembaga Dakwah Komunitas (LDK) PP Muhammadiyah	Lembaga Dakwah (LD) PBNU
Tujuan Utama	Mencetak dai untuk dakwah transformatif, menyebarkan syiar Islam Berkemajuan ⁶³	Dakwah yang ramah, standarisasi dai, menjaga ajaran Aswaja An-Nahdliyah ⁶⁷
Target Peserta	Kader-kader dai Muhammadiyah dari berbagai daerah dan komunitas ⁶³	Para dai, daiyah, dan pegiat dakwah digital NU ⁶⁷
Kerangka Konseptual	Fikih Informasi ⁷	Semangat Dakwah Wali Songo ⁶⁷

Sinergi Multipihak untuk Ekosistem Digital yang Sehat

Tantangan dakwah digital yang begitu kompleks tidak mungkin dihadapi sendirian. Diperlukan sebuah sinergi dan kolaborasi yang erat antara berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat, bertanggung jawab, dan mencerahkan.⁴ Model kolaborasi ideal ini harus melibatkan:

- **Ulama dan Ormas Islam:** Sebagai penjaga otoritas keilmuan dan *manhaj*, mereka bertanggung jawab untuk memberikan panduan konten, melakukan kaderisasi mubaligh digital, dan memproduksi narasi keagamaan yang moderat.
- **Akademisi:** Sebagai peneliti, mereka berperan dalam memetakan tren, menganalisis tantangan, dan menawarkan solusi-solusi strategis berbasis data yang dapat menjadi landasan bagi kebijakan dan program dakwah.
- **Pemerintah:** Melalui lembaga seperti Kemenag, Kominfo, dan BNPT, pemerintah memiliki peran krusial dalam tiga hal: (1) memfasilitasi peningkatan literasi digital masyarakat, (2) memastikan pemerataan infrastruktur digital hingga ke daerah terpencil, dan (3) menegakkan hukum secara adil terhadap penyebar *hoaks*, ujaran kebencian, dan propaganda terorisme.

Kolaborasi multipihak ini adalah kunci untuk mengubah lanskap dakwah digital dari arena pertempuran yang liar menjadi ruang publik yang mencerahkan dan membangun peradaban.

Penutup - Menuju Dakwah Digital yang Mencerahkan dan Berkemajuan

Sintesis Tantangan dan Peluang

Dakwah di era digital adalah sebuah keniscayaan yang menghadirkan dualitas tak terhindarkan. Teknologi, pada hakikatnya, adalah alat yang netral; dampaknya—apakah membangun atau merusak—sepenuhnya bergantung pada niat dan cara penggunaannya. Lanskap digital menawarkan peluang emas untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas, inklusif, dan relevan dengan denyut nadi masyarakat modern. Namun, ia juga membuka kotak pandora berisi tantangan-tantangan berat, mulai dari disinformasi dan radikalisasi hingga pendangkalan spiritualitas dan komersialisasi agama. Menghadapi realitas ini, sikap terbaik bukanlah menolak teknologi, melainkan menghadapinya dengan penuh hikmah, strategi yang matang, dan tanggung jawab etis yang tinggi.

Proyeksi Masa Depan

Ke depan, medan dakwah digital diperkirakan akan menjadi semakin kompleks. Tren akan bergerak menuju konten yang lebih terpersonalisasi, tersegmentasi, dan interaktif. Tantangan baru akan muncul seiring dengan berkembangnya teknologi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) dan pemanfaatan *big data* dalam aktivitas dakwah, yang memunculkan pertanyaan-pertanyaan etis baru.⁴ Pertarungan narasi antara kelompok moderat dan ekstremis akan terus berlanjut dan bahkan semakin sengit, menuntut inovasi dan ketahanan yang lebih besar dari para pegiat dakwah Islam yang damai.

Rekomendasi Strategis Holistik

Untuk menavigasi samudra digital yang bergelombang ini dan memastikan dakwah dapat berlayar menuju tujuannya yang mencerahkan, diperlukan sebuah pendekatan holistik yang melibatkan seluruh elemen umat.

- **Bagi Para Da'i dan Mubaligh:** Prioritaskan peningkatan kompetensi secara berkelanjutan, baik dalam hal literasi teologis maupun literasi digital. Jaga otentisitas dan integritas dengan berpegang teguh pada *sanad* keilmuan yang jelas. Fokuslah pada pengembangan konten yang solutif, empatik, dan menjawab kegelisahan nyata masyarakat, bukan sekadar mengejar popularitas sesaat.
- **Bagi Organisasi Islam (Muhammadiyah, NU, dll.):** Perkuat dan perluas program kaderisasi dai digital yang terstruktur dan berbasis kurikulum. Terus kembangkan dan sosialisasikan panduan etis seperti Fikih Informasi. Fasilitasi dan dukung produksi konten dakwah berkualitas tinggi yang dapat menjadi narasi tandingan yang kuat terhadap konten-konten negatif.
- **Bagi Pemerintah:** Lanjutkan dan perluas kerja sama dengan ormas Islam dalam program literasi digital massal. Prioritaskan percepatan pemerataan infrastruktur internet untuk mengatasi kesenjangan digital. Tegakkan supremasi hukum secara tegas dan adil terhadap para penyebar hoaks dan ujaran kebencian, tanpa memberangus kebebasan berekspresi yang sehat dan bertanggung jawab.
- **Bagi Umat dan Masyarakat Luas:** Jadilah konsumen informasi yang cerdas, kritis, dan bijak. Budayakan sikap *tabayyun* (verifikasi) sebelum mempercayai dan menyebarkan sebuah informasi. Berikan dukungan aktif kepada para kreator dan platform dakwah yang menyebarkan pesan-pesan yang kredibel, menyejukkan, dan mempersatukan.

Pada akhirnya, tujuan utama kehidupan adalah untuk beribadah kepada Allah SWT, dan teknologi hanyalah sarana.⁴ Dengan memanfaatkan sarana ini secara tepat, etis, dan bertanggung jawab, dakwah digital dapat menjadi kekuatan transformatif yang dahsyat untuk membangun peradaban yang lebih baik, tanpa kehilangan esensi dan nilai-nilai luhur Islam yang menjadi fondasi-nya.

Karya yang dikutip

1. Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital - Journal of Da'wah, diakses Juli 17, 2025,
<https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/dakwah/article/download/4423/1475>
2. STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN ..., diakses Juli 17, 2025,
<https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/liwauldakwah/article/download/2433/1112/13765>
3. DAYA TARIK DAKWAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL, diakses Juli 17, 2025,
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/download/1373/789/>
4. Dakwah Digital.pdf - UIN - Ar Raniry Repository, diakses Juli 17, 2025,
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14280/1/Dakwah%20Digital.pdf>
5. Dakwah Digital Bukan Pilihan, Tapi Kebutuhan - LDK PP Muhammadiyah, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.ldkmuh.or.id/dakwah-digital-bukan-pilihan-tapi-kebutuhan/>
6. Podcast sebagai Media Baru Dakwah di Era Digital - Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, diakses Juli 17, 2025,
<https://journal.laaroiba.com/index.php/dawatuna/article/download/6561/4409/>
7. fikih informasi - Majelis Tarjih, diakses Juli 17, 2025,
<https://tarjih.or.id/wp-content/uploads/2020/09/52.-Nilai-nilai-dasar-Fikih-Informasi.-converted.pdf>
8. Penanganan Hoaks Keagamaan di Sosial Media Melalui Literasi Digital Milenial - e-Journal, diakses Juli 17, 2025,
<https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/meyarsa/article/download/6764/3479/>
9. Di Kaltara, BNPT Ingatkan Maraknya Penyebaran Radikalisme Via Media Sosial, diakses Juli 17, 2025,
<https://fkptcenter.id/di-kaltara-bnpt-ingatkan-maraknya-penyebaran-radikalisme-via-media-sosial/>
10. BNPT: Pemuda dan pelajar jadi target penyebaran radikalisme - FKPT CENTER, diakses Juli 17, 2025,
<https://fkptcenter.id/bnpt-pemuda-dan-pelajar-jadi-target-penyebaran-radikalisme/>
11. BNPT-Kemkomdigi "take down" 180.954 konten radikalisme di media sosial, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.antaranews.com/berita/4545666/bnpt-kemkomdigi-take-down-180954-konten-radikalisme-di-media-sosial>
12. 180 Ribu Konten Bermuatan Terorisme Diblokir BNPT - Tempo.co, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.tempo.co/info-tempo/180-ribu-konten-bermuatan-terorisme-diblokir-bnpt-1185486>
13. BNPT dan Kemkomdigi Blokir Ratusan Ribu Konten Radikal Sepanjang 2024 - Daily Kaltim, diakses Juli 17, 2025,
<https://dailykaltim.co/bnpt-dan-kemkomdigi-blokir-ratusan-ribu-konten-radikal-s>

- [epanjang-2024/](#)
14. BNPT: 180 Ribuan Konten Bermuatan Terorisme Diblokir Sepanjang 2024, diakses Juli 17, 2025, <https://www.bnpt.go.id/bnpt-180-ribu-konten-bermuatan-terorisme-diblokir-sepanjang-2024>
 15. Survei UIN Jakarta: Intoleransi Tumbuh di Banyak Sekolah dan ..., diakses Juli 17, 2025, <https://tirto.id/survei-uin-jakarta-intoleransi-tumbuh-di-banyak-sekolah-dan-kampus-czQL>
 16. Sejumlah Riset Sebut Anak Muda Indonesia Itu Intoleran, Saya Justru Menemukan Sebaliknya - Islami[dot]co, diakses Juli 17, 2025, <https://islami.co/sejumlah-riset-sebut-anak-muda-indonesia-itu-intoleran-saya-justru-menemukan-sebaliknya/>
 17. Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Nilai-Nilai Moral Islam pada Remaja, diakses Juli 17, 2025, <https://nawalaeducation.com/index.php/AI/article/download/184/149/572>
 18. Media Sosial sebagai Perekat Ukhuwah Islamiyah - Jurnal UPI, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.upi.edu/index.php/SosioReligi/article/download/58965/23018>
 19. MEMAHAMI HADIS UKHUWWAH DALAM KONTEKS MEDIA SOSIAL (UPAYA MEMBANGUN ETIKA SOLIDARITAS SOSIAL) - Neliti, diakses Juli 17, 2025, <https://media.neliti.com/media/publications/318310-memahami-hadis-ukhuwwah-dalam-konteks-me-aa21d8a0.pdf>
 20. Konsep Ukhuwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Kehidupan Bermasyarakat (Kajian Surat Al-Hujurat Ayat 10), diakses Juli 17, 2025, <https://journal.staidk.ac.id/index.php/irfani/article/download/336/263/1251>
 21. Peran Media Sosial terhadap Pengetahuan Keagamaan Remaja Muslim - Akhlak : Jurnal Pendidikan Agama Islam dan Filsafat, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral/article/download/529/574/2851>
 22. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Beragama - Jurnal Pendidikan Tambusai, diakses Juli 17, 2025, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/9411/7672/17624>
 23. KONTROVERSI KOMERSIALISASI DAKWAH: PERSPEKTIF ... - IAIDA, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JDARISCOMB/article/download/3696/1890>
 24. DAKWAH ISLAM DAN INOVASI MEDIA:, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/download/142/116/281>
 25. Komersialisasi Dakwah: Ketika Panggung Ceramah Berubah menjadi Ladang Rupiah - Kompasiana.com, diakses Juli 17, 2025, <https://www.kompasiana.com/erinrahayuputri0528/684ed9b034777c1ed946f072/komersialisasi-dakwah-ketika-panggung-ceramah-berubah-menjadi-ladang-rupiah>
 26. Ketika Komersialisasi Agama dan Penipuan Berjalan Beriringan: Kasus Aksi Cepat Tanggap | Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), diakses Juli 17, 2025, <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/4958>
 27. APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang, diakses Juli 17,

- 2025,
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
28. Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Capai 79,5% per 2024 - Databoks - Katadata, diakses Juli 17, 2025,
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e6f9d69e252de32/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-795-per-2024>
29. APJII: Indonesia internet users attain 221.5 million people - Heaptalk, diakses Juli 17, 2025,
<https://heaptalk.com/insight/apjii-indonesia-internet-users-attain-221-5-million-people/>
30. Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Mencapai 79% di Tahun 2024, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5518803/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-indonesia-mencapai-79-di-tahun-2024>
31. Tantangan dan Solusi Penerapan E-Government di Indonesia, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.ipdn.ac.id/jtpm/article/download/4459/2001/21549>
32. Peran Literasi Digital Dalam Menangkal Hoaks Keagamaan Di Media Sosial Pada Remaja - JURNAL STKIP MAJENANG, diakses Juli 17, 2025,
<https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi/article/download/172/108>
33. Kemenag-Kominfo Perkuat Literasi Digital Penyuluh Agama, diakses Juli 17, 2025,
<https://kemenag.go.id/nasional/kemenag-kominfo-perkuat-literasi-digital-penyuluh-agama-1kxyi>
34. Fikih Informasi : Muhammadiyah's Perspective on Guidance in Using Social Media | Fauzi, diakses Juli 17, 2025,
<https://ijims.iainsalatiga.ac.id/index.php/ijims/article/view/1997>
35. Prinsip Utama Informasi Adalah Kemaslahatan - Suara Muhammadiyah, diakses Juli 17, 2025,
<https://web.suaramuhammadiyah.id/2022/04/16/prinsip-utama-informasi-adalah-kemaslahatan/>
36. Makalah Kel.6 Aik Iv Fikih Infformasi | PDF | Politik | Ilmu Sosial - Scribd, diakses Juli 17, 2025,
<https://id.scribd.com/document/646037852/MAKALAH-KEL-6-AIK-IV-FIKIH-INFFORMASI-1>
37. Adab kepada Ilmu di Era Digital: Menjaga Etika dalam Lautan Informasi - Direktorat Pembinaan Mahasiswa (DPK) UII, diakses Juli 17, 2025,
<https://kemahasiswaan.uui.ac.id/adab-kepada-ilmu-di-era-digital-menjaga-etika-dalam-lautan-informasi/>
38. URGENSI SANAD KEILMUAN DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALITAS GURU PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) - e-journal STAI MAHAD ALY AL-HIKAM MALANG, diakses Juli 17, 2025,
<https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/piwulang/article/download/1814/669/5316>
39. i ANALISIS BAHASA MILENIAL USTADZ HANAN ATTAKI DALAM MENARIK MINAT PEMUDA HIJRAH MENGIKUTI DAKWAH DI AKUN YOUTUBE SKRIPSI Diaju, diakses Juli 17, 2025,

- <http://repository.uinsu.ac.id/15680/1/IKROMAL%20YAUMI%20HASIBUAN.pdf>
40. KONSEPTUALISASI DAKWAH HANAN ATTACKI DAN PENGUATAN MODERASI BERAGAMA DI KALANGAN MILLENIAL - Rumah Jurnal STAIN Kepri, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/rusydiah/article/download/1043/429/4282>
 41. Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Tik Tok @huseinjafar, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/lkhlas/article/download/1112/1040/5661>
 42. LIVING HADIS ISLAM WASATHIYAH: Analisis terhadap Konten Dakwah Youtube "Jeda Nulis" Habib Ja'far - Rumah Jurnal IAIN Metro, diakses Juli 17, 2025, <https://e-journal.metrouniv.ac.id/nizham/article/download/6753/3309/>
 43. KOMUNIKASI DAKWAH HABIB HUSAIN AL JAFAR DI MEDIA YOUTUBE Oleh: FARIZ AMRULLAH NIM: 18202010025 TESIS Diajukan Kepada Program Stu - Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diakses Juli 17, 2025, https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53312/1/18202010025_BAB-I_IV-atau-V_DAF_TAR-PUSTAKA.pdf
 44. Dagital Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Konten Youtube Login (Analisis Teori Media Baru) - Journal on Education, diakses Juli 17, 2025, <https://jonedu.org/index.php/joe/article/download/5612/4479/>
 45. STRATEGI DAKWAH USTADZ HANAN ATTACKI DALAM MEMBANGUN KARAKTER ISLAMI PADA KEHIDUPAN SEHARI-HARI (CHANEL YOUTUBE USTAD HANAN ATTACK, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.unia.ac.id/index.php/bayan-linnaas/article/download/1294/832>
 46. STRATEGI DAKWAH USTADZ HANAN ATTACKI DALAM MEMBANGUN KARAKTER ISLAMI PADA KEHIDUPAN SEHARI-HARI (CHANEL YOUTUBE USTAD HANAN ATTACKI PADA VIDEO "MUSLIM GAUL, EMANG ADA?") | fadhilah | Bayan lin-Naas, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.unia.ac.id/index.php/bayan-linnaas/article/view/1294>
 47. ANALISIS METODE DAKWAH dr. AISAH DAHLAN - Repository UIN Suska, diakses Juli 17, 2025, <http://repository.uin-suska.ac.id/76295/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V.pdf>
 48. Keunikan Dakwah Ustadzah Aisah Dahlan Menurut Perspektif Mahasiswa UINSI Samarinda | Nubuwwah : Journal of Communication and Islamic Broadcasting, diakses Juli 17, 2025, <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/Nubuwwah/article/view/9041>
 49. Keunikan Dakwah Ustadzah Aisah Dahlan Menurut Perspektif Mahasiswa UINSI Samarinda, diakses Juli 17, 2025, <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/Nubuwwah/article/download/9041/3197/>
 50. ANALISIS METODE DAKWAH dr. AISAH DAHLAN DALAM VIDEO KAJIAN DI YOUTUBE - Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository, diakses Juli 17, 2025, <http://repository.uin-suska.ac.id/76295/>
 51. ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM KONTEN TIKTOK OKI SETIANA DEWI, diakses Juli 17, 2025, <http://repository.radenfatah.ac.id/30678/>

52. (PDF) Pesan Dakwah Ustadzah Oki Setiana Dewi Dalam Channel Youtube Oki Setiana Dewi Official: (Studi Kasus Video Berjudul: Saatnya Millenial Hijrah, Begini Tipsnya Ustadzah Oki Setiana Dewi) - ResearchGate, diakses Juli 17, 2025, https://www.researchgate.net/publication/371306419_Pesan_Dakwah_Ustadzah_Oki_Setiana_Dewi_Dalam_Channel_Youtube_Oki_Setiana_Dewi_Official_Studi_Kasus_Video_Berjudul_Saatnya_Millennial_Hijrah_Begini_Tipsnya_Ustadzah_Oki_Setiana_Dewi
53. ANALISIS ISI DAKWAH PADA AKUN YOUTUBE OKI SETIANA DEWI OFFICIAL DALAM KONTEN TENTANG BERIBADAH SKRIPSI OLEH: NURUL AUFA UNIVERS, diakses Juli 17, 2025, <https://idr.uin-antasari.ac.id/28658/2/2.%20AWAL%20-%20Aufa.pdf>
54. Pendekatan Bahasa dalam Dakwah oleh Ustadzah Oki Setiana Dewi - APPISI, diakses Juli 17, 2025, <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Komunikasi/article/download/144/147/798>
55. PODCAST SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI KASUS AKUN PODCAST SUARA TEH JASMINE) SKRIPSI Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan, diakses Juli 17, 2025, http://digilib.uinsa.ac.id/58597/2/Indana%20Shofia%20Nur%20Sa%27adah_B71218063.pdf
56. PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN - Berugak Jurnal UIN Mataram, diakses Juli 17, 2025, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/komunike/article/download/2739/1361/7204>
57. Apple Podcasts Charts - Islam Podcasts - Indonesia - Rephonic, diakses Juli 17, 2025, <https://rephonic.com/charts/apple/indonesia/religion-spirituality-islam>
58. 5 Rekomendasi Podcast Islami Asyik dan Sarat Makna yang Wajib Kamu Dengar, diakses Juli 17, 2025, <https://www.liputan6.com/islami/read/5098363/5-rekomendasi-podcast-islami-asyik-dan-sarat-makna-yang-wajib-kamu-dengar>
59. Media Sosial dan Filantropi Islam Perspektif Gerakan dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat - ResearchGate, diakses Juli 17, 2025, https://www.researchgate.net/publication/361945134_Media_Sosial_dan_Filantropi_Islam_Perspektif_Gerakan_dan_Implikasinya_Terhadap_Pemberdayaan_Masyarakat
60. Gerakan Filantropi Islam Berbasis Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia, diakses Juli 17, 2025, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/8911/3770/30703>
61. Filantropi Islam Di Era Digital Peran Konten Di Media Sosial Youtube Channel Hobby Makan, diakses Juli 17, 2025, <https://ojsid.my.id/index.php/JSSTEK/article/download/53/46/787>
62. Filantropi Islam Berbasis Media Sosial: Meningkatkan Kesadaran Filantropi Melalui Platform Crowdfunding | QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah - STAIT Yogyakarta, diakses Juli 17, 2025, <https://staitbiasjogja.ac.id/jurnal/index.php/qulubana/article/view/464>
63. Akademi Dai Digital Muhammadiyah Resmi Dibuka, Literasi ..., diakses Juli 17,

- 2025,
<https://muhammadiyah.or.id/2025/06/akademik-dai-digital-muhammadiyah-resmi-dibuka-literasi-jadi-modal-utama-dakwah-era-digital/>
64. LDK PP Muhammadiyah Akan Gelar Akademi Dai Digital Perdana di UMJ, diakses Juli 17, 2025,
<https://suaramuhammadiyah.id/read/ldk-pp-muhammadiyah-akan-gelar-akademi-dai-digital-perdana-di-umj>
65. Strategi Dakwah Muhammadiyah di Era Digital dan Kecerdasan Buatan: Inovasi, Tantangan, dan Prospek Masa Depan - MAJELIS TABLIGH, diakses Juli 17, 2025,
<https://tablighkotasemarang.id/2025/06/14/strategi-dakwah-muhammadiyah-di-era-digital-dan-kecerdasan-buatan-inovasi-tantangan-dan-prospek-masa-depan/>
66. LDK PP Muhammadiyah Gelar Pembinaan Dai sebagai Kontributor Dakwah Digital, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.suaramuhammadiyah.id/read/ldk-pp-muhammadiyah-gelar-pembinaan-dai-sebagai-kontributor-dakwah-digital>
67. PBNU Gelar Dakwah Sphere Kelima, Perkuat Kapasitas Dai di Era Digital, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.nahdliyin.com/artikel/81632/PBNU-Gelar-Dakwah-Sphere-Kelima-Perkuat-Kapasitas-Dai-di-Era-Digital/>
68. Dakwah Sphere Langkah Inovatif PBNU untuk Memperkuat Dakwah Digital yang Moderat, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.nahdliyin.com/artikel/81518/Dakwah-Sphere-Langkah-Inovatif-PBNU-untuk-Memperkuat-Dakwah-Digital-yang-Moderat/>
69. Dakwah Sphere, Upaya LD PBNU Jaring Dai-Daiyah di Ranah Digital, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.nu.or.id/nasional/dakwah-sphere-upaya-lb-pbnu-jaring-pegiat-dakwah-di-ranah-digital-jT1yn>
70. Jagat Dakwah Nahdlatul Ulama: Dakwah Berbasis Teknologi dan Informasi di Era Digitalisasi dan Disrupsi | Request PDF - ResearchGate, diakses Juli 17, 2025,
https://www.researchgate.net/publication/373661101_Jagat_Dakwah_Nahdlatul_Ulma_Dakwah_Berbasis_Teknologi_dan_Informasi_di_Era_Digitalisasi_dan_Disrupsi
71. Temu Pendakwah Digital, LD PBNU Bahas Strategi Dakwah untuk Masyarakat Modern, diakses Juli 17, 2025,
<https://nu.or.id/nasional/temu-pendakwah-digital-lb-pbnu-bahas-strategi-dakwah-untuk-masyarakat-modern-zriJR>
72. Edukasi Para Milenial, Lembaga Dakwah PBNU Gelar Program Literasi Digital | ERAKINI.ID, diakses Juli 17, 2025,
<https://www.erakini.id/daerah/era-gvSte/edukasi-para-milenial--lembaga-dakwah-pbnu-gelar-program-literasi-digital>