ANWARUL
Jurnal Pendidikan dan Dakwah

e-ISSN : 2808-7895
p-ISSN : 2809-1043

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic, Garuda, Google,

https://doi.org/10.58578/anwarul.v5i5.7645

LITERASI MEDIA DIGITAL DALAM DAKWAH ISLAM

Digital Media Literacy in Islamic Da'wah

Fatimah Azzahro & Julia Fasha
Universitas Nusa Mandiri; Universitas Ibnu Chaldun Jakarta
fatimah.ftz@nusamandiri.ac.id; juliasukma@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Sep 10, 2025	Sep 30, 2025	Oct 12, 2025	Oct 17, 2025

Abstract

The transformation of information technology has shifted the paradigm of Islamic *dakwah* from conventional methods to a participatory and interactive two-way communication model through various digital platforms. This study aims to construct the relationship between Islamic *dakwah* methods and digital media literacy within the context of modern religious education and communication. A literature review method was employed by examining scholarly works related to *dakwah* strategies, digital media, and media literacy. The findings reveal that digital *dakwah* is not merely an adaptation to technological advancements but also represents an epistemological transformation that demands creativity, wisdom, and an understanding of the socio-cultural context of digital society. Digital media literacy plays a crucial role in maintaining the integrity of *dakwah*, safeguarding it from value distortion, misinformation, and hate speech. Digital literacy competencies for *da'i* include the ability to access, evaluate, and ethically produce content, aligning with the principles of *al-hikmah*, *al-mau'izhah al-hasanah*, and *al-jidal bi al-lati hiya ahsan*. Thus, digital literacy functions not only as a technical skill but also as a form of *bashirah*—*dakwah* grounded in knowledge, strategic awareness, and spiritual consciousness. The main conclusion of this study is that integrating digital literacy into *dakwah* practices can foster an intelligent, moderate, and humanistic Islamic *dakwah*

Anwarul is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

ecosystem. Practically, this highlights the importance of creatively packaged *dakwah* that resonates with the digital generation's lifestyle, while socially, media literacy becomes a strategic instrument in combating disinformation and strengthening *ukhuwah* and humanitarian values. These findings also expand the dimension of digital literacy as an integral part of spirituality and intellectualism in contemporary *dakwah* practice.

Keywords: Islamic *Dakwah*; Digital Literacy; Religious Communication; Information Technology; Digital Society

Abstrak: Transformasi teknologi informasi telah mengubah paradigma dakwah Islam dari pola konvensional menuju model komunikasi dua arah yang partisipatif dan interaktif melalui berbagai platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksikan relasi antara metode dakwah Islam dengan literasi media digital dalam konteks pendidikan dan komunikasi keagamaan modern. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan menelaah literatur ilmiah terkait metode dakwah, media digital, dan literasi media. Hasil kajian menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya merupakan adaptasi terhadap kemajuan teknologi, tetapi juga mencerminkan transformasi epistemologis yang menuntut kreativitas, kebijaksanaan, dan pemahaman terhadap konteks sosial-budaya masyarakat digital. Literasi media digital berperan penting dalam menjaga kualitas dakwah agar terhindar dari distorsi nilai, hoaks, dan ujaran kebencian. Kompetensi literasi digital bagi da'i mencakup kemampuan dalam mengakses, mengevaluasi, dan memproduksi konten secara etis dan bertanggung jawab, yang selaras dengan prinsip *al-hikmah*, *al-mau'izhah al-hasanah*, dan *al-jidal bi al-lati hiya ahsan*. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai keterampilan teknis, tetapi juga sebagai bentuk *bashirah*—yakni dakwah yang berbasis ilmu, strategi, dan kesadaran spiritual. Simpulan utama penelitian ini adalah bahwa integrasi literasi digital dalam dakwah dapat membentuk ekosistem dakwah Islam yang cerdas, moderat, dan humanis. Implikasi praktisnya menekankan pentingnya kemasan dakwah yang kreatif dan relevan dengan gaya hidup generasi digital, sedangkan secara sosial, literasi media menjadi instrumen strategis dalam menangkal disinformasi serta memperkuat ukhuwah dan nilai-nilai kemanusiaan. Temuan ini juga memperluas dimensi literasi digital sebagai bagian dari spiritualitas dan intelektualitas dalam praktik dakwah kontemporer.

Kata Kunci: Dakwah Islam; Literasi Digital; Komunikasi Keagamaan; Teknologi Informasi; Masyarakat Digital.

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan, termasuk dalam pendidikan dan dakwah Islam. Kehadiran internet, gawai pintar, dan media digital membuka ruang baru bagi umat untuk belajar, berinteraksi, dan menyebarkan pesan keagamaan. Media digital memungkinkan dakwah menjangkau audiens luas dengan cara yang cepat, kreatif, dan interaktif. Hal ini tidak bertentangan dengan konsep dakwah, sebab dakwah adalah mengenai mengajak ummat manusia kepada jalan Allah SWT secara utuh yang termanifestasi dalam Al-Qur'an dan Hadist (Yakub, 2021).

Pada konteks dakwah agama Islam, media digital memberi peluang besar untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan lebih dekat pada gaya hidup generasi muda. *Da'i* kini dapat memanfaatkan YouTube, Instagram, TikTok, hingga *podcast* untuk menghadirkan pembelajaran agama yang relevan, menarik, dan mudah diterima. Namun, peluang ini juga disertai tantangan. Peredaran informasi yang sering bercampur dengan hoaks, ujaran kebencian, dan konten keagamaan yang menyesatkan menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, literasi media digital menjadi sangat penting. Secara konseptual literasi media digital, dapat dimaknai sebagai kemampuan untuk bisa memahami, menganalisis dan mendekonstruki citra yang ada dari media digital (Adhiarso & Suyanto, 2018). Berdasarkan pengertian tersebut, maka literasi media digital tidak hanya sebagai filter informasi, tetapi juga sebagai strategi dakwah yang efektif. Sebab, dengan literasi digital, guru pendidikan agama Islam dan *da'i* dapat menghadirkan dakwah yang sehat, moderat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Urgensi pemahaman literasi media dalam konteks dakwah ini dibuktikan dengan adanya beberapa penelitian yang telah dilakukan. Penelitian-penelitian yang dimaksud antara lain oleh Kasir dan Awali (2024) yang menyoroti dakwah digital melalui pendekatan kualitatif. Penelitian mereka memadukan studi literatur, wawancara, *Forum Group Discussion* (FGD), dan analisis konten. Hasilnya diketahui bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah. Bahwa strategi yang digunakanpun bervariasi, mulai dari ceramah daring hingga konten interaktif (Kasir & Awali, 2024). Penelitian lainnya adalah yang dilakukan oleh Bachruddin dan Sitika (2022). Penelitian mereka menyajikan kajian literatur tentang implementasi dakwah pada era milenial. Pada pembahasannya, disampaikan tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dai dalam memanfaatkan media digital agar lebih sesuai dengan karakteristik generasi millennial (Bachruddin & Sitika, 2022). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Agusman dan Hanif (2021). Penelitian mereka membahas tentang metode-metode dakwah dan strategi dakwah secara konseptual dan pengembangan yang sesuai untuk dilakukan di era globalisasi (Agusman & Hanif, 2021).

Ketiga penelitian sebelumnya menunjukkan beberapa hal: pertama, Kasir dan Awali (2024) menujukkan terdapat resiko misinformasi dan tatangan adaptasi terhadap teknologi baru. Kedua, Bachruddin dan Sitika (2022) memperlihatkan konseptual tentang implementasi dakwah yang kekinian. Kemudian Agusman dan Hanif (2021) menunjukkan bahwa terdapat variasi metode dakwah yang bisa dikembangkan. Ketiga penelitian tersebut telah memberikan wawasan konseptual mengenai bagaimana dakwah dapat dan perlu dilakukan mengikuti

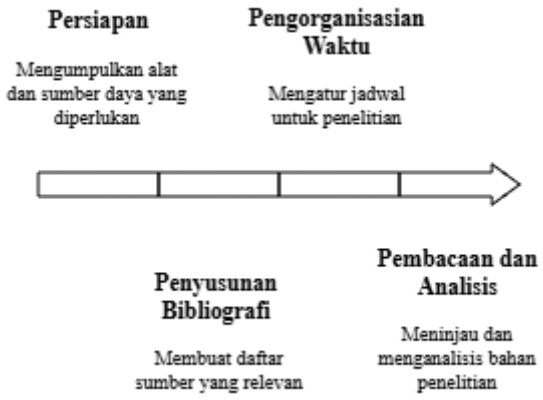
zaman. Namun, ketiga penelitian tersebut masih belum membahas secara spesifik bagaimana literasi media digital juga diperlukan dalam dakwah. Oleh sebab itu, penelitian ini menempatkan literasi media digital sebagai **gap** pembahasan dakwah dalam penelitian ini.

Pembahasan literasi media digital dan relasinya dengan dakwah ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan metode dakwah agar bisa lebih diterima di masa kini. Metode dakwah direlevansikan dengan media digital dalam konteks prosesnya. Metode-metode dakwah yang dimaksud adalah metode *al-hikmah*, *al-mau'idzah*, *al-jidal* dan *al-qudwah* (Husna, 2021). Penelitian ini mengisi gap antara metode-metode dakwah tersebut dengan literasi digital melalui pendekatan konstruktif. Pendekatan tersebut adalah membangun kaitan-kaitan (sintesa) dari fenomena sederhana (Nur, 2011). Adapun fenomena yang dimaksud adalah media digital, sebagai media dakwah.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksikan relasi antara metode dakwah dengan media digital dalam lingkup literasi terhadap teknologi media digital itu sendiri.

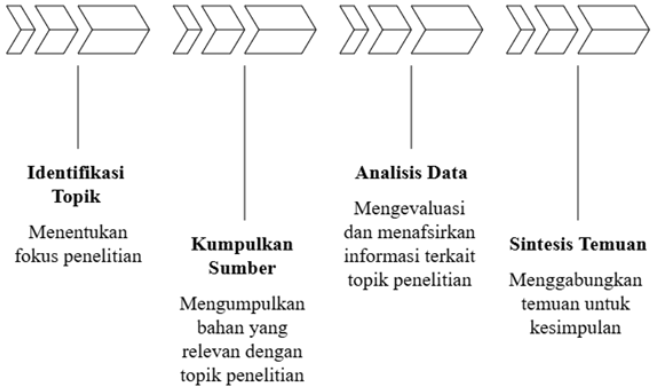
METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, yakni melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari berbagai sumber sebagai referensi yang sudah ada sebelumnya (Hayya & Setiawaty, 2023). Oleh sebab itu, penelitian melakukan beberapa langkah kerja studi pustaka. Fadli menjelaskan terdapat empat tahap studi pustaka, yaitu: menyiapkan perlengkapan yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, menggorganisasikan waktu dan membaca bahan penelitian (Fadli, 2021).



Gambar 1. Proses Studi Pustaka

Pada langkah pertama, peneliti menyiapkan perlengkapan pendukung untuk dapat meng-akses literatur ataupun menyusun penelitian. Langkah kedua, peneliti mendokumentasikan literatur terkait dengan topik pembahasan sebagai bibliografi penelitian. Ketiga, peneliti menentukan waktu kerja untuk dapat melakukan tahapan ke-empat. Pada tahapan terakhir, yaitu melalukan proses penelitian atau pembahasan topik. Adapun desain kerangka fikir penelitian dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Studi Pustaka

Pada tahapan ini sumber pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah. Batasan pustaka tersebut dilakukan untuk memperketat validitas sumber rujukan pokok bahasan. Adapun, sumber-sumber tersebut adalah hasil penelitian terkait tiga pokok bahasan, yaitu: metode dakwah, media digital dan literasi terhadap media digital. Tiga pokok tersebut sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengkonstruksikan relasi antara metode dakwah dengan media digital dalam lingkup literasi terhadap teknologi media digital. Hasil analisis kemudian disintesiskan sebagai temuan penelitian untuk selanjutnya disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan relasi antara literasi media digital dengan dakwah Islam. Bahwa dakwah Islam di media digital bukan saja terkait adaptasi teknologi, melainkan juga transformasi epistemoloi. Hal tersebut membutuhkan kreativitas, kebijaksanaan dan pemahaman terhadap konteks sosial budaya masyarakat digital. Relasi yang dominan tampak dalam studi pustaka penelitian ini adalah terkait literasi media digital dalam menjaga kualitas dakwah. Literasi media digital berperan penting untuk menjaga kualitas dari dakwah Islam.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa literasi digital diperlukan untuk menghindari distorsi nilai, berita bohong dan ujaran kebencian dalam proses dakwah Islam.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kompetensi literasi digital yang dibutuhkan oleh *da'i* mencakup kemampuan mengakses, mengevaluasi, memproduki konten dakwah yang etis dan bertanggungjawab. Kompetensi yang sejalan dengan prinsip *al-hikmah*, *al-mau'izhah al-hasanah*, dan *al-jidal bi al-lati hiya ahsan*. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital bukan sekedar keterampilan teknis, tetapi juga sebagai wujud *bashirah*, yakni dakwah yang berbasis ilmu, strategi, dan kesadaran spiritual

Dakwah dan Media Digital

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar terhadap cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan memperoleh pengetahuan. Pada konteks dakwah Islam, perubahan ini menuntut adanya transformasi paradigma dan metode dakwah agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Sebab dakwah merupakan proses dinamis yang memerlukan kreatifitas dan inovasi, baik dari segi teori, metodologi ataupun media yang digunakan. Nur menjelaskan bahwa proses dakwah, akan berhasil jika dilakukan dengan ilmu dan hikmah, yakni melalui pemahaman terhadap konteks sosial, budaya dan psikologis masyarakat (Nur, 2011). Oleh karena itu, di masa kini, dakwah perlu beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital.

Generasi masa kini dekat dan hidup dalam lingkungan teknologi. Maka, pendekatan dakwah yang efektif memerlukan pemanfaatan platform digital, internet dan media sosial sebagai medium penyampaian pesan keislaman (Bachruddin & Sitika, 2022). Masa kini, dakwah konvensional berbasis ceramah tatap muka langsung dianggap tidak lagi efektif untuk menjangkau audiens. Oleh karena itu, relasi dakwah dengan media digital tidak sekedar adaptasi teknologi, namun juga transformasi epistemologis dari proses dakwah itu sendiri. Dakwah sebagai proses dua arah yang dalam konteks media digital, melalui interaksi dua arah antara *da'I* (pendakwah) dengan *mad'u* (objek dakwah) di ruang daring seperti YouTube, Instagram, atau podcast. Dengan demikian, media digital bukan hanya alat penyebaran pesan, tetapi juga ruang dialogis yang memungkinkan internalisasi nilai Islam secara partisipatif.

Perubahan atau adaptasi dakwah ke ruang-ruang media digital tersebut tentu menimbulkan tantangan. Beberapa diantaranya adalah distorsi nilai, misinformasi dan dakwah yang menyesatkan Oleh sebab itu, dakwah di media digital tetap harus berlandaskan

al-hikmah, *al-mau'izhah al-hasanah*, dan *al-jidal bi al-lati hiya ahsan* sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl:125) (Bachruddin & Sitika, 2022). Sebab prinsip tersebutlah yang menuntut para *da'i* untuk mengedepankan kebijaksanaan, argumentasi yang baik, dan penyampaian yang santun agar dakwah digital tidak terjebak dalam retorika keras atau provokatif. Terlebih, konvergensi media memungkinkan jangkauan dakwah semakin luas, lintas ruang dan waktu. Internet memfasilitasi komunikasi interpersonal dan massal secara bersamaan, sehingga dakwah dapat menjangkau audiens global dengan biaya rendah (Bachruddin & Sitika, 2022). Akan tetapi, kondisi ini juga menuntut da'i memiliki kompetensi literasi digital dan etika komunikasi agar pesan dakwah tidak hanya viral tetapi juga bermakna.

Media digital pada konteks kompetensi dan etika, dalam teori dakwah bisa diposisikan sebagai bagian dari konsep medan dakwah. Konsep tersebut adalah tentang memahami kondisi teologis, kultural, dan struktural masyarakat sebelum melaksanakan dakwah (Nur, 2011). Sebab, kini yang dihadapi adalah masyarakat digital yang memiliki karakteristik baru: interaktif, kritis, dan cepat bereaksi. Maka, strategi dakwah harus diarahkan pada pemberdayaan sosial, bukan sekadar penyampaian pesan moral. Di sinilah pentingnya *dakwah bil-hal* di dunia digital, yaitu keteladanan dan aksi sosial yang ditampilkan melalui konten yang inspiratif dan solutif.

Perihal situasi ini, Al-Qur'an telah memberi landasan metodologis dakwah melalui empat pendekatan utama: *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, *jidal billati hiya ahsan*, dan *qudwah* (keteladanan) (Husna, 2021). Keempat metode ini tetap relevan dalam era digital, hanya medium dan bentuk penyajiannya yang berubah. Misalnya, *mau'izhah hasanah* kini dapat diwujudkan melalui konten edukatif di media sosial, sedangkan *qudwah* dapat tercermin dari citra dan perilaku *da'i* di ruang publik digital. Sehingga dakwah digital mempunyai nilai strategis sebagai sarana pembentukan *khairul ummah* (masyarakat terbaik) (Marlenda & Bashori, 2025). Dengan menggunakan teknologi sebagai *wasilah*, dakwah dapat memperkuat solidaritas umat, memperluas akses pengetahuan agama, serta menumbuhkan etika sosial dan spiritualitas baru yang sesuai dengan tuntutan zaman. Dakwah bukan lagi aktivitas satu arah, tetapi proses kolaboratif antara *da'i*, *mad'u*, dan masyarakat digital global.

Pandangan penting lainnya dalam konteks dakwah dan media digital adalah tanggungjawab. Dakwah di media digital menempatkan tanggungjawab tidak saja pada individu, tetapi juga institutional. Bahwa diperlukan adanya lembaga dakwah yang mampu beradaptasi secara profesional dengan perkembangan media dan komunikasi modern.

Institusi dakwah perlu membangun *branding baru* yang menjadikan dakwah sebagai ilmu komunikasi Islam yang kompatibel dengan tantangan era digital yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga transformatif. Dengan demikian, dakwah dan media digital memiliki hubungan sinergis dan strategis. Media digital memperluas daya jangkau dakwah, sementara dakwah memberi arah moral dan spiritual bagi penggunaan media digital. Tantangan terbesar terletak pada bagaimana menjaga substansi dakwah agar tetap bernilai ilahiah di tengah arus konten yang serba cepat dan pragmatis. Oleh karena itu, para *da'i* dan lembaga dakwah perlu terus mengembangkan literasi digital, etika komunikasi, dan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana dakwah yang bermanfaat dan berdampak.

Literasi Digital dan Dakwah

Perkembangan zaman menuntut perubahan terhadap metode dakwah, dari yang sebelumnya bersifat tradisional kini harus beradaptasi dengan media baru agar tetap relevan dan efektif. Metode dakwah harus disesuaikan dengan perkembangan zaman dan dilakukan dengan cara yang bijaksana (*al-hikmah*), penuh nasihat baik (*al-mau'izhah al-hasanah*), serta argumentatif namun santun (*al-mujadalah billati hiya ahsan*) (Agusman & Hanif, 2021). Cara-cara tersebut penting agar substansi dakwah tetap bernilai spiritual meski medianya mengalami perubahan.

Pada konteks digital, literasi teknologi menjadi kemampuan dasar yang wajib dimiliki oleh para *da'i*. Sebab pemanfaatan media teknologi seperti *Canva* dan *Prezi* dalam presentasi digital dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan dakwah melalui elemen visual yang interaktif dan sistematis (Faisal et al., 2025). Media digital seperti internet, YouTube, dan media sosial memperluas jangkauan dakwah hingga tingkat global, memberikan peluang besar untuk menyampaikan pesan Islam kepada audiens yang heterogen. Namun, keberhasilan dakwah digital tidak semata-mata bergantung pada kemampuan teknis, melainkan juga pada tingkat *literasi digital* da'i dan masyarakat. Rendahnya literasi digital sering kali menjadi hambatan dalam pengelolaan konten dakwah di internet (Faisal et al., 2025). Sebab, banyak *da'i* belum memiliki kemampuan untuk memverifikasi informasi, memahami algoritma media sosial, atau menyajikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan audiens digital. Literasi digital di sini mencakup kemampuan mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memproduksi konten secara etis dan bertanggung jawab (Subakti, 2022).

Literasi digital berperan penting dalam menjaga kualitas dan kredibilitas dakwah di dunia maya. Tanpa kemampuan memilah informasi, dakwah berpotensi terseret dalam arus

hoaks dan ujaran kebencian. Penyebaran informasi palsu di media digital tersebutlah yang kemudian dapat merusak citra Islam dan mengaburkan pesan dakwah yang sebenarnya (Kasir & Awali, 2024). Oleh karena itu, *da'i* perlu memiliki kepekaan kritis dan etika komunikasi agar tidak sekadar menjadi penyampai pesan, tetapi juga penjaga kebenaran informasi. Contoh konkret pentingnya literasi digital dalam dakwah dapat dilihat pada kasus penyebaran video dakwah kontroversial di platform YouTube. Seorang penceramah menyampaikan ceramah yang dipotong secara tidak utuh, kemudian dikutip oleh akun lain dengan konteks berbeda hingga menimbulkan kesalahpahaman publik. Kasus ini menunjukkan bahwa tanpa literasi digital, baik dari sisi *da'i* maupun *mad'u*, pesan dakwah dapat disalahartikan dan berujung pada perpecahan sosial.

Literasi digital, selain sebagai benteng dari misinformasi, juga membuka peluang kreatif bagi dakwah. Namun tentunya tetap memperhatikan konteks sosial dan kultural masyarakat, karena di dunia digital, setiap platform memiliki karakteristik audiens yang berbeda (Dewantara & Nashoihul Ibad, 2024). Dakwah di TikTok, misalnya, menuntut pendekatan visual dan emosional yang singkat, sementara di YouTube dibutuhkan kedalaman argumentatif(Nataniel et al., 2023). Di sinilah literasi digital berfungsi sebagai panduan untuk memilih gaya komunikasi yang tepat, tanpa mengorbankan nilai-nilai kebenaran Islam. Secara argumentatif, literasi digital dapat dipandang sebagai perpanjangan dari konsep *bashirah*, yakni dakwah dengan ilmu dan perencanaan matang sebagaimana dicontohkan Rasulullah (Idha et al., 2023). Di era digital, *bashirah* berarti memahami logika algoritma, etika interaksi daring, dan psikologi audiens. Seorang *da'i* yang memiliki *bashirah digital* akan mampu menyebarkan pesan Islam dengan strategi komunikatif yang efektif dan adaptif terhadap dinamika ruang digital.

Literasi digital juga perlu dikembangkan di kalangan masyarakat agar mereka menjadi audiens yang cerdas dan kritis. Literasi media keagamaan, yaitu kemampuan masyarakat untuk menilai keaslian dan niat dari konten dakwah yang beredar di media sosial. Dengan demikian, masyarakat tidak mudah terprovokasi oleh narasi ekstrem atau informasi yang menyesatkan atas nama agama. Dengan mempertimbangkan seluruh pandangan tersebut, literasi digital dalam dakwah dapat dipahami sebagai integrasi antara kemampuan teknologi, kecerdasan informasi, dan kesadaran spiritual. Dakwah yang melek digital bukan sekadar memindahkan ceramah ke ruang maya, melainkan membangun ekosistem komunikasi Islam yang cerdas, etis, dan humanis.

Implikasi Dakwah dan Literasi Digital

Perkembangan teknologi informasi membawa implikasi besar terhadap transformasi dakwah Islam di era modern. Implikasi praktisnya, dakwah perlu dikemas secara kreatif dan relevan dengan gaya hidup generasi digital melalui media sosial, podcast, dan platform daring lainnya. Pemanfaatan media ini dapat meningkatkan efektivitas penyebaran nilai-nilai Islam sekaligus memperluas jangkauan dakwah hingga ke tingkat global (Faizin et al., 2023).

Secara metodologis, perubahan ini mengimplikasikan perlunya rekonstruksi strategi dakwah berbasis literasi digital. Para da'i tidak hanya harus memahami metode klasik seperti *al-hikmah*, *al-mau'izhah al-hasanah*, dan *al-jidal bi al-lati hiya ahsan*, tetapi juga mengadaptasikannya dalam konteks komunikasi digital. Penggunaan media interaktif memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara *da'i* dan *mad'u*, sehingga dakwah menjadi lebih partisipatif dan kontekstual. Namun, adaptasi ini juga menuntut peningkatan etika komunikasi digital agar penyebaran pesan keislaman tidak kehilangan substansi spiritualnya. Dengan demikian, literasi digital berperan sebagai dasar epistemologis dalam pengembangan metode dakwah modern yang berorientasi pada hikmah, kesantunan, dan kebermanfaatan sosial.

Dari sisi pendidikan dan kelembagaan, implikasinya terletak pada perlunya reformasi kurikulum dakwah di lembaga pendidikan Islam. Pembelajaran dakwah tidak cukup hanya berfokus pada kemampuan retorika atau pemahaman teks keagamaan, tetapi juga harus memasukkan aspek literasi media, desain komunikasi visual, dan etika bermedia digital (Saputra & Nurdiansyah, 2020). Lembaga dakwah dan institusi pendidikan Islam harus berperan aktif dalam membentuk *da'i* yang melek teknologi, memiliki kompetensi digital, serta mampu mengelola konten yang edukatif dan inspiratif. Integrasi ini penting agar dakwah dapat menjadi sarana pemberdayaan umat, bukan sekadar penyampaian nasihat moral.

Implikasi sosial dari dakwah digital juga sangat signifikan. Dengan literasi digital yang memadai, dakwah dapat menjadi sarana penguatan moderasi beragama dan pembentukan masyarakat yang cerdas secara spiritual dan informasional (Sari et al., 2024). Di sisi lain, kurangnya literasi digital dapat menimbulkan dampak negatif seperti penyebaran hoaks keagamaan, ujaran kebencian, atau penyalahgunaan agama untuk kepentingan politik identitas (Restianty, 2018). Oleh karena itu, baik da'i maupun masyarakat harus berperan sebagai pengguna media yang kritis dan bertanggung jawab. Dakwah digital yang

berlandaskan literasi media dapat menjadi benteng terhadap disinformasi serta wahana penguatan ukhuwah dan nilai-nilai kemanusiaan.

Akhirnya, implikasi teoretis dari kajian ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya merupakan keterampilan teknis, melainkan juga dimensi spiritual dan intelektual dalam dakwah. Seorang *da'i* yang memiliki *bashirah digital* akan mampu memahami algoritma media, mengelola pesan dengan strategi komunikatif, dan membangun citra Islam yang *rahmatan lil 'alamin* (Setiawati & Nur, 2024). Integrasi dakwah dengan media digital membuka peluang bagi lahirnya paradigma dakwah baru yang kolaboratif, edukatif, dan transformatif. Oleh karena itu, dakwah digital bukan sekadar adaptasi terhadap teknologi, melainkan pembaruan metodologis yang menegaskan kembali peran Islam sebagai sumber kebijaksanaan dan pencerahan di tengah masyarakat global yang serba digital.

KESIMPULAN

Pembahasan penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara mendasar cara dakwah dilakukan di era modern. Dakwah kini tidak lagi terbatas pada metode ceramah konvensional, melainkan bertransformasi menjadi komunikasi dua arah melalui media digital yang bersifat dialogis dan partisipatif. Pemanfaatan media digital menuntut para *da'i* untuk kreatif, memahami konteks sosial-budaya, serta bijak dalam menyampaikan pesan agar tetap relevan dengan masyarakat yang kritis dan interaktif. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan baru berupa penyebaran informasi yang salah, ujaran kebencian, dan penyimpangan makna dakwah. Karena itu, dakwah digital perlu berlandaskan prinsip *al-hikmah*, *al-mau'izhah al-hasanah*, dan *al-jidal bi al-lati hiya ahsan* agar tetap santun dan bernilai *ilahiah*.

Pada konteks menghadapi kompleksitas ruang digital, kemampuan literasi digital menjadi keharusan bagi para *da'i*. Literasi ini mencakup keterampilan mengakses, mengevaluasi, serta memproduksi konten secara etis dan bertanggung jawab. Kurangnya literasi digital dapat menimbulkan kesalahpahaman publik dan merusak kredibilitas dakwah, seperti pada kasus ceramah yang disebarluaskan tanpa konteks. Oleh karena itu, literasi digital tidak sekadar keterampilan teknis, tetapi juga wujud *bashirah*, yakni dakwah dengan ilmu, strategi, dan pemahaman mendalam terhadap audiens. Secara keseluruhan, literasi digital dalam dakwah berfungsi sebagai perpaduan antara kemampuan teknologi, etika komunikasi, dan kesadaran spiritual. Maka, dengan menguasainya, para *da'i* dapat menyesuaikan gaya

komunikasi sesuai karakteristik platform digital tanpa kehilangan substansi pesan keislaman. Hal ini menjadikan dakwah digital tidak hanya sarana penyebaran ajaran Islam, tetapi juga upaya membangun ekosistem dakwah yang cerdas, humanis, dan transformatif di tengah arus komunikasi modern.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap studi terkait dakwah Islam. Tidak saja dari sisi pengetahuan metode dakwahnya, tetapi juga relevansinya dengan literasi media digital. Peneliti menyadari terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini, maka penelitian lanjutan sangat disarankan. Penelitian lanjutan terkait aspek kompetensi da'i dalam membangun citra dalam media digital atau relevansi antara persepsi dengan literasi digital dalam suatu media dakwah digital adalah sesuatu yang menarik untuk dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Adhiarso, D. S., & Suyanto, M. (2018). Media Literacy and Social Media Usage Analysis in Communication and Non-Communication Students of University of Amikom Yogyakarta. *Jurnal Informasi*, *48*(2), 229–242. https://doi.org/10.21831/informasi.v48i2.21382

Agusman, & Hanif, M. (2021). Konsep Dan Pengembangan Metode Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Da'wah*, *4*(2), 52–55. https://doi.org/https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v4i2.119

Bachruddin, R., & Sitika, A. J. (2022). Implementasi Dakwah Islamiyah di Era Milenial. *Anwarul*, *2*(6), 565–578. https://doi.org/10.58578/anwarul.v2i6.781

Dewantara, M. I., & Nashoihul Ibad, M. (2024). Komunikasi Dakwah Dalam Budaya Digital Melalui Instagram @SIBERKREASI Untuk Meningkatkan Kualitas Literasi Digital. *Masjiduna*, *7*(2), 71–76. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.52833

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, *21*(1), 33–54. https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Faisal, M., Nofrizal, E., Mitra, F., & Rahmi. (2025). Media Teknologi sebagai Sarana Dakwah Digital : Analisis Sistematis Penggunaan Presentasi Digital dan Internet. *At Tawasul Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *4*(Februari), 115–125. https://doi.org/https://doi.org/10.51192/ja.v4i1.1587

Faizin, M., Yudi, U., & Zainiyati, H. S. (2023). Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Melalui Pengenalan Lingkungan Persekolahan. *Jurnal Pendidikan Islam*, *13*(2), 36–56. https://doi.org/0.15642/jkpi.2023.13.2.36-55

Hayya, D. A. F., & Setiawaty, R. (2023). Kontribusi Nilai Personal dan Nilai Pendidikan dalam Buku Cerita Si Kabayan bagi Siswa Sekolah Dasar. *Narasi: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, *1*(2), 149–159. https://doi.org/10.30762/narasi.v1i2.1565

Husna, N. (2021). Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, *1*(1), 97–105. https://doi.org/https://doi.org/10.33507/selasar.v1i1.319

Idha, I., Spando, T., Ahmad, U., & Yogyakarta, D. (2023). Sejarah Metode Dakwah Rosulullah di Madinah. *Anwarul Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, *3*(4), 854–862. https://doi.org/10.58578/anwarul.v3i4.1510

Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, *11*(1), 59–68. https://doi.org/https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842

Marlenda, M., & Bashori, B. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *Al-Ukhwah - Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5131

Nataniel, R., Kustiawan, W., & Bahri, A. N. (2023). Pesan Dakwah dan Toleransi pada Serial Indonesia Rumah Bersama dalam Channel Jeda Nulis. *Anwarul*, *3*(6), 1203–1212. https://doi.org/10.58578/anwarul.v3i6.1631

Nur, D. M. (2011). Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya. *Wardah*, *2*(2), 135–141. https://doi.org/https://doi.org/10.19109/wardah.v12i2.233

Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, *1*(1), 72–87. https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380

Saputra, B. A., & Nurdiansyah, N. (2020). Penguatan Literasi Digital melalui Model Pengembangan Kurikulum SMA Islam Berbasis Media Digital di Era 4.0. *Islamika*, *2*(1), 36–45. https://doi.org/10.36088/islamika.v2i1.483

Sari, H., Aprianti, F., Rodiah, & Hawariah, A. (2024). Analisis Literasi Digital dan Kesiapan Dakwah Digital Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Makassar. *Setyaki, Jurnal Studi Keagamaan Islam*, *2*(3), 64–77. https://doi.org/https://doi.org/10.59966/setyaki.v2i3.1470

Setiawati, R., & Nur, M. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia Da'I Melalui Penguasaan Literasi Digital Dalam Pengembangan Dakwah Islam. *DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI*, *5*(1), 1–11. https://doi.org/10.24127/decoding.v5i1.7886

Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, *23*(1), 1–16. https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4

Yakub, M. (2021). Dakwah Humanis dalam Lintasan Sejarah Islam.pdf. *Wardah*, *22*(1), 14–38. https://doi.org/https://doi.org/10.19109/wardah.v22i1.9004