



PERAN KOMUNIKASI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN AGAMA DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS PADA PENCERAMAH KONTEMPORER

Rizki Kurniawan

UIN Walisongo Semarang, Semarang, Indonesia

Rizkibonny01@gmail.com

Abstract

Communication has an important role in the spread of Islam. However, along with the rapid development of the times, the delivery of religious messages (da'wah) raises various quite complex problems. The aim of this research is to analyze the role of da'wah communication in understanding religion in the digital era. This research uses library research. Data sources were obtained from primary data and secondary data in the form of books, journals, scientific papers and websites related to the role of da'wah communication. Data analysis Data analysis will involve classification of findings, identification of patterns, and recognition of emerging trends in literature related to da'wah, the role of da'wah communication. The results of this research show that the role of da'wah communication in the digital era is quite important. This is because with technological developments, preachers in this era have to adjust the model or method of delivering their preaching. In understanding religion, da'wah communication also needs to be supported by the use of digital technology. Thus, we need lecturers or preachers who not only master classical methods, but also combine them with digital media.

Keywords: Da'wah Communication, Understanding Religion, Digital Era.

Abstrak

Komunikasi mempunyai peran penting dalam penyebaran agama Islam. Namun seiring dengan pesatnya perkembangan zaman, penyampaian pesan agama (dakwah) memunculkan berbagai permasalahan yang cukup kompleks. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran komunikasi dakwah dalam pemahaman agama di era digital. Penelitian ini menggunakan penelitian studi kepustakaan (*library research*). Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder berupa buku, jurnal, karya tulis ilmiah dan website yang terkait dengan peran komunikasi dakwah. Analisis data analisis data akan melibatkan klasifikasi temuan, identifikasi pola, dan pengenalan tren yang muncul dalam literatur-literatur yang terkait dakwah peran komunikasi dakwah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunikasi dakwah di era digital cukup penting. Hal tersebut dikarenakan dengan perkembangan teknologi, para penceramah di era ini harus menyesuaikan model atau metode penyampaian dakwahnya. Dalam pemahaman agama, komunikasi dakwah juga perlu ditunjang dengan pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, dibutuhkan para penceramah atau da'i yang tidak hanya menguasai metode klasik, namun juga mengombinasikan dengan media digital.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah, Pemahaman Agama, Era Digital.

A. Pendahuluan

Komunikasi dakwah merupakan elemen kunci dalam penyebaran ajaran Islam, namun dalam era digital saat ini, tantangan yang dihadapi semakin kompleks. Banyak penceramah yang menggunakan media sosial dan platform digital untuk menyampaikan pesan dakwah, tetapi tidak semua metode yang digunakan efektif dalam menjangkau audiens yang beragam. (Budiantoro, 2017) Media massa juga akan sangat membantu masyarakat religius karena mereka dapat belajar tentang agamanya dan menjalankan syiar dan dakwah agama, yang dapat diakses oleh banyak orang dari seluruh dunia. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, media telah menawarkan berbagai macam pilihan yang memungkinkan pelanggan memilih dan memesan apa pun yang mereka inginkan. (Cut Sri Wahyuni, 2022)

Permasalahan utama yang muncul adalah bagaimana komunikasi dakwah dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan budaya masyarakat modern, serta bagaimana efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan audiens. Meskipun teknologi digital menawarkan potensi besar,

namun ada risiko informasi yang tidak akurat, penyebaran konten negatif, dan bahaya yang perlu diatasi dengan bijaksana. Selain itu, munculnya beragam platform media sosial dan pesan yang tidak terverifikasi sering kali membuat pesan dakwah terfragmentasi dan mengurangi konsistensi dalam penyampaian, terutama bagi pendakwah di era sekarang. (Rani, 2023)

Dakwah merupakan kegiatan yang melibatkan orang lain. Karena hubungannya dengan orang lain, kegiatan yang mengajak orang lain untuk lebih dekat dengan Allah Swt. merupakan ibadah yang agung. Bahkan istilah yang paling tepat adalah “dakwah”, yang berarti menyeru orang untuk masuk ke dalam agama Allah Swt. (Rosidah, 2015) Para nabi dan rasul, sebagai utusan Allah, ditugaskan untuk melakukan tugas yang mulia ini. Karena dakwah adalah ibadah, itu harus dilakukan dengan ikhlas dan sesuai dengan sunnah nabi. (Mutthalib et al., 2020) Semua orang tahu bahwa dua hal ini adalah syarat untuk menerima atau tidaknya ibadah.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi komunikasi dakwah dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Seperti penelitian oleh Sintia dan Arzam bahwa media yang saat ini dianggap paling efektif dalam berdakwah adalah media sosial. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Akan tetapi, berdakwah dengan media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. (Nurfitria & Arzam, 2022) Namun, penelitian tersebut masih kurang mendalam dalam menganalisis peran spesifik penceramah kontemporer dan strategi komunikasi yang mereka gunakan di platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut dengan fokus pada gaya komunikasi penceramah yang berhasil menarik perhatian audiens muda.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai penggunaan media sosial oleh penceramah kontemporer dan bagaimana mereka mengadaptasi gaya komunikasi mereka untuk menarik perhatian generasi muda. Dengan mengkaji berbagai metode komunikasi yang digunakan oleh penceramah

di era digital, penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang efektivitas strategi dakwah dalam konteks modern.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: Menganalisis strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh penceramah kontemporer di media sosial. Kemudian untuk mengidentifikasi efektivitas komunikasi dakwah dalam meningkatkan pemahaman agama di era digital.

Dalam melaksanakan penelitian ini, metode yang diterapkan adalah studi kepustakaan (*literature review*). Pendekatan ini dipilih untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis sejumlah besar literatur terkait gaya komunikasi dakwah dalam era digital. Sumber data utama mencakup jurnal ilmiah bereputasi, jurnal nasional terakreditasi sinta, buku-buku terkait, dan artikel online yang mencakup berbagai aspek perubahan komunikasi dakwah yang terjadi seiring dengan perkembangan teknologi. Proses analisis data akan melibatkan klasifikasi temuan, identifikasi pola, dan pengenalan tren yang muncul dalam literatur-literatur yang terkait dakwah peran komunikasi dakwah. Dengan menggunakan pendekatan *literature review*, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang mendalam tentang perkembangan gaya komunikasi dakwah dalam era digital dan dampaknya terhadap efektivitas dakwah, berdasarkan pada kajian literatur terkini. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan landasan teoritis yang kokoh untuk memahami konteks komunikasi dakwah dalam peningkatan pemahaman agama di era digital serta memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap komunikasi dakwah pada penceramah kontemporer.

B. Pembahasan

Definisi Komunikasi Dakwah

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama. Para ahli mendefinikan komunikasi menurut

sudut pandang mereka masing-masing. (Wiryanto, 2004) Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu.

Menurut Carl I. Hovland, yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendi Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistemis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2000) Sedangkan menurut Muhammad Daud Ali dan Habibah Daud komunikasi adalah proses penyampaian lambang bahasa (oleh komunikator) untuk mengubah tingkah laku manusia. (Ali & Daud, 1995)

Komunikasi adalah proses memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang kepada orang lain berdasarkan beberapa definisi di atas. Dalam hal tersebut baik secara langsung melalui percakapan lisan maupun tak langsung melalui media.

Dakwah secara bahasa memiliki pengertian yaitu, sebuah kegiatan mengajak, menyeru, memanggil, menyampaikan pesan. Secara istilah dakwah adalah mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan menaati petunjuk Allah, menyuruh mereka melakukan kebajikan dan mencegah mereka dari perbuatan yang munkar, agar meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam berdakwah, terdapat unsur-unsur dakwah yang memiliki pengertian, yakni segala aspek yang ada sangkut pautnya dengan proses pelaksanaan dakwah, dan sekaligus menyangkut dalam keberlangsungan kegiatan dakwah. Dakwah dalam aktifitas yang amat dianjurkan pengaplikasiannya bagi semua orang, karena dakwah merupakan kewajiban tiap individu umat Islam. (Irawan & Suriadi, 2020).

Dakwah dalam ranah definitif secara sederhana ditegaskan sebagai proses menyampaikan perintah Allah kepada manusia. Sementara jika disandingkan dengan kata metode menjadi metode dakwah dimana metode secara bahasa berasal dari kata *meta* (berasal) dan *hodos* (jalan). Metode kemudian diartikan sebagai sebuah jalan atau cara untuk mencapai sesuatu. Maka metode dakwah dapat didefinisikan sebagai sebuah usaha memindahkan manusia kepada keadaan

yang lebih baik dengan cara dan juga rencana yang baik. Dari ulasan singkat itu maka metode dakwah tentulah harus dilihat berkaitan erat dengan teknik maupun strategi dalam membangun usaha dakwah agar tersampaikan dengan baik. Dalam proses penerapan metode dakwah ini tentunya bukanlah seperti sebuah transmisi pesan biasa. Dalam aktivitas dakwah tentunya harus memiliki cara/metode serta strategi yang cocok. Hingganya dakwah mengenai Islam nantinya dapat diterima dan dakwah mampu hadir sebagai *way of life* baik dari unsur akidah, akhlak dan juga syariahnya. (Perdana, 2018)

Tujuan dakwah tidak lain adalah dalam rangka penyampaian pesan spiritual yang kemudian akan bermakna menyelamatkan umat dari berbagai permasalahan dalam hidup dan untuk mewujudkan cita-cita ideal masyarakat utama menuju kebahagiaan dan kesejahteraan hidup baik dunia maupun akhirat. (Rahmawati, 2018) Dakwah mempunyai tujuan membuat seseorang tidak hanya berbuat baik saja, tetapi juga harus mencegah yang buruk dalam hidup. Akhirnya besar harapan dakwah dapat membebaskan seseorang dari kebuntuan pikir, kemiskinan hati, dan kemalasan.

Akidah

Diharapkan dakwah, terlepas dari cara penyampaiannya, dapat berkontribusi pada penetapan dan penguatan akidah umat Islam. Akidah adalah sesuatu yang dapat dipahami melalui akal dan dibenarkan oleh hati. Tidak diragukan lagi, dakwah harus mampu mencapai tujuannya. Akidah adalah dasar dari mana seorang hamba berangkat menuju ketaatan kepada Allah SWT. Untuk mendakwahkan akidah manusia, perlu dilakukan banyak upaya. Menegaskan keesaan Allah SWT dan mentauhidkannya adalah tindakan iman yang ghaib. Untuk mengungkap prinsip akidah, dia akan berusaha menerapkan metode dakwah, seperti mengajarkan dalil aqli dan naqli untuk menerima keberadaan Allah, keesaan-Nya, dan keinginannya untuk diibadahi. Ruang lingkup akidah terdiri dari rukun iman. Tempat di mana keyakinan terhadap Allah, bersama dengan seluruh komitmen untuk memeluk Islam, diterima dengan benar dan tidak ada keraguan

apapun. Seorang hamba yang teguh secara akidah dapat menjadi orang yang lebih baik dengan memenuhinya. (Rahman et al., 2022)

Syariah

Metode dakwah harus mendorong umat manusia untuk menerapkan syariah secara penuh. Syariah adalah kumpulan hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk diikuti oleh semua orang agar mereka dapat memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Ini berarti bahwa dakwah berfokus pada dua poros utama, yaitu ibadah dan muamalat, dan bertujuan untuk mendorong manusia untuk mengikuti semua aturan dan peraturan Allah SWT serta menghindari segala sesuatu yang dilarang-Nya. Ibadah adalah syariah dalam hubungan langsung dengan Allah SWT, sedangkan muamalat adalah syariah dalam hubungan langsung dengan orang lain. Dalam muamalat, syariah terpenuhi melalui hubungan antar manusia. Sebaliknya, ibadah syariah diwujudkan melalui ritual ibadah seperti syahadat, shalat, zakat, puasa, dan pelaksanaan ibadah haji. Untuk memastikan prinsip syariah disampaikan, dakwah harus dilakukan dengan cara yang benar. Dengan menggunakan pendekatan pengajaran syariah yang tepat, dakwah dapat memenuhi kebutuhan manusia baik sebagai makhluk yang bertuhan maupun sebagai makhluk yang hidup bersama. Pada akhirnya, dakwah memberi tahu orang-orang bahwa Islam dan syariahnya ada untuk membantu mereka hidup dengan selamat.

Akhlak

Pada dasarnya, akhlak mengacu pada budi pekerti, perangai, tabiat, dan tingkah laku yang dimiliki oleh manusia. Setiap orang membawa akhlak yang dapat dinilai baik dan buruk. Pada saat berbicara tentang akidah, seorang juru dakwah harus mampu membawa orang lain kepada keyakinan kepada Allah SWT dan berbagai aturan Islam. Akhlak seseorang akan menentukan kualitas keberiman seseorang dan menunjukkan sikap taatnya kepada Allah SWT. Untuk mendapatkan kehidupan yang bahagia baik di dunia maupun di akhirat, seseorang harus mengikuti semua aturan dan perintah Allah SWT. Kemudian Islam dan ajarannya

menjadi identitas seorang manusia dan dapat memengaruhi seluruh sikapnya dalam hidup. Jika dilakukan dengan benar, dakwah dapat memiliki efek tarbiyah yang bertahan lama. Dakwah yang dilakukan dengan benar akan memiliki potensi untuk memberikan dampak jangka panjang terhadap semua orang, terutama umat Islam. Setiap tindakan dapat diklasifikasikan menjadi baik dan buruk. Dengan cara ini, sikap-sikap positif yang dipegang oleh orang menjadi akhlak dalam diri mereka sendiri. Aktifitas dakwah membutuhkan peran tambahan dari pelaku dakwah. Untuk mendakwahkan akidah, syariah, dan juga akhlak, diperlukan upaya yang direncanakan dan direncanakan untuk melakukan dakwah. Oleh karena itu, metode dakwah juga harus dipahami sesuai dengan kemampuan pelaku dakwah; juru dakwah harus menerapkan strateginya sesuai dengan kemampuan mereka dan berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan setiap kesempatan yang tersedia.(Asir, 2022)

Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa komunikasi dakwah adalah proses menyampaikan informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Lambang yang dikomunikasikan secara verbal dan nonverbal dengan tujuan untuk meningkatkan sikap, pendapat, atau perilaku orang lain sesuai dengan ajaran Islam, secara lisan maupun tidak langsung melalui sarana media.(Ilaihi, 2010)

Komunikasi dakwah adalah jenis komunikasi yang unik di mana Seorang komunikator mengirimkan pesan yang bersumber atau sesuai dengan al Qur'an dan Sunnah, dengan maksud untuk membantu orang lain dapat melakukan amal shaleh sesuai dengan ajaran agama. Oleh karena itu, cara komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi secara keseluruhan, tetapi yang membedakan adalah cara dan tujuan yang diharapkan akan dicapai.

Tujuan komunikasi biasanya adalah untuk memastikan bahwa komunikan berpartisipasi dalam ide-ide atau pesan yang disampaikan oleh komunikator sehingga pesan yang disampaikan disampaikan tersebut terjadi perubahan pandangan dan tindakan yang sedangkan tujuan komunikasi dakwah adalah

mengharapkan perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku yang sesuai dengan doktrin Islam.

Peran Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Di Era Digital

Dengan kemajuan teknologi di atas, penyampaian pesan pun dapat dengan mudah dilakukan. Beberapa tahun ke belakang, para Da'i mungkin menyampaikan dakwahnya hanya dengan suara, mengucapkan kata-kata dengan lantang agar jama'ahnya dapat mendengarkannya. Dalam dakwah, metode adalah rencana atau langkah-langkah yang diambil untuk menyampaikan isi atau pesan dengan efektif. Muhahiddin menjelaskan bahwa dakwah adalah metode yang paling efisien untuk mengajak umat Islam ke arah kebaikan.(Arif, 2020) Dalam Islam, dakwah dilakukan pada semua aspek kehidupan manusia karena amar *ma'ruf nahi munkar* mencakup semua aspek. Oleh karena itu, dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan dakwah, yang dapat berupa dakwah Islamiyah (*da'wah ila Allah*) atau dakwah setan (*da'wah jahiliyah*).

Peran dakwah dalam masyarakat Islam sangat krusial, karena dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial. Peran utama dakwah melibatkan pembentukan karakter dan moral individu serta masyarakat dalam kerangka nilai-nilai Islam. Dakwah memiliki tanggung jawab untuk memberikan panduan dan arahan mengenai cara hidup yang sesuai dengan ajaran agama, membantu masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, adil, dan bermartabat.(Rahmawati et al., 2024)

Peningkatan didefinisikan secara epistemologi sebagai meningkatkan derajat taraf, yang berarti lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Secara umum, peningkatan adalah upaya untuk meningkatkan derajat,

tingkat, kualitas, dan kuantitas. Selain itu, peningkatan juga dapat berarti peningkatan keterampilan dan kemampuan untuk menjadi lebih baik, kecenderungan untuk menerima ajaran agama yang benar, pengendalian hawa nafsu, penurunan kebutuhan akan kegembiraan duniawi, dan peningkatan kesadaran akan kehancuran dunia dan kekekalan akhirat. Kualitas dan kuantitas kesadaran dan keinginan mereka untuk mengamalkan ilmu yang mereka pelajari telah berkembang.

Komunikasi dan dakwah secara teoritis sangat sederhana. Komunikasi adalah upaya untuk membangun persepsi yang sama dengan komunikan melalui penyampaian keterangan, berupa sikap atau gagasan. Seseorang yang berkomunikasi juga berarti mengikuti, berpartisipasi, atau melakukan tindakan seperti yang "diinginkan" atau diharapkan.

Dari perspektif objek penelitian, dakwah didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh manusia untuk menyebarkan ajaran agama yang telah diberikan Tuhan kepada mereka untuk menciptakan kondisi yang berdampak positif pada masyarakat di sekitarnya. Komunikasi juga. Pada dasarnya, ilmu komunikasi juga berkaitan dengan manusia, atau sering disebut sebagai manusia adalah makhluk sosial. Menurut Suryanto, manusia yang dimaksudkan bukanlah manusia dalam arti pribadi manusia atau individu, tetapi manusia dalam arti umum yang terkait dengan manusia dalam ruang lingkup kehidupan sosial kemasyarakatan. Oleh karena itu, ilmu komunikasi terkait erat dengan banyak bidang lain, terutama sosiologi. Pada dasarnya, ilmu komunikasi dan ilmu dakwah adalah subbidang yang terpisah.

Untuk membedakan komunikasi dakwah dari disiplin ilmu lainnya, dapat dilihat dari dua perspektif. Pertama melihat komunikasi dakwah secara keseluruhan, yang mencakup peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Kedua melihat komunikasi dakwah secara sempit, yang merupakan semua upaya komunikasi dakwah, termasuk cara, metode,

penyampaian pesan, dan kemampuan berdakwah kepada khalayak luas sebagai komunikasikan. (Zaini & Rahmawati, 2021)

Hubungan saling terkait antara memberi dan menerima informasi oleh manusia biasanya merupakan inti dari komunikasi yang terjadi dalam interaksi sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Tujuan komunikasi adalah agar orang lain dapat memahami informasi yang disampaikan, dapat memahami konsep yang disampaikan, dan dapat menggerakkan orang lain. Menurut Onong Uchjana Effendy, fungsi komunikasi manusia terdiri dari empat fungsi: memberikan informasi, mengajar, menghibur, dan mempengaruhi. (Effendy, 2000)

Berbicara tentang dakwah di media sosial, keberadaan internet sebagai media dakwah tidak lagi menjadi perdebatan. Para ulama, da'i, dan para pemimpin Islam seharusnya menyadari hal ini dan segera mengambil tindakan strategis untuk memastikan generasi muda kita siap dan siap untuk menghadapi serangan negatif dari media internet. Ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai alat dakwah telah melakukan banyak hal yang baik. (Efendi et al., 2023)

Komunikasi dalam dakwah memiliki peran unik. Peran-perannya dapat dibagi menjadi beberapa, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, sebagai proses penerapan nilai-nilai Islam, yang berdampak pada sikap mental, kesetiaan, dan perilaku Islam. mengambil tindakan untuk mengajarkan keterampilan pendidikan Islam. memberi pengaruh, mendorong orang untuk berpartisipasi dalam masyarakat. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang Islam. mampu mengubah bagaimana kekuasaan diatur dalam masyarakat. Memfasilitasi perencanaan dan pelaksanaan program dan strategi dakwah. membantu dakwah sendiri. Kepribadian Islami dibentuk oleh media komunikasi yang menambah pengetahuan dan mengubah pengalaman orang.

Selain itu, dakwah juga membantu orang memahami agama dengan perkembangan dan perubahan zaman saat ini. Pendekatan yang fleksibel dan fleksibel dalam menyampaikan ajaran Islam memungkinkan dakwah untuk tetap relevan dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh masyarakat saat ini. Dakwah membantu memecahkan masalah sosial, kesejahteraan, dan ketertiban di masyarakat Islam karena berfungsi sebagai mediator antara nilai-nilai Islam dan kebutuhan masyarakat. (Ghozali, 2017)

Sebagai seorang pendakwah di era kontemporer dibutuhkan penguasaan yang tidak hanya berupa materi namun juga pemahaman pada teknologi yang berkembang. Dengan melihat perkembangannya, komunikasi dakwah yang disampaikan oleh penceramah dengan metode yang tepat akan mampu memberikan pemahaman kepada mad'u. Dengan demikian,

C. Simpulan

Dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi, aktivitas dakwah tidak hanya terbatas pada penciptaan penelitian di masjid. Meskipun demikian, dakwah harus memiliki kemampuan untuk mewarnai dan memengaruhi perilaku masyarakat. Dakwah harus responsif dan inovatif terhadap perkembangan teknologi. Dakwah menggunakan media digital yang tersedia. Peran komunikasi dakwah adalah untuk mempermudah penyampaian pesan yang dibawakan oleh da'i kepada mad'u yang tidak hanya berupa pesan lewat ceramah lisan tetapi juga dalam media digital. Tujuannya adalah memberikan pemahaman agama dengan akses dan cakupan yang lebih luas. Dengan kerangka pemikiran ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi dakwah serta menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya terkait dengan adaptasi dakwah di era digital.

D. Ucapan Terima kasih

Ucapan terima kasih kami haturkan pada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian artikel ini. Terima kasih kepada orang tua yang selalu mendukung dan tentunya kepada Allah swt yang telah memberikan rahmat taufiq dan hidayahnya.

Daftar Pustaka

- Ali, M. D., & Daud, H. (1995). *Lembaga-Lembaga Islam di Indonesia* (p. 169). Raja Grafindo Persada.
- Arif, M. (2020). Implementasi Dakwah Rosulallah di Era Millenium. *Jurnal Asketik: Agama Dan Perubahan Sosial*, 4(1), 110–153.
- Asir, M. F. F. (2022). Konsep Akhlak Dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263–281. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>
- Cut Sri Wahyuni. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4522–4528.
- Efendi, E., Fatimah, A., & Sipahutar, I. M. (2023). Peran Sistem Informasi Terhadap Pengembangan Dakwah islam. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 3230–3238.
- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (p. 10). Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, M. I. (2017). Peranan Da'i dalam Mengatasi Problem Dakwah Kontemporer. *Mawaiizh*, 8(2), 293–307.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah* (p. 26). Remaja Rosdakarya.
- Irawan, D., & Suriadi, S. (2020). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millennial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v18i2.3383>
- Mutthalib, A., April, M., & Juni, M. (2020). *Muhammad Sebagai Pemimpin Agama dan Negara*. 5, 15–25.
- Nurfitria, S., & Arzam. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Digital. *An-Nida'*, 46(1), 85–105. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>
- Perdana. (2018). Gerakan Dakwah. *Anomali*.
- Rahman, N. R. A., Algiffari, F. A., Ashilah, N., & Arsyam, M. (2022). Pengertian Akidah Islam. *Artikel Akidah Islam*.

- Rahmawati. (2018). Dakwah Dalam Ajaran Tasawuf (Studi Pemikiran Al-gazali). *Al-Munzir*.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital : Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279.
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital : Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 207–216.
- Rosidah. (2015). Definisi Dakwah Islamiyyah Ditinjau dari Perspektif Konsep Komunikai Konvergensi Katherine Miller. *Jurnal Qathruna*.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (p. 5). Grasindo.
- Zaini, A., & Rahmawati, D. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 162. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>