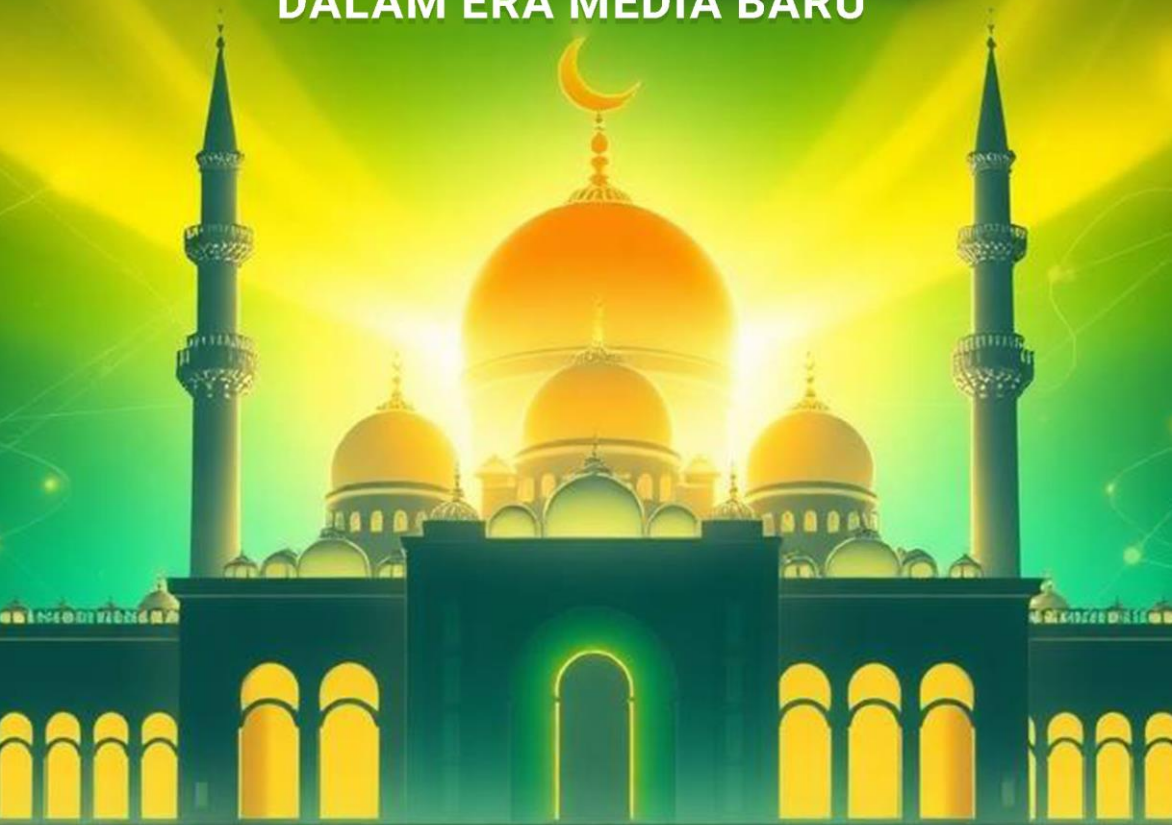


DIGITALISASI DAKWAH:

**PERAN REMAJA MASJID JAWA BARAT
DALAM ERA MEDIA BARU**



**Galang Ikhwan Aji Sabda, M.I.Kom
Rifa Anggyana, S.Pd., M.M.**

DIGITALISASI DAKWAH: PERAN REMAJA MASJID JAWA BARAT DALAM ERA MEDIA BARU

Galang Ikhwan Aji Sabda, S.I.Kom., M.I.Kom.

Rifa Anggyana, S.Pd., M.M.



**DIGITALISASI DAKWAH:
PERAN REMAJA MASJID JAWA BARAT
DALAM ERA MEDIA BARU**

Penulis:

Galang Ikhwan Aji Sabda, S.I.Kom., M.I.Kom.

Rifa Anggyana, S.Pd., M.M.

Editor: Atef Fahrudin, M.I.Kom.

Layouter:

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Galang Ikhwan Aji Sabda, M.I.Kom.

Cetakan Pertama : Februari 2025

Hak Cipta 2025, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151

Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2025

; 15,5 x 23 cm

ISBN 978-634-7091-95-6

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan

cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta Pasal 72

KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan karunia Allah Subhanahu wa Ta'ala, kami mempersembahkan buku "**Digitalisasi Dakwah: Peran Remaja Masjid Jawa Barat dalam Era Media Baru**" sebagai kontribusi kecil dalam menjawab tantangan dakwah di era digital. Buku ini hadir di tengah perubahan besar yang dibawa oleh kemajuan teknologi, yang tidak hanya memengaruhi cara manusia berkomunikasi tetapi juga membuka peluang tak terbatas bagi penyebaran nilai-nilai Islam.

Digitalisasi telah merevolusi berbagai aspek kehidupan, termasuk metode dakwah. Jika pada masa lalu dakwah lebih sering dilakukan secara langsung melalui ceramah dan majelis, kini media digital memungkinkan pesan-pesan Islami menjangkau audiens yang jauh lebih luas, melintasi batas geografis dan waktu. Namun, transformasi ini juga diiringi oleh tantangan besar, seperti hoaks, konten negatif, dan polarisasi di media sosial. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang adaptif, kreatif, dan relevan, terutama bagi generasi muda yang merupakan pengguna utama teknologi ini.

Buku ini secara khusus menyoroti peran remaja masjid, terutama yang tergabung dalam IRMA (Ikatan Remaja Masjid) Jawa Barat, sebagai agen perubahan di dunia dakwah digital. Generasi muda yang akrab dengan teknologi memiliki potensi besar untuk menghadirkan dakwah yang kreatif, menarik, dan inspiratif, sekaligus menjaga nilai-nilai Islami di tengah derasnya arus informasi. Dengan semangat inovasi dan pemanfaatan

teknologi, mereka mampu menciptakan jejak digital yang positif dan berdampak bagi masyarakat.

Kami menyusun buku ini dengan harapan dapat menjadi panduan sekaligus motivasi bagi remaja masjid dalam memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan Islam. Melalui bab-bab yang beragam, pembaca diajak memahami dinamika generasi digital, sejarah dakwah yang terus berkembang, strategi pengelolaan media sosial, hingga kisah-kisah inspiratif yang menunjukkan kekuatan dakwah digital.

Akhir kata, semoga buku ini dapat menjadi inspirasi bagi para pembaca, khususnya remaja masjid, untuk terus berkontribusi dalam dakwah di era baru ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terbitnya buku ini. Semoga Allah SWT meridhai setiap langkah kita dalam menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran.

Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	10
BAB 1 PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang Masalah	11
B. Mengapa Digitalisasi Penting dalam Dakwah Saat Ini?	21
C. Peran Strategis Remaja dalam Dakwah	30
D. Tujuan Buku Ini	39
BAB 2 DINAMIKA REMAJA DI ERA DIGITAL	45
A. Generasi Z dan Teknologi Digital.....	45
B. Media Baru sebagai Ruang Dakwah.....	50
C. Tantangan Identitas Keislaman dalam Dunia Digital	55
D. Peluang Remaja sebagai Agen Dakwah Digital	59
BAB 3 SEJARAH DAKWAH DIGITAL DI INDONESIA.....	64
A. Perkembangan Dakwah dari Tradisional ke Digital .	64
B. Kontribusi Komunitas Dakwah Digital di Indonesia	69
C. Peran IRMA dalam Gerakan Dakwah Digital	74
D. Membangun Jejak Digital Islami	80

BAB 4 MEDIA DIGITAL DALAM DAKWAH REMAJA MASJID	86
A. Platform Digital Populer untuk Dakwah.....	86
B. Konten Dakwah yang Menarik Generasi Muda.....	91
C. Strategi Pengelolaan Media Sosial Dakwah	97
D. Peran Teknologi dalam Interaksi dan Kolaborasi ...	102
BAB 5 MEMBENTUK REMAJA MASJID YANG MELEK DIGITAL	108
A. Pentingnya Literasi Digital dalam Dakwah	108
B. Keamanan dan Etika Digital	113
C. Pelatihan Teknologi untuk Remaja Masjid.....	118
D. Pemanfaatan Big Data untuk Dakwah	122
BAB 6 TANTANGAN DALAM DIGITALISASI DAKWAH.....	128
A. Hoaks dan Disinformasi di Dunia Digital.....	128
B. Perpecahan dan Polarisasi di Media Sosial.....	133
C. Minimnya Literasi Digital pada Kalangan Remaja Masjid.....	137
D. Overload Informasi dan Pengaruh Negatif Media ..	142
BAB 7 STRATEGI DAKWAH DIGITAL IRMA JAWA BARAT.....	147

A. Membangun Komunitas Online Islami	147
B. Kampanye Dakwah Kreatif di Dunia Digital.....	152
C. Kolaborasi dengan Influencer dan Komunitas Digital..	156
D. Monitoring dan Evaluasi Program Dakwah Digital	160

BAB 8 DAKWAH DIGITAL DALAM PERSPEKTIF

ISLAM 165

A. Dasar-Dasar Dakwah dalam Islam.....	165
B. Etika Dakwah dalam Dunia Digital	169
C. Menjaga Authenticity Pesan Dakwah di Era Digital	173
D. Fatwa Ulama tentang Dakwah Digital	176

BAB 9 KISAH SUKSES DAKWAH DIGITAL REMAJA

MASJID 182

A. Profil Inspiratif: Remaja Masjid di Jawa Barat.....	182
B. Kampanye Digital Islami yang Berdampak	186
C. Inovasi Konten Dakwah oleh Generasi Z	190
D. Jejak Digital Positif yang Menginspirasi	194

BAB 10 REKOMENDASI DAN PENUTUP 198

A. Rekomendasi untuk IRMA Jawa Barat.....	198
---	-----

B. Peran Stakeholder dalam Mendukung Dakwah Digital	201
C. Harapan untuk Generasi Dakwah Masa Depan	205
D. Kesimpulan dan Refleksi Akhir.....	209
DAFTAR PUSTAKA.....	213
PROFIL PENULIS	216

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ilustrasi Digitalisasi Dakwah	11
Gambar 2 Ilustrasi Dinamika Remaja di Era Digital	45
Gambar 3 Sejarah Dakwah Digital di Indonesia.....	64
Gambar 4 Dakwah Digital yang Dilakukan IRMA Jawa Barat.....	75
Gambar 5 Youtube IRMA Aktif Syiar Dakwah Digital	78
Gambar 6 Ilustrasi Media Digital Dalam Dakwah Remaja Masjid	86
Gambar 7 Ilustrasi Membentuk Remaja Masjid yang Melek Digital	108
Gambar 8 Ilustrasi Tantangan dalam Digitalisasi Dakwah	128
Gambar 9 Foto Bersama IRMA Jawa Barat di Gedung Sate	147
Gambar 10 Ilustrasi Dakwah Digital dalam Perspektif Islam	165
Gambar 11 Ilustrasi Kisah Sukses Dakwah Digital Remaja Masjid	182
Gambar 12 Foto Bersama RMA Jawa Barat.....	198

BAB 1

PENDAHULUAN



Gambar 1 Ilustrasi Digitalisasi Dakwah

A. Latar Belakang Masalah

Digitalisasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara manusia menerima dan menyampaikan informasi. Dalam konteks dakwah, digitalisasi membuka peluang baru untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman ke seluruh penjuru dunia dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Transformasi ini sangat relevan di tengah pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan media sosial di Indonesia.

Berdasarkan data dari laporan **We Are Social dan Hootsuite 2023**, Indonesia memiliki lebih dari 210 juta pengguna internet, di mana sebagian besar dari mereka

menghabiskan waktu rata-rata tiga jam per hari untuk menjelajahi media sosial. Kondisi ini menjadikan media digital sebagai salah satu medium paling strategis untuk dakwah, mengingat sifatnya yang mudah diakses, interaktif, dan memiliki jangkauan luas. Namun, di sisi lain, transformasi digital juga membawa tantangan baru seperti arus informasi yang tak terkendali, penyebaran hoaks, hingga pengaruh budaya global yang dapat mengikis nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, perlu ada strategi dakwah yang adaptif dan relevan dengan perkembangan zaman, agar pesan Islam dapat terus disampaikan secara efektif dan sesuai dengan nilai-nilai ajarannya.

Al-Qur'an sendiri telah menekankan pentingnya menyampaikan dakwah dengan cara yang bijak dan penuh hikmah. Dalam Surah An-Nahl ayat 125, Allah berfirman: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik."* (QS. An-Nahl: 125). Ayat ini memberikan pedoman bahwa dalam menyampaikan dakwah, pendekatan yang digunakan haruslah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi audiens. Dalam era digital ini, pendekatan tersebut dapat diterjemahkan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan penyampaian pesan dengan cara yang kreatif dan menarik,

terutama bagi generasi muda. Sebagai contoh, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi ruang potensial untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dalam bentuk video pendek, infografis, maupun konten interaktif lainnya. Pendekatan ini tidak hanya relevan tetapi juga mampu menarik perhatian generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Remaja sebagai agen perubahan memiliki peran yang sangat strategis dalam dakwah digital. Sebagai kelompok yang paling adaptif terhadap teknologi, mereka memiliki potensi besar untuk menjadi pionir dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman melalui media digital. Remaja, khususnya di Jawa Barat, telah membuktikan diri sebagai penggerak perubahan melalui organisasi seperti Ikatan Remaja Masjid (IRMA).

IRMA Jawa Barat merupakan wadah yang menghimpun para remaja masjid untuk memanfaatkan teknologi dalam menyebarkan dakwah secara lebih luas. Salah satu program unggulan mereka adalah pelatihan literasi digital bagi anggota remaja masjid, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menciptakan konten Islami yang relevan dan menarik. Sebagaimana disebutkan oleh Hasanudin (2020) dalam bukunya *"Digital Da'wah in the Millennial Era"*, remaja yang diberdayakan dengan

teknologi mampu menyampaikan pesan dakwah yang lebih efektif karena mereka memahami dinamika media sosial dan cara berkomunikasi dengan generasi sebaya mereka.

Namun, dakwah digital bukan tanpa tantangan. Salah satu masalah terbesar yang dihadapi dalam dunia digital adalah arus informasi yang tidak terkendali, yang sering kali mencakup hoaks atau informasi yang tidak valid. Fenomena ini, jika tidak ditangani dengan baik, dapat merusak kredibilitas dakwah dan menimbulkan kebingungan di kalangan umat. Oleh karena itu, literasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi para pelaku dakwah, termasuk remaja masjid. Literasi digital bukan hanya soal kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman tentang etika, validitas informasi, dan cara menyampaikan pesan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam konteks ini, peran organisasi seperti IRMA Jawa Barat menjadi sangat penting sebagai fasilitator dalam memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para remaja masjid.

Pentingnya dakwah digital juga didukung oleh fakta bahwa media sosial telah menjadi ruang utama di mana generasi muda menghabiskan waktu mereka. Sebagai contoh, laporan dari **Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) 2023** menunjukkan bahwa 95% pengguna internet di Indonesia adalah generasi muda berusia

15-35 tahun. Data ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang merupakan tulang punggung masa depan umat Islam. Namun, agar dakwah dapat efektif, pendekatan yang digunakan haruslah relevan dengan preferensi dan gaya hidup mereka. Konten dakwah yang terlalu formal atau monoton sering kali diabaikan oleh generasi muda. Sebaliknya, konten yang disajikan secara kreatif dan menyentuh aspek emosional lebih mudah diterima.

Selain itu, keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi atau platform yang digunakan, tetapi juga oleh kualitas pesan yang disampaikan. Pesan dakwah haruslah sesuai dengan nilai-nilai Islam dan disampaikan dengan cara yang penuh hikmah.

Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari, Rasulullah SAW bersabda: "*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.*" (HR. Bukhari). Hadis ini menegaskan bahwa setiap Muslim memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan kebaikan, meskipun dalam bentuk yang sederhana. Dalam konteks dakwah digital, prinsip ini dapat diterapkan dengan membuat konten-konten kecil namun bermakna yang dapat memberikan dampak positif bagi audiens.

Kesuksesan dakwah digital juga membutuhkan kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk organisasi keagamaan, pemerintah, dan masyarakat. Sebagai contoh, pemerintah dapat berperan dalam menyediakan infrastruktur digital yang memadai, sementara organisasi seperti IRMA dapat menjadi fasilitator dalam mendukung remaja untuk berpartisipasi aktif dalam dakwah digital. Di sisi lain, masyarakat juga perlu memberikan dukungan moral dan materiil kepada para pelaku dakwah, agar mereka dapat terus berinovasi dalam menciptakan konten yang berkualitas. Kolaborasi ini menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem dakwah digital yang sehat dan berkelanjutan.

Dakwah merupakan salah satu kewajiban umat Islam untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Di tengah perubahan zaman yang terus berkembang, dakwah menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam era digital. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berbagi informasi, menciptakan ruang baru bagi aktivitas dakwah. Media sosial, situs web, dan aplikasi digital kini menjadi platform utama bagi generasi muda untuk mencari informasi dan berinteraksi. Dalam konteks ini, digitalisasi dakwah menjadi kebutuhan yang mendesak untuk memastikan pesan

Islam dapat tetap relevan dan mudah diakses oleh generasi muda.

Dalam Al-Qur'an, Allah berfirman: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang baik"* (QS. An-Nahl: 125). Ayat ini menekankan pentingnya strategi dalam berdakwah. Di era digital, strategi ini tidak hanya menyangkut cara menyampaikan pesan, tetapi juga platform dan media yang digunakan. Dakwah yang tetap menggunakan metode tradisional tanpa mempertimbangkan perkembangan teknologi akan sulit bersaing dengan derasnya arus informasi digital yang sering kali tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, digitalisasi dakwah menjadi langkah strategis untuk menghadirkan pesan-pesan Islam secara efektif di ruang digital.

Generasi muda, khususnya Generasi Z, adalah pengguna utama teknologi digital. Menurut laporan "Digital 2023: Global Overview" oleh Datareportal, lebih dari 60% pengguna internet di Indonesia berasal dari kelompok usia muda. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif tetapi juga aktif memproduksi dan membagikan konten di media sosial. Sayangnya, banyak dari mereka terpapar konten yang tidak sesuai dengan nilai Islam. Fenomena ini

menjadi tantangan besar bagi para da'i dan komunitas dakwah untuk menghadirkan konten Islami yang menarik, relevan, dan dapat bersaing dengan konten-konten lain yang bertebaran di dunia maya.

Sebagai contoh nyata, komunitas dakwah seperti IRMA (Ikatan Remaja Masjid) di Jawa Barat telah memulai upaya untuk memanfaatkan media digital dalam kegiatan dakwah mereka. Melalui akun Instagram, TikTok, dan YouTube, IRMA mampu menjangkau ribuan pengikut yang sebagian besar adalah generasi muda. Namun, tantangan yang mereka hadapi tidaklah sedikit. Kurangnya literasi digital di kalangan remaja masjid sering kali menyebabkan pesan dakwah kurang efektif atau bahkan disalahgunakan. Hal ini menunjukkan perlunya pembekalan literasi digital dan pelatihan khusus agar generasi muda masjid mampu menjadi agen dakwah yang efektif di era digital.

Selain tantangan teknis, digitalisasi dakwah juga menghadapi tantangan etis. Media sosial sering kali menjadi arena perdebatan yang tidak sehat, bahkan dalam konteks agama. Polarisasi dan penyebaran hoaks sering kali merusak citra Islam di dunia maya. Dalam sebuah studi yang diterbitkan oleh *International Journal of Islamic Thought*, dijelaskan bahwa penggunaan teknologi tanpa panduan etika yang kuat dapat menyebabkan disinformasi dan konflik

sosial yang merugikan umat Islam secara keseluruhan (Aziz et al., 2021). Oleh karena itu, digitalisasi dakwah harus diiringi dengan pemahaman mendalam tentang etika dalam menggunakan media digital.

Di sisi lain, digitalisasi dakwah menawarkan peluang besar untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada audiens yang lebih luas. Melalui media digital, pesan dakwah dapat menjangkau mereka yang berada di luar jangkauan metode tradisional, seperti khutbah di masjid atau pengajian lokal. Contohnya adalah program dakwah daring yang dilakukan oleh Ustaz Adi Hidayat melalui kanal YouTube-nya. Dengan konten-konten yang berisi ceramah singkat dan tanya jawab interaktif, beliau mampu menarik jutaan penonton dari berbagai belahan dunia. Hal ini membuktikan bahwa media digital dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan Islam jika dikelola dengan baik.

Namun, efektivitas digitalisasi dakwah tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kualitas pesan dan kompetensi para da'i dalam mengelola media digital. Rasulullah SAW memberikan teladan dalam menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah. Hadis Nabi menyebutkan: *"Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang jika melakukan sesuatu, dia melakukannya dengan itqan*

(kesungguhan dan profesionalisme)." (HR. Thabrani). Prinsip ini relevan dalam konteks dakwah digital, di mana kesungguhan dalam merancang konten dan strategi komunikasi sangat menentukan keberhasilan.

Melihat perkembangan ini, IRMA Jawa Barat memiliki peran strategis dalam mengembangkan dakwah digital. Dengan dukungan teknologi dan kreativitas remaja masjid, IRMA dapat menjadi pionir dalam menciptakan model dakwah yang inovatif dan relevan bagi generasi muda. Namun, ini membutuhkan kolaborasi dari berbagai pihak, termasuk ulama, akademisi, dan pemerintah. Pemerintah, misalnya, dapat memberikan pelatihan literasi digital bagi remaja masjid, sementara akademisi dapat membantu dalam penelitian dan pengembangan strategi dakwah yang berbasis data.

Selain itu, digitalisasi dakwah harus menjadi bagian dari upaya lebih besar untuk memperkuat identitas keislaman di kalangan generasi muda. Tantangan globalisasi dan sekularisasi sering kali membuat remaja kehilangan identitas keagamaan mereka. Dalam hal ini, dakwah digital dapat menjadi alat untuk memperkuat nilai-nilai Islam melalui konten yang relevan dan inspiratif. Sebagai contoh, aplikasi Muslim Pro menyediakan berbagai fitur Islami seperti jadwal salat, Al-Qur'an digital, dan panduan ibadah yang sangat

membantu umat Islam, khususnya generasi muda, untuk tetap terhubung dengan agama mereka.

Sebagai kesimpulan, digitalisasi dakwah adalah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang, memperkuat identitas keislaman, dan menghadirkan Islam sebagai agama yang relevan dengan perkembangan zaman. Namun, keberhasilan ini memerlukan dukungan dari semua pihak, terutama komunitas remaja masjid seperti IRMA, yang memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan di era digital ini.

B. Mengapa Digitalisasi Penting dalam Dakwah Saat Ini?

Digitalisasi telah mengubah cara manusia mengakses dan menyebarkan informasi secara signifikan, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Salah satu alasan utama mengapa digitalisasi menjadi sangat penting dalam dakwah saat ini adalah perubahan pola konsumsi informasi di masyarakat. Generasi muda, terutama Generasi Z dan milenial, kini lebih banyak menghabiskan waktu mereka di platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan podcast Islami dibandingkan menghadiri pengajian atau forum keagamaan secara langsung.

Laporan **We Are Social 2023** menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan lebih dari tiga jam per hari di media sosial, menjadikannya ruang yang strategis untuk menyampaikan pesan dakwah. Perubahan pola ini mencerminkan kebutuhan untuk menyesuaikan metode dakwah agar lebih relevan dengan gaya hidup masyarakat modern. Jika dakwah tetap bergantung pada pendekatan tradisional tanpa memanfaatkan teknologi, besar kemungkinan pesan yang disampaikan tidak akan menjangkau generasi muda secara optimal. Oleh karena itu, media digital tidak hanya menjadi alat tambahan, tetapi telah menjadi kebutuhan mendesak dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

Selain itu, digitalisasi memungkinkan dakwah untuk menjangkau audiens yang jauh lebih luas tanpa batasan geografis. Sebagai contoh, ceramah seorang ulama yang sebelumnya hanya bisa dihadiri oleh jamaah di masjid tertentu, kini dapat diakses oleh ribuan bahkan jutaan orang melalui platform streaming seperti YouTube atau live session di media sosial.

Hal ini sesuai dengan perintah Allah dalam Al-Qur'an, Surah Al-Hujurat ayat 13, yang menyatakan: *"Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, dan Kami*

menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal." (QS. Al-Hujurat: 13). Ayat ini mengandung pesan bahwa manusia diperintahkan untuk saling mengenal dan berinteraksi, yang dalam konteks dakwah digital dapat diterjemahkan sebagai peluang untuk menyampaikan pesan Islam kepada berbagai bangsa dan budaya melalui teknologi. Sebagai contoh, banyak penceramah Islam internasional yang menggunakan media digital untuk menjangkau audiens lintas budaya, seperti Dr. Zakir Naik yang aktif menyampaikan ceramahnya di YouTube dan platform lainnya, memungkinkan pesan dakwahnya diterima secara global.

Media digital juga memberikan fleksibilitas yang luar biasa dalam cara menyampaikan dakwah. Dengan fitur-fitur seperti video pendek, infografis, dan interaksi langsung, media digital memungkinkan pesan dakwah disampaikan dalam berbagai format yang menarik dan mudah dipahami. Sebagai contoh, platform TikTok kini tidak hanya menjadi tempat berbagi hiburan, tetapi juga digunakan untuk konten edukasi dan dakwah Islami. Video berdurasi singkat yang menjelaskan tentang tata cara wudhu, tips menghafal Al-Qur'an, atau bahkan motivasi Islami dapat menjangkau jutaan pengguna dalam waktu singkat.

Hal ini sejalan dengan prinsip dakwah yang dianjurkan Rasulullah SAW, yaitu menyampaikan kebaikan meskipun hanya satu ayat. Dalam sebuah hadis, Rasulullah bersabda: "*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.*" (HR. Bukhari). Hadis ini menunjukkan bahwa dakwah tidak harus disampaikan dalam bentuk yang kompleks, tetapi bahkan pesan sederhana sekalipun dapat memiliki dampak besar jika disampaikan dengan cara yang tepat.

Namun, pentingnya digitalisasi dalam dakwah juga harus dilihat dari perspektif tantangan yang dihadirkan oleh era digital. Salah satu tantangan terbesar adalah maraknya hoaks dan konten negatif yang dapat merusak pemahaman masyarakat tentang Islam. Sebuah studi yang dilakukan oleh **Maulana et al. (2022)** dalam jurnal *Digital Islamic Communication* menunjukkan bahwa lebih dari 40% konten tentang Islam di media sosial mengandung disinformasi atau bias negatif. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki peran penting untuk meluruskan kesalahpahaman dan menyampaikan pesan Islam yang benar berdasarkan sumber otentik seperti Al-Qur'an dan Hadis. Untuk itu, para da'i dan aktivis dakwah perlu dilatih dalam literasi digital agar mampu menyaring informasi sebelum disampaikan kepada audiens, sehingga pesan yang

disampaikan tidak menimbulkan kontroversi atau kesalahpahaman.

Selain tantangan, digitalisasi juga memberikan peluang kolaborasi yang lebih besar dalam dakwah. Media digital memungkinkan komunitas Islam dari berbagai wilayah untuk bekerja sama dalam menciptakan program-program dakwah yang inovatif. Sebagai contoh, organisasi remaja masjid seperti IRMA Jawa Barat sering bekerja sama dengan influencer Islami untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui kampanye digital. Kampanye seperti #DakwahKreatif yang dilakukan di Instagram berhasil menarik ribuan peserta untuk berpartisipasi dan menyebarkan pesan Islami melalui konten mereka sendiri. Kolaborasi semacam ini bukan hanya meningkatkan jangkauan dakwah, tetapi juga menciptakan rasa kebersamaan di antara para pelaku dakwah.

Digitalisasi juga memainkan peran penting dalam memberikan aksesibilitas terhadap ilmu agama. Jika sebelumnya masyarakat harus menghadiri majelis taklim atau membeli buku-buku fisik untuk mempelajari Islam, kini ilmu agama dapat diakses dengan mudah melalui perangkat digital. Aplikasi Al-Qur'an, kursus online tentang fiqih, hingga forum diskusi Islami di media sosial adalah beberapa contoh bagaimana teknologi telah membuat ilmu agama

lebih mudah diakses. Fenomena ini juga sesuai dengan prinsip Islam yang mendorong umatnya untuk terus belajar. Rasulullah SAW bersabda: "*Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap Muslim.*" (HR. Ibnu Majah). Dalam konteks dakwah digital, teknologi menjadi sarana yang memfasilitasi umat Islam untuk memenuhi kewajiban ini.

Di sisi lain, dakwah digital juga memberikan peluang untuk menyampaikan pesan Islam dengan cara yang lebih kontekstual dan relevan dengan isu-isu terkini. Sebagai contoh, banyak penceramah Islam yang menggunakan media sosial untuk membahas topik-topik kontemporer seperti kesehatan mental, hubungan sosial, atau bahkan isu lingkungan dari perspektif Islam. Hal ini membuat Islam lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat modern, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan dipahami. Sebagaimana disebutkan dalam sebuah penelitian oleh **Smith & Taylor (2021)** dalam jurnal *Journal of Islamic Communication*, dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari memiliki tingkat keterlibatan audiens yang jauh lebih tinggi dibandingkan dakwah yang bersifat general.

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara masyarakat berkomunikasi dan

mengakses informasi. Dalam konteks dakwah, digitalisasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Era digital menawarkan berbagai platform yang memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara lebih luas, cepat, dan efisien. Dengan meningkatnya penggunaan internet di seluruh dunia, pesan-pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang sebelumnya sulit dicapai. Hal ini tidak hanya relevan dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada umat Muslim, tetapi juga dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat non-Muslim tentang ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda: *"Sampaikan dariku walau hanya satu ayat"* (HR. Bukhari). Digitalisasi memberikan sarana yang lebih efektif untuk menjalankan pesan ini. Melalui media digital seperti media sosial, website, dan aplikasi, seorang Muslim dapat menyampaikan pesan-pesan Islam kepada jutaan orang dengan waktu dan usaha yang lebih sedikit dibandingkan metode tradisional. Contohnya, sebuah postingan sederhana yang berisi ayat Al-Qur'an atau hadis di media sosial dapat dibagikan dan dilihat oleh ribuan hingga jutaan orang dalam waktu singkat.

Menurut laporan We Are Social 2023, Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna media sosial terbesar di

dunia, dengan 191 juta pengguna aktif. Fakta ini menunjukkan potensi besar yang dapat dimanfaatkan oleh dakwah digital. Namun, keberhasilan ini bergantung pada kemampuan da'i dan komunitas dakwah untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi generasi muda. Sebagai contoh, video pendek di platform seperti TikTok telah menjadi salah satu alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada Generasi Z. Dengan gaya yang santai namun sarat makna, pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan lebih baik oleh kalangan muda.

Salah satu alasan utama pentingnya digitalisasi dalam dakwah adalah perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Di era digital, orang cenderung lebih sering mengakses informasi melalui perangkat digital daripada media tradisional seperti buku atau ceramah langsung. Hal ini menuntut para da'i untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru ini agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Studi yang diterbitkan oleh *Journal of Islamic Studies and Culture* menyatakan bahwa keberhasilan dakwah digital bergantung pada sejauh mana pesan tersebut relevan dengan kebutuhan audiens dan dikemas dengan cara yang menarik (Rahman, 2020).

Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan dakwah menjadi lebih inklusif dan interaktif. Melalui media sosial,

audiens dapat langsung memberikan tanggapan atau bertanya mengenai pesan dakwah yang disampaikan. Interaksi ini menciptakan dialog yang konstruktif antara da'i dan masyarakat, yang pada akhirnya dapat memperkuat pemahaman dan keimanan umat. Sebagai contoh nyata, program Q&A yang dilakukan oleh ustaz-ustaz terkenal di Instagram Live atau YouTube Live telah menjadi salah satu cara efektif untuk menjawab berbagai pertanyaan umat tentang Islam.

Namun, digitalisasi dakwah juga memiliki tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat di dunia maya. Banyak pihak yang menggunakan media digital untuk menyebarkan informasi yang menyesatkan atas nama agama, yang pada akhirnya merugikan citra Islam. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk memastikan bahwa konten yang mereka bagikan didasarkan pada sumber-sumber yang valid dan terpercaya. Al-Qur'an sendiri mengingatkan: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa berita, periksalah dengan teliti..."* (QS. Al-Hujurat: 6). Ayat ini relevan dalam konteks penggunaan media digital, di mana setiap informasi harus diverifikasi kebenarannya sebelum dibagikan kepada orang lain.

Selain itu, digitalisasi juga membuka peluang untuk kolaborasi dengan berbagai pihak dalam menyebarkan pesan dakwah. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh besar di media sosial dapat membantu memperluas jangkauan pesan dakwah. Sebagai contoh, kolaborasi antara remaja masjid dengan selebriti atau content creator Muslim dapat menciptakan konten dakwah yang lebih menarik dan mudah diterima oleh khalayak luas.

Sebagai kesimpulan, digitalisasi adalah kebutuhan mutlak dalam dakwah di era modern. Dengan memanfaatkan teknologi digital, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang, meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, dan menciptakan dialog yang lebih inklusif. Namun, keberhasilan ini memerlukan strategi yang tepat, kompetensi digital, dan pemahaman mendalam tentang etika dakwah. Oleh karena itu, komunitas dakwah seperti IRMA perlu mengembangkan kapasitas mereka dalam menggunakan media digital untuk memastikan bahwa pesan-pesan Islam dapat disampaikan secara efektif dan relevan di era digital ini.

C. Peran Strategis Remaja dalam Dakwah

Remaja memiliki peran yang sangat strategis dalam dakwah, terutama dalam konteks modern yang didominasi oleh perkembangan teknologi informasi dan media digital.