

PERAN DAKWAH DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN KEMAMPUAN BERDAKWAH MAHASISWA PRODI MANAJEMEN DAKWAH IAI AL-AZIS

Sahrul Rijal Muttaqin¹, Sobirin² Meity Suryandari³,

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

¹sahrulrijal79@gmail.com , ²sobirin@iai-alzaytun.ac.id, ³meity@iai-alzaytun.ac.id

ABSTRACT

This article examines the role of digital da'wah in developing students' da'wah skills. The first main problem of this study is how digital da'wah can contribute to the development of students' da'wah skills, which can be seen from the aspects of religious knowledge, communication skills, and mastery of digital media. The second main problem is the role of the da'wah management study program as a facilitator in supporting this process.

The purpose of this study is to determine and understand how digital da'wah and the da'wah management study program play a role and facilitate the development of students' da'wah skills, including aspects of da'wah material mastery, communication skills, and the ability to manage media creatively and effectively.

This research method uses a descriptive qualitative approach with student interviews. The study included six informants from the 2022, 2023, and 2024 classes of the Da'wah Management study program, as well as four lecturers teaching courses related to digital da'wah, as well as the head of the Da'wah Management study program.

The results of the study indicate that digital da'wah significantly contributes to improving student competency in three main aspects: (1) Islamic knowledge, through easy access to da'wah materials from various trusted sources; (2) communication skills, particularly in crafting engaging, persuasive, and contextual da'wah narratives; and (3) mastery of digital technology, including visual content production, social media management, and virtual interaction with mad'u (students). The Da'wah Management study program supports this process through a practice-based curriculum, adaptive learning, digital content assignments, and the involvement of lecturers as direct mentors. Although challenges remain, including limited digital infrastructure and access to laboratory facilities, the established academic ecosystem is capable of fostering a generation of professional, adaptive, and contributing digital da'i.

Keywords: *Digital Da'wah, Preaching Skills, Diffusion of Innovation, Da'wah Management;*

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji tentang peran dakwah digital dalam pengembangan kemampuan berdakwah mahasiswa. Dalam penelitian ini, penting untuk mengkaji sejauh mana mahasiswa memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan diri yang bisa dilihat dari aspek pengetahuan keagamaan,

keterampilan komunikasi, maupun penguasaan media digital serta sebagai medium dakwah yang adaptif dengan tuntutan era digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana dakwah digital dan prodi manajemen dakwah berperan dan memfasilitasi dalam pengembangan kemampuan berdakwah mahasiswa meliputi aspek penguasaan materi dakwah, keterampilan komunikasi dan kemampuan mengelola media secara kreatif dan efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara kepada mahasiswa prodi manajemen dakwah Angkatan 2022, 2023 dan 2024 yang berjumlah 6 orang informan serta dosen pengampu mata kuliah yang berkaitan dengan dakwah digital yang berjumlah 4 orang informan serta kepala prodi manajemen dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa dalam tiga aspek utama: (1) pengetahuan keislaman, melalui kemudahan akses terhadap materi-materi dakwah dari berbagai sumber terpercaya; (2) keterampilan komunikasi, khususnya dalam menyusun narasi dakwah yang menarik, persuasif, dan kontekstual; serta (3) penguasaan teknologi digital, termasuk dalam produksi konten visual, manajemen media sosial, dan interaksi virtual dengan *mad'u*. Program Studi Manajemen Dakwah mendukung proses ini melalui kurikulum berbasis praktik, pembelajaran adaptif, penugasan konten digital, serta keterlibatan dosen sebagai pembimbing langsung. Meskipun masih terdapat tantangan berupa keterbatasan infrastruktur digital dan akses fasilitas laboratorium, ekosistem akademik yang dibangun mampu menumbuhkan generasi da'i digital yang profesional, adaptif, dan kontributif.

Kata Kunci: dakwah digital, kemampuan berdakwah, difusi inovasi, manajemen dakwah;

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan inti ajaran Islam yang berperan penting dalam menyebarkan nilai keimanan, moralitas, dan syariah kepada umat manusia. Seiring perkembangan zaman, bentuk dakwah mengalami transformasi dari metode konvensional seperti ceramah dan majelis taklim menuju pendekatan modern berbasis teknologi digital. Fenomena ini melahirkan konsep *dakwah digital*,

yakni penyampaian ajaran Islam melalui berbagai platform daring yang kini menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern (Krisna, 2025).

Perkembangan media massa dan teknologi informasi telah merevolusi pola komunikasi keagamaan. Media digital kini menjadi sarana strategis dalam menjangkau audiens secara luas serta membangun interaksi dua arah antara da'i dan *mad'u* (Manan, 2022; Prasetya, 2024). Budaya digital

yang berakar pada kreativitas dan teknologi membuka ruang baru bagi penyebaran pesan keislaman yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern (Kaun, 2021; Abror et al., 2024).

Dakwah digital memungkinkan pesan keagamaan tersebar tanpa batas ruang dan waktu melalui media sosial, *podcast*, video streaming, dan blog. Ummah (2020) menegaskan bahwa dakwah digital efektif dalam menjangkau generasi muda, kelompok yang paling aktif di dunia maya. Namun demikian, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan baru seperti rendahnya literasi digital, kualitas konten, dan munculnya disinformasi (Subchi et al., 2022; Kholil et al., 2024).

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan tingkat penetrasi internet yang tinggi lebih dari 78% penduduk telah terkoneksi internet (APJII, 2023) menjadi lahan strategis bagi pengembangan dakwah digital. Platform seperti YouTube, Instagram, dan X (Twitter) menjadi media yang dominan digunakan masyarakat (Ritonga et al., 2021). Kondisi ini menuntut para da'i, termasuk kalangan

mahasiswa, untuk mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan teknologi agar dakwah tetap relevan dan efektif (Nawaffani, 2023).

Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah memiliki posisi strategis sebagai agen perubahan dalam inovasi dakwah digital. Mereka dibekali dengan ilmu keislaman, komunikasi, dan manajemen dakwah sehingga diharapkan menjadi pelopor dalam mengembangkan dakwah berbasis media digital (Ratu Syifa Alrissa et al., 2025). Namun, kenyataannya banyak mahasiswa masih menghadapi kendala teknis dalam produksi konten digital, pengelolaan media sosial, serta pemahaman algoritma platform (Prabowo et al., 2024). Di sisi lain, kemampuan berdakwah di era digital tidak hanya diukur dari retorika verbal, tetapi juga kreativitas dalam menghasilkan konten edukatif dan menarik (Barri et al., 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis peran dakwah digital dalam mengembangkan kemampuan berdakwah mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia. Tujuan

penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa memanfaatkan media digital sebagai sarana pembelajaran dan praktik dakwah serta bagaimana mereka merespons peluang dan tantangan dalam ruang digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kurikulum, strategi pembelajaran, dan peningkatan kompetensi mahasiswa dalam menghadapi dinamika dakwah di era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan secara mendalam berbagai fenomena sosial, aktivitas, keyakinan, sikap, persepsi, serta pola pikir individu maupun kelompok. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap konteks sosial yang diteliti, sebagaimana dijelaskan oleh Muhammad Rusli (2021) bahwa penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran yang akurat dan objektif mengenai suatu fenomena baik di masa kini maupun masa

lampau sesuai dengan kenyataan yang ada. Dalam konteks ini, penelitian difokuskan pada peran dakwah digital dalam pengembangan kemampuan berdakwah mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI Al-AZIS), dengan harapan dapat menggambarkan dinamika dan kontribusi nyata dakwah digital terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Dakwah angkatan 2022, 2023, dan 2024 yang berjumlah 100 orang, serta dosen tetap Prodi Manajemen Dakwah sebanyak 16 orang. Mengingat penelitian ini bersifat kualitatif dan tidak dimungkinkan untuk meneliti seluruh populasi, maka peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Asrulla et al., 2023). Melalui teknik ini, peneliti memilih informan yang memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam kegiatan dakwah digital, seperti mahasiswa yang aktif membuat,

mengelola, atau membagikan konten dakwah berbasis media digital (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan podcast), serta Kaprodi Manajemen Dakwah dan empat dosen pengampu mata kuliah yang memiliki peran dalam membimbing dan mendampingi mahasiswa dalam pengembangan kemampuan berdakwah digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang representatif, mendalam, dan kontekstual dalam menjelaskan fenomena peran dakwah digital terhadap pengembangan kemampuan berdakwah mahasiswa di lingkungan akademik IAI Al-AZIS.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Peran Dakwah Digital dalam Mengembangkan Kemampuan Berdakwah Mahasiswa

Dakwah digital menjadi instrumen strategis dalam membentuk da'i modern yang tidak hanya unggul secara keislaman, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi dan sosial. Berdasarkan hasil penelitian, dakwah digital berperan dalam mengembangkan kemampuan mahasiswa pada tiga aspek utama: (1) pengetahuan keislaman, (2)

keterampilan komunikasi, dan (3) penguasaan media digital. Ketiganya saling terintegrasi membentuk kompetensi dakwah yang relevan dengan kebutuhan zaman, sejalan dengan Teori Difusi Inovasi Rogers (2003) dan prinsip dakwah dalam QS. An-Nahl:125 yang menekankan hikmah, nasihat baik, dan dialog santun.

Mahasiswa mengakui bahwa dakwah digital memperluas akses terhadap ilmu keislaman yang sebelumnya terbatas pada ruang fisik seperti majelis taklim. Melalui platform seperti YouTube, podcast, dan kajian daring, mereka memperoleh pengetahuan keislaman secara mandiri dan menarik. Hal ini mencerminkan aspek *relative advantage* dalam teori Rogers, yakni keunggulan inovasi dalam mempercepat proses belajar.

Selain itu, dakwah digital meningkatkan keterampilan komunikasi mahasiswa. Melalui pembuatan konten, penyusunan materi, dan tampil di publik, mereka melatih kemampuan berbicara dan penggunaan bahasa yang komunikatif. Fenomena mahasiswa meniru gaya komunikatif tokoh digital menunjukkan

observability, yaitu hasil inovasi yang terlihat dan menginspirasi orang lain. Prinsip QS. An-Nahl:125 juga terejawantah dalam komunikasi digital yang santun, relevan, dan efektif.

Dari sisi teknis, mahasiswa menguasai berbagai media digital seperti editing video, desain grafis, dan pengelolaan kanal dakwah. Proses ini menunjukkan dimensi trialability dan complexity, yakni kemampuan mahasiswa mencoba dan menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Mereka berperan sebagai early adopters dan agents of change yang membawa semangat inovasi dakwah di lingkungan kampus.

Proses adopsi dakwah digital oleh mahasiswa mengikuti lima tahapan difusi inovasi Rogers (2003):

1. Knowledge: Pengenalan dakwah digital melalui perkuliahan dan lingkungan kampus.
2. Persuasion: Pembentukan sikap positif terhadap efektivitas dakwah digital.
3. Decision: Keputusan untuk mengadopsi inovasi melalui proyek dakwah digital.
4. Implementation: Praktik langsung melalui pembuatan

konten, webinar, dan interaksi daring.

5. Confirmation: Penguatan komitmen setelah menerima umpan balik positif dari audiens dan dosen.

Secara keseluruhan, dakwah digital berperan sebagai ruang pembelajaran transformatif yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, kemampuan komunikasi, dan penguasaan teknologi. Mahasiswa menjadi agen perubahan yang menunjukkan bahwa dakwah dapat dilakukan secara efektif, kreatif, dan adaptif di era digital, sekaligus membangun identitas keilmuan dan spiritual yang selaras dengan karakter masyarakat digital native.

b. Peran Prodi Sebagai Fasilitator dalam Mendukung Dakwah Mahasiswa

Keberhasilan penerapan dakwah digital di kalangan mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari peran strategis Program Studi (Prodi) Manajemen Dakwah sebagai fasilitator utama dalam proses adopsi dan difusi inovasi dakwah berbasis teknologi. Dalam konteks ini, Prodi berfungsi bukan

sekadar lembaga akademik yang menyusun kurikulum, tetapi juga sebagai institusi pembina dan penggerak transformasi digital dakwah melalui penguatan literasi media, keterampilan komunikasi, dan nilai etika dakwah mahasiswa. Peran ini sejalan dengan pandangan Rogers (2003) bahwa keberhasilan difusi inovasi sangat ditentukan oleh sistem sosial dan agen perubahan yang berperan aktif dalam mempercepat penerimaan inovasi di suatu lingkungan.

Dari aspek kurikulum, integrasi mata kuliah berbasis teknologi seperti Dakwah Online, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Sistem Informasi Manajemen Dakwah, dan Manajemen Industri Media Massa menjadi fondasi utama pembentukan kompetensi digital mahasiswa. Penyusunan dan evaluasi Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dilakukan secara adaptif terhadap dinamika media dan kebutuhan masyarakat. Integrasi ini memperlihatkan adanya compatibility antara inovasi dakwah digital dan nilai akademik keislaman, sekaligus merepresentasikan tahapan innovation-decision process dalam teori difusi inovasi yang mendorong

mahasiswa untuk memahami teori dan praktik secara simultan.

Selain kurikulum, dosen berperan sebagai agen perubahan (change agent) dalam proses difusi inovasi. Peran dosen dalam mengembangkan pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dengan menugaskan mahasiswa membuat konten dakwah, menyusun program media, dan mendistribusikannya melalui platform digital seperti YouTube dan Instagram. Pendekatan ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan etika dakwah digital, seperti seleksi topik yang tidak kontroversial, verifikasi informasi, serta penggunaan bahasa yang santun dan komunikatif. Nilai-nilai tersebut selaras dengan prinsip dakwah bil hikmah sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nahl:125, serta merefleksikan dimensi trialability dan observability dalam teori difusi inovasi, di mana mahasiswa diberi ruang untuk mencoba, bereksperimen, dan memperbaiki hasil dakwah digital mereka berdasarkan umpan balik dosen dan audiens.

Dari aspek infrastruktur, Prodi Manajemen Dakwah bersama pihak institusi telah mengembangkan studio

dakwah, jaringan internet kampus, dan media internal sebagai sarana praktik mahasiswa. Dukungan ini diperkuat melalui kerja sama eksternal dengan lembaga keagamaan seperti Masjid Istiqlal dan Masjid Pusdai, yang membuka kesempatan mahasiswa terlibat langsung dalam produksi dan penyebaran konten dakwah digital. Selain itu, keberadaan website prodi yang dikelola oleh Himpunan Mahasiswa berfungsi sebagai media dakwah dan literasi digital, yang sekaligus memperkuat eksistensi mahasiswa di ruang publik digital.

Program rutin seperti webinar, pelatihan, magang, praktik pengalaman lapangan, dan proyek media dakwah turut memperkuat aspek observability, di mana hasil karya mahasiswa dapat diamati, diukur, dan ditiru oleh mahasiswa lain. Hal ini menunjukkan bahwa Prodi Manajemen Dakwah telah berhasil menciptakan ekosistem pembelajaran inovatif dan kolaboratif yang mendukung penyebaran dakwah digital secara efektif dan berkelanjutan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dakwah digital memiliki peran signifikan dalam pengembangan kemampuan berdakwah mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah. Aktivitas dakwah berbasis media digital mendorong mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan keislaman, keterampilan komunikasi, serta kemampuan teknis dalam pengelolaan media digital. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai *agent of change* yang membawa inovasi dalam metode dakwah modern. Integrasi antara nilai-nilai Islam dan teknologi komunikasi berlangsung secara konstruktif, menciptakan ruang dakwah yang lebih fleksibel dan interaktif. Melalui media digital, mahasiswa dapat mengakses dan menyebarkan pesan keislaman tanpa batasan waktu dan tempat, serta membangun kepercayaan diri dalam menyusun dan menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan konteks masyarakat kontemporer.

Selain itu, Program Studi Manajemen Dakwah memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan dakwah digital

mahasiswa melalui kurikulum yang adaptif dan kontekstual terhadap perkembangan teknologi. Dukungan ini diwujudkan dalam bentuk kegiatan magang, Pengalaman Praktik Lapangan (PPL), seminar, dan webinar yang memperkaya pengalaman dakwah mahasiswa. Upaya tersebut tidak hanya memperkuat keterampilan dan wawasan mahasiswa, tetapi juga membangun ekosistem pembelajaran yang kolaboratif antara program studi, masyarakat, dan lembaga mitra. Dengan demikian, dakwah digital terbukti menjadi instrumen efektif dalam penguatan kompetensi da'i modern, sedangkan Program Studi Manajemen Dakwah berperan sebagai fasilitator yang memastikan inovasi dakwah digital dapat berkembang secara berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Laporan Survei Internet APJII 2023: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: APJII.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jilid 6). Jakarta: Lentera Hati.

Jurnal :

Abror et al. (2024). *AI Threat And Digital Disruption: Examining Indonesian Ulema In The Context Of Digital Culture*. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 23(67), 59–79.

Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Population and Sampling (Quantitative), and Selection of Key Informants (Qualitative) in a Practical Approach. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.

Barri, M. A. F., Ramadhan, F. H., Putra, M. A., Satresna, D., & Fajrussalam, H. (2025). Fenomena Konsumsi Konten Dakwah Digital pada Kalangan Mahasiswa: Systematic Literature Review. *Jurnal Da'wah*, 8(1), 129–138.

- Manan et al. (2022). The Role of Mass Media as a Channel to Learn About Islam Among Muslims in Gombak. *Intellectual Discourse*, 30(1), 187–212.
- Nawaffani, M. M. (2023). *Dakwah digital dan dakwah mimbar : Analisis peran dan dampak dalam era digitalisasi*. Sanaamul Qur'an: Jurnal Wawasan Keislaman, 4(2), 143-161.
<https://doi.org/10.62096/sq.v4i2.57>
- Prabowo et al (2024) Investigating Technology Acceptance Model (TAM) for E-Da'wah: A Systematic Literature Review publisher E3S Web of Conferences 500, 01012
- Ratu Syifa Alrissa, Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2025). Digital Religion and Virtual Communities: A Bibliometric Review of Online Religious Practices. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(1), 119–148.
- Ritonga et al. (2022). Social Media: Millennial Generation Alternative Solutions in Learning Religion During Covid-19 Pandemic. *Al-Ta'lim Journal*, 29(3), 191–200.
- Kholili et al. (2024). Islamic Proselytizing in Digital Religion in Indonesia: The Challenges of Broadcasting Regulation. *Cogent Social Sciences*, 10(1).
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial: Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 18(1), 54–78.