



Interpretasi Pemuda Muslim terhadap Kajian Dakwah Menggunakan Komunikasi Virtual

Kurnia Nur Fitriyani^{1*}, Deden Mauli Darajat²

¹⁻²Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Magister Komunikasi Penyiaran Islam,
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: knfitriyani501@gmail.com

Abstract. *The era of globalization and the rapid advancement of information technology have transformed the landscape of dakwah (Islamic propagation), shifting from conventional pulpits to virtual communication platforms (social media, podcasts, streaming). This transition, in line with the Diffusion of Innovation Theory, enables Islamic messages to reach a broad audience without geographical boundaries. Digital dakwah is highly relevant and urgent to research given the dominant use of social media by Muslim Youth, a group that seeks attention but also possesses a tendency toward critical thinking. This research has a dual aim: (1) to analyze the Interpretation of Muslim Youth towards virtual dakwah studies, and (2) to analyze the Effectiveness of Implementing Dakwah Studies through social media platforms. The accessibility of fragmented and competitive content makes the interpretation process active and crucial, where youth are no longer passive recipients but choose sources based on algorithms and their own interests. This study uses the Constructivism Paradigm to understand a dynamic and complex social reality, employing a Descriptive Qualitative Approach and the Online Ethnography Method. Data is collected through Observation, Interviews, and Documentation, with Data Triangulation (source, technique, and time) to ensure the validity of the findings. Social media holds great potential as an effective and inclusive dakwah tool. However, the effectiveness of its expansion must be balanced with the quality of the content and the capacity of Muslim Youth to perform critical, contextual, and responsible interpretation.*

Keywords: *Critical Interpretation; Digital Dakwah; Muslim Youth; Social Media Effectiveness; Virtual Communication.*

Abstrak. Era globalisasi dan pesatnya kemajuan teknologi informasi telah mengubah lanskap dakwah, beralih dari mimbar konvensional ke platform komunikasi virtual (media sosial, *podcast*, *streaming*). Pergeseran ini, sejalan dengan Teori Difusi Inovasi, memungkinkan pesan Islam menjangkau audiens secara luas tanpa batasan geografis. Dakwah digital sangat relevan dan mendesak untuk diteliti mengingat dominasi penggunaan media sosial oleh Pemuda Muslim mencari perhatian, namun juga memiliki kecenderungan berpikir kritis. Penelitian ini bertujuan ganda: (1) Menganalisis Interpretasi Pemuda Muslim terhadap kajian dakwah virtual, dan (2) Menganalisis Efektivitas Penerapan Kajian Dakwah melalui platform media sosial. Aksesibilitas konten yang terfragmentasi dan kompetitif membuat proses interpretasi menjadi aktif dan krusial, di mana pemuda tidak lagi pasif, melainkan memilih sumber berdasarkan algoritma dan minat mereka. Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivisme untuk memahami realitas sosial yang dinamis dan kompleks, dengan Pendekatan Kualitatif Deskriptif dan Metode Etnografi Online. Data dikumpulkan melalui Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi, dengan Triangulasi Data (sumber, teknik, dan waktu) untuk memastikan validitas temuan. Media sosial memiliki potensi besar sebagai alat dakwah yang efektif dan inklusif. Namun, efektivitas ekspansi harus diimbangi dengan kualitas konten dan kemampuan Pemuda Muslim untuk melakukan interpretasi yang kritis, kontekstual, dan bertanggung jawab.

Kata kunci: Dakwah Digital; Efektivitas Media Sosial; Interpretasi Kritis; Komunikasi Virtual; Pemuda Muslim.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, media digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Penggunaan internet dan media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, dan mengakses pengetahuan. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mempengaruhi berbagai

aspek kehidupan manusia, terutama dalam memperoleh informasi, termasuk informasi dakwah. Dakwah, sebagai kegiatan penyampaian pesan Islam, tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pertemuan tatap muka. Kini, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti media sosial, blog, podcast, dan video streaming (Ibnu Kasir, 2024, hlm. 58–60).

Akibat dari perkembangan telekomunikasi tersebut penggunaan media digital dalam dakwah memungkinkan pesan Islam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, tanpa terhalang oleh batasan geografis. Selain itu, dakwah digital juga menawarkan kemudahan akses informasi bagi umat Islam yang ingin memperdalam pemahaman agama mereka kapan saja dan di mana saja. Apalagi saat ini, penggunaan media sosial didominasi oleh remaja dan dewasa muda, yang mana pada usia mereka rentan sekali terpengaruh oleh berbagai informasi (Parhan, 2022, hlm. 67–68).

Hal ini ditegaskan oleh *UNICEF Country Representative of Indonesia*, Angela Kearney yang mengatakan bahwa generasi muda selalu tertarik untuk belajar hal-hal baru tanpa menyadari resiko yang ditimbulkan. Karena kaum muda khususnya remaja, pada dasarnya adalah mereka yang sedang menjalani masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa, sehingga mereka memiliki beberapa kondisi seperti kecenderungan untuk meniru, mencari perhatian, dan berpikir kritis.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah melahirkan banyak saluran-saluran baru yang dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada khalayak secara lebih luas. Sehingga, hal ini dapat menjadi peluang bagi para pendakwah dan organisasi keagamaan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam upaya dakwahnya. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok tidak hanya digunakan untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Berbagai konten dakwah, mulai dari tulisan, gambar, video, hingga siaran langsung, dapat diakses dengan mudah oleh pengguna internet di seluruh dunia.

Media baru yang hadir dengan media sosial sebagai turunannya menghasilkan ragam informasi yang lebih kompleks. Hal ini diikuti oleh kemunculan berbagai situs online yang menggunakan nama agama dengan menyuguhkan konten-konten keagamaan. Kondisi ini juga dimanfaatkan oleh khalayak untuk mengakses informasi keagamaan. Ketika internet belum muncul, khalayak lebih memilih da'i sebagai rujukan untuk bertanya mengenai persoalan agama namun saat kehadiran media baru justru membuat perubahan secara radikal dalam praktik keagamaan yang terjadi di masyarakat. Kemajuan teknologi digital memberikan dampak positif berupa tersedianya media untuk karya cipta yang pada akhirnya menghasilkan kualitas tampilan karya cipta yang baik dan modern.

Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang baru bagi aktivitas dakwah. Kehadiran media baru mampu mentransformasikan ragam bentuk dan metode dakwah yang tidak terjadi secara konvensional. Internet dianggap mampu menciptakan praktik-praktik dakwah baru yang hanya tersedia dalam ruang siber. Selain menjadi konsumen, keunggulan internet mampu membuat penggunaanya sekaligus menjadi produsen informasi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan untuk memaksimalkan konten yang dibuatnya, sang da'i secara serius mengembangkan media sosialnya untuk berdakwah dengan melibatkan tim khusus yang menangani penyebaran dakwah setiap harinya. Tampilan konten yang berusaha tidak melanggar aturan syar'i mampu tumbuh berkembang dan disukai oleh Masyarakat (Darajat, 2021).

Dalam hal ini, proses adopsi perkembangan teknologi sebagai inovasi dalam proses penyebaran ide dan pesan dakwah dapat menjadi pilihan untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak secara lebih luas dan menjadi media untuk mempersuasi pemuda remaja muslim kearah yang lebih baik. Dakwah digital juga membawa implikasi sosial dan budaya yang perlu diperhatikan. Dalam konteks masyarakat yang semakin plural dan beragam, pesan-pesan dakwah harus disampaikan dengan cara yang inklusif dan menghormati perbedaan. Hal ini penting untuk mencegah timbulnya konflik dan memperkuat harmoni sosial. Dakwah digital harus mampu menyampaikan pesan-pesan Islam yang damai dan toleran, serta memberikan solusi bagi berbagai permasalahan yang dihadapi (Ansyori, 2022).

Hal ini Sejalan dengan definisi teori difusi inovasi. Teori Difusi Inovasi diartikan sebagai proses bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui media tertentu sepanjang waktu dan diadopsi oleh berbagai komunitas atau sistem social. Dalam konteks dakwah digital, difusi inovasi mengacu pada penyebaran pesan dakwah melalui platform digital seperti: Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok dan sebagainya (Rogers, 1983, hlm. 5).

“Dakwah” sendiri diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyeru atau mengajak orang lain kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur‘an, salah satunya QS. Ali Imran ayat 104 : ”Dan hendaklah di antara kamu ada segolong orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma‘ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Ayat tersebut dengan tegas menekankan bahwa di kalangan umat Islam harus ada sekelompok orang yang bertugas menyampaikan dakwah dengan mengajak kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari kemungkaran.

Meskipun aksesibilitas dakwah meningkat, proses interpretasi menjadi semakin kompleks dan krusial. Dalam komunikasi virtual, pesan dakwah seringkali terfragmentasi, terlepas dari konteks aslinya, dan bersaing dengan ribuan konten hiburan atau informasi lainnya. Interpretasi merupakan suatu proses pemberian makna, kesan, dan pandangan terhadap suatu objek yang berdasarkan dari ide sendiri atau bisa dikatakan menjelaskan penafsiran terhadap sesuatu (Fitriyani, 2011).

Secara harfiah, interpretasi diartikan sebagai tafsiran atau menafsirkan. Interpretasi menyangkut kemampuan menafsirkan dari suatu bentuk representasi. Interpretasi berkaitan dengan representasi yang bersifat pengutaraan makna atau suatu bentuk ide, yang nantinya ide tersebut akan dikembangkan menjadi suatu pandangan atau ide baru. Interpretasi merupakan kemampuan keterampilan berpikir yang erat kaitannya dengan suatu pemahaman. Kunci utama interpretasi pada dasarnya terletak pada pemahaman ciri-ciri khusus yang tampak pada apa yang diamati (Mustain, 2015).

Saat menafsirkan objek, keterampilan, keakuratan, dan terkadang intuisi seseorang membantu menarik kesimpulan. Dalam hal ini pemuda muslim tidak lagi hanya menerima pesan secara pasif, tetapi terlibat dalam praktik interpretasi aktif memilih sumber, membandingkan pendapat, dan menentukan pemahaman ajaran agama berdasarkan *feed* atau algoritma yang disajikan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dan mendesak untuk menginvestigasi secara mendalam praktik interpretasi yang dilakukan oleh pemuda Muslim (Musyarrofah, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi mekanisme pemuda dalam memaknai pesan, faktor-faktor yang memengaruhi pilihan dan penerimaan mereka terhadap sumber dakwah virtual, serta implikasi praktik ini terhadap pembentukan identitas keagamaan dan perilaku sosial serta dapat mengeksplorasi bagaimana tokoh dan organisasi dakwah memanfaatkan teknologi digital, serta dampaknya terhadap pemahaman dan praktek keagamaan di kalangan masyarakat. Dengan begitu, kita dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika dakwah digital di era modern menggunakan komunikasi virtual.

2. METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap tindakan sosial yang bermakna melalui pengamatan langsung dan mendetail terhadap individu atau kelompok yang terlibat dalam menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka (Denzin & Lincoln, 2009, hlm. 43–

45). Menurut Sugiyono (2023) Paradigma Konstruktivisme adalah cara pandang yang melihat fenomena realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh atau holistik, dinamis, kompleks dan bersifat interaktif. Pada penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan sebagai landasan dari penelitian yang akan dilakukan. Paradigma konstruktivisme digunakan untuk panduan memahami realitas sosial yang tercipta dengan mengamati langsung dan menafsirkan bagaimana aktor sosial menciptakan realitas sosial.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif adalah tata cara penelitian yang berdasarkan pada suatu fenomena dengan hasil analisis datanya berupa pendekatan deskriptif yang berbentuk kalimat lisan dari objek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan bentuk pendekatan yang muncul pada postpositivisme yang merupakan hasil pergeseran paradigma dalam memandang suatu realitas, fenomena, atau gejala. Di mana pada pendekatan ini realitas sosial dipandang sebagai suatu yang holistik/menyeluruh, kompleks, dinamis, dan penuh makna. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan sebuah fenomena yang diteliti oleh peneliti secara akurat dan sistematis (Leksono, 2013). Menurut John W. Creswell berpendapat penelitian kualitatif adalah suatu kegiatan yang memosisikan penelitiannya disebuah dunia yang sedang diteliti, dengan tujuan melihat dunia tersebut dan berusaha untuk menafsirkannya agar dapat terlihat dengan jelas. Peneliti pada hal ini berusaha menerjemahkan dunia yang sedang dia teliti menjadi sekumpulan penjelasan dan representasi yang mencakup data-data seperti, wawancara, lapangan, perbincangan, foto, dan catatan pribadi. Peneliti menafsirkan atau menginterpretasikan fenomena dalam penelitian (Creswell, 2015).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bertujuan mendapatkan deskripsi dan analisis mendalam tentang kebudayaan berdasarkan penelitian lapangan yang intensif. Tujuan penelitian etnografi adalah untuk memberi suatu gambaran holistik subyek penelitian dengan penekanan pada pemotretan pengalaman sehari-hari individu dengan mengamati dan mewawancarai mereka dan orang lain yang berhubungan. Etnografi adalah suatu bentuk penelitian yang berfokus pada makna sosiologi melalui observasi lapangan tertutup dari fenomena sosiokultural (Nasrullah, 2018). Origen Skageby menjelaskan, etnografi online adalah pendekatan kualitatif untuk memahami dinamika komunitas daring. Metode ini berupaya memberikan deskripsi yang lebih rinci tentang perilaku orang dan bagaimana mereka memanfaatkan teknologi untuk berkomunikasi melalui observasi atau wawancara daring.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa metode, yaitu : (1) Observasi adalah meneliti gejala atau fenomena lain untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip yang mengaturnya dan untuk menafsirkan atau mengungkap variabel

penyebabnya (Given, 2018). (2) Wawancara adalah sesi tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung yang dimaksudkan untuk membahas masalah tertentu. (3) Dokumentasi adalah untuk menghasilkan gambaran mengenai budaya dan artefak budaya yang akan dianalisis dan diinterpretasikan menjadi hasil penelitian (Emzir, 2012).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah merujuk pada proses memecah data menjadi unsur - unsur komponennya untuk mengungkap karakteristik dan struktur elemen yang sedang diteliti.

Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan kombinasi berbagai metode atau pemeriksaan data dari beragam sumber guna meningkatkan kredibilitas dengan mengonfirmasi informasi dari berbagai sudut pandang. Pendekatan ini dilakukan dengan membandingkan data dari sejumlah informan (triangulasi sumber), memanfaatkan berbagai teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi (triangulasi teknik), serta mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi hasil (triangulasi waktu) (Kasiram, 2010).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Interpretasi Pemuda Muslim Terhadap Kajian Dakwah Menggunakan Komunikasi Virtual.

Interpretasi berasal dari bahasa Inggris, *interpreter*. Kata *interpreter* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *interpres* yang berarti penjelas, seseorang yang menjelaskan apa yang tidak jelas. Maksudnya disini adalah suatu tindakan menjelaskan ulang dari pemahaman sendiri mengenai suatu hal, namun harus memahami dulu hal yang akan dijelaskan tersebut (Sendari, 2023).

Secara umum, pengertian interpretasi merupakan suatu proses pemberian makna, kesan, dan pandangan terhadap suatu objek yang berdasarkan dari ide sendiri atau bisa dikatakan menjelaskan penafsiran terhadap sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoretis terhadap sesuatu atau tafsiran. Interpretasi merupakan kemampuan keterampilan berpikir yang erat kaitannya dengan suatu pemahaman.

Secara bahasa, Kata dakwah berasal dari kata kerja *da'a*, yang memiliki banyak makna dalam Al-Quran, dan pendapat ulama. Dakwah bisa berarti undangan, pemanggilan, panggilan, permohonan kepada, doa, himbauan, propaganda, kegiatan misionaris, serta proses hukum dan tuntutan (Bakti, 2011). Kata dakwah dalam Al-Quran disebutkan berkali-kali sehingga mengisyaratkan bahwa dakwah merupakan elemen yang sangat penting dalam kehidupan

manusia. Sambas dalam bukunya menjelaskan bahwa dakwah merupakan proses transmisi, transformasi dan internalisasi Islam dengan menggunakan metode dan media tertentu, dalam upaya mencapai tujuan tertentu pula. Dakwah dapat diartikan sebagai upaya perubahan sosial masyarakat ke arah nilai ajaran Islam dengan menggunakan berbagai metode dan pendekatan (Muhyiddin, 2002).

Praktik dakwah sendiri memiliki cakupan yang luas dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah dalam kehidupan politik, khususnya jika dakwah dikaitkan dengan tujuan pembentukan masyarakat beradab. Bahkan dalam sejarah Islam, sebagian besar menggambarkan kehidupan politik sebagai penopang peradaban masyarakat, sehingga segala aktivitas politik yang berlandaskan nilai-nilai Islam adalah bagian yang tidak terpisahkan dari upaya dakwah. Dalam perspektif dakwah, Konstituen dapat diartikan sebagai individu atau kelompok masyarakat yang menerima pesan-pesan dakwah. Pembicaraan pesan-pesan bermuatan politik dalam kerangka dakwah dapat digambarkan seperti para politikus yang mengajak masyarakat untuk memperbaiki taraf hidup menuju kehidupan yang lebih baik, hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan Islam (Bakti & Comte, 2015).

Interpretasi pemuda Muslim terhadap kajian dakwah yang disampaikan melalui komunikasi virtual adalah fenomena yang kompleks. Dakwah dalam pengertian terminologi adalah menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu. Adapun orang yang melakukan ajakan atau seruan tersebut dikenal dengan dai (orang yang menyeru). Pada sisi lain, karena penyampaian dakwah termasuk tabligh, maka pelaku dakwah tersebut di samping dapat disebut sebagai dai, dapat pula disebut sebagai muballigh yaitu orang yang berfungsi sebagai komuniator untuk menyampaikan pesan kepada pihak yang dikomunikasikan.

Dakwah dalam Islam merupakan kegiatan penyampaian pesan-pesan keagamaan kepada individu atau kelompok untuk meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran Islam. Dakwah melibatkan proses komunikasi yang efektif, di mana pesan disampaikan dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Menurut teori komunikasi, keberhasilan dakwah sangat bergantung pada elemen-elemen komunikasi. Dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wa" yang berarti seruan atau panggilan.

Dalam konteks Islam, dakwah mengacu pada aktivitas menyebarkan ajaran Islam, mengajak orang untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai Islam. Dakwah tidak hanya berbentuk ceramah atau khutbah, tetapi juga mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan memperbaiki dan membangun masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Islam (Zulaecha, dkk, 2023).

Dakwah digital merupakan istilah yang digunakan ketika aktivitas dakwah dilakukan melalui media digital ataupun platform media sosial. Saat ini, media digital dapat dikatakan sebagai media yang tepat untuk digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, hal ini dikarenakan media digital memiliki sifat yang kekinian, sesuai dengan selera dan kebutuhan khalayak (khususnya remaja), responsif terhadap umpan (*instant feedback*), serta mudah digunakan kapan saja dan dimana saja. Hal ini dikarenakan, dakwah Islam tidak hanya bersifat tertulis saja, melainkan juga selalu bersifat dinamis dan berkembang mengikuti perkembangan teknologi.

Dalam konteks ini, pesan-pesan dakwah dapat disebarkan melalui internet, seperti website, media sosial, aplikasi mobile, dan platform online lainnya. Dalam praktiknya, dakwah digital memiliki banyak bentuk dan metode, seperti menyediakan konten yang membahas topik topik keagamaan yang relevan dengan kehidupan saat ini, dikemas dalam bentuk artikel, video, atau podcast, diskusi interaktif melalui media sosial, serta program pendidikan dan pelatihan yang dapat diakses melalui platform online (Lestai, 2019).

Terdapat beberapa unsur dalam dakwah yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah baik secara konvensional maupun digital, diantaranya: 1) Subjek Dakwah merupakan seseorang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan, dan dilakukan secara individu maupun kelompok baik organisasi ataupun lembaga lainnya. Dai merupakan unsur dakwah yang paling penting, seorang dai lah yang akan menjadi penentu keberhasilan serta kegagalan dalam dakwah. Dalam konteks dakwah digital, subjek dakwah dapat disebut sebagai content creator. Content creator adalah seseorang yang menyebarkan pesan atau konten, baik berupa gambar, video maupun teks, yang kemudian disebarkan melalui platform digital (Hasan, 2013). 2) Objek Dakwah, merupakan individu ataupun kelompok yang menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah.²⁴ Dalam konsep dakwah digital, istilah objek dakwah atau mad'u memiliki banyak sebutan yakni netizen, viewers, hingga follower (Anshari, 1993). 3) Metode Dakwah, metode dakwah merupakan cara-cara menyampaikan pesan dakwah kepada objek dakwah supaya pesan tersebut mudah diterima, diyakini, dan diamalkan (Hasan, 2013). 4) Materi Dakwah, merupakan isi pesan dakwah yang ingin disampaikan, berupa ajaran agama islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam dakwah digital, materi dakwah memiliki makna hampir sama dengan konten. Konten adalah berbagai bentuk isi dalam sebuah media di dunia teknologi seperti blog, website, foto, video, audio, dan iklan. Istilah „konten“ digunakan untuk mengidentifikasi berbagai format informasi sebagai komponen nilai tambah media (Azizah, 2020). 5) Media Dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam konteks ini, terdapat beberapa

bentuk media yang umum digunakan yaitu, media lisan, media massa (cetak), media elektronik (audio visual) dan new media (internet). Media ini sangat membantu dalam proses penyampaian pesan dakwah (Mardiana, 2020).

Interpretasi pemuda Muslim terhadap dakwah virtual adalah manifestasi dari keberagamaan yang adaptif di era digital. Mereka menginterpretasikan Islam sebagai solusi praktis untuk kehidupan modern, memilih sumber yang paling *relatable*. Komunikasi virtual menjadi sarana efektif bagi kelompok ideologis tertentu untuk menyebarkan paham mereka. Masalahnya, interpretasi pemuda yang terpapar konten ini dapat mengarah pada polarisasi ideologi yang tajam, bahkan berpotensi menuju radikalisasi. Lalu, bagaimana pemuda Muslim dapat melakukan interpretasi yang kritis, kontekstual, dan bertanggung jawab terhadap pesan dakwah secara virtual (Musadat, 2011).

Langkah-langkah dan strategi yang dapat dilakukan oleh Pemuda Muslim untuk mencapai interpretasi yang mendalam dan bertanggung jawab: Interpretasi kritis adalah kemampuan untuk tidak menerima pesan mentah-mentah, melainkan menganalisis sumber dan motivasinya, dengan cara melakukan verifikasi kredibilitas sumber memeriksa sanad dan kompetensi. Jangan melihat berapa banyak pengikut. Selidiki latar belakang pendidikan, guru, dan afiliasi keilmuan yang dimiliki. Kemudian, pisahkan pesan dari *Gimmick* karena seorang Da'i virtual sering menggunakan teknik *marketing* atau *gimmick* agar viral. Interpretasikan esensi pesan, bukan sensasi dari penyampaiannya. Jika pesan dakwah didapat dari klip pendek (misalnya, TikTok atau Reels), segera cari video aslinya yang lengkap. Sadari bahwa pemotongan pesan sering kali menghilangkan konteks dan dapat mengubah makna dan yang terakhir adalah Pertanyakan apakah pesan tersebut mendorong kedewasaan dan toleransi, atau justru memicu eksklusivitas, kebencian, atau *judgemental*. Interpretasi yang bertanggung jawab harus mengarah pada kemaslahatan umat (*maslahah*) dan persatuan.

Interpretasi Kontekstual adalah kemampuan menempatkan dalil atau ajaran pada waktu, tempat, dan kondisi sosial yang relevan, dengan cara Memahami *Asbabun Nuzul* dan *Asbabul Wurud* Setiap ayat Al-Qur'an dan Hadis memiliki latar belakang historis (sebab turun dan sebab datangnya hadis) Kemudian, menganalisis Tujuan Syariah) fokus pada tujuan utama ajaran Islam (seperti menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta). Ketika menginterpretasikan suatu hukum, tanyakan, Apakah implementasi hukum ini benar-benar mencapai tujuan syariah di konteks masyarakat dan yang terakhir adalah embandingkan Berbagai Pandangan (*Tawassu'*) Jangan puas dengan satu pandangan Da'i saja. Pelajari berbagai mazhab atau pandangan ulama (terutama pada isu *khilafiyah*). Interpretasi yang

kontekstual mengakui adanya keragaman pandangan dan tidak menganggap pandangannya sendiri sebagai satu-satunya yang benar.

Interpretasi Bertanggung Jawab adalah kemampuan berhubungan dengan dampak pesan tersebut terhadap diri sendiri dan lingkungan sosial. Pastikan interpretasi mengarah pada praktik yang seimbang antara hubungan vertikal dan hubungan horizontal. Hindari interpretasi yang membuat Anda menjadi sangat religius secara ritual, tetapi buruk secara etika sosial (misalnya, arogan atau tidak peduli lingkungan). Kemudian, unakan hasil interpretasi untuk introspeksi diri dan perbaikan personal, bukan untuk menghakimi atau mengkafirkan orang lain (fenomena *takfiri*). Sadari bahwa tugas Anda adalah mengamalkan, bukan memvonis. Dan yang terakhir adalah Gunakan kajian virtual sebagai *stimulus* awal, tetapi selalu konsultasikan interpretasi yang mendalam dengan guru agama, ulama, atau mentor di dunia nyata (tatap muka). Interaksi *offline* memberikan kedalaman dan koreksi yang tidak didapatkan dari komunikasi satu arah di virtual. Pemuda Muslim dapat mengubah lingkungan virtual yang *instan* dan *berlimpah* menjadi alat yang kuat untuk membangun pemahaman agama yang kokoh, inklusif, dan relevan bagi kehidupan masa kini.

Efektivitas Penerapan Kajian Dakwah Menggunakan Komunikasi Virtual Melalui Platform Media Sosial.

Efektivitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti “dia ditugasi untuk memantau”. Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan (Poewadarmita, 2007). Sedangkan istilah dakwah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Kecanggihan media informasi dan teknologi menjadi salah satu alternatif dalam menjawab problematika remaja karena dapat memberikan kemudahan bagi remaja saat ini yang ingin memperdalam ilmu agama (Al-Wa’iy, 2011).

Sedangkan Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Sukardi, 2016). Kata dakwah bermakna upaya lewat perkataan dan perbuatan untuk mengajak serta mengubah manusia untuk berpihak kepada da’i. Makna istilah dari kata dakwah itu tidak jauh dari makna bahasa. Ruang lingkup pemahaman istilah bagi perbuatan untuk islam, menerapkan manhaj-nya,

meyakini aqidahnya, dan melaksanakan syariatnya. efektivitas dakwah melalui media sosial dalam menjawab problematika remaja sangat bisa menjadi salah satu alternatifnya. Karena semua orang selalu mengakses media sosial, terutama remaja hampir tidak pernah lepas dari media sosial. Segala informasi yang telah dishare di media sosial akan secara langsung dapat mudah diakses oleh siapa pun dan dimana pun (Faisal Bakti, 2013, hlm. 125–130).

Dakwah melalui media sosial sangat bisa menjadi salah satu alternatif bagi remaja, apalagi dakwah yang isinya sangat sesuai dengan keadaan remaja tersebut ditambah lagi media sosial dikemas sedemikian rupa dengan menambahkan instrumen, musik Islami dan backsound yang menarik, dakwah yang disampaikan akan memberikan pengaruh efektivitas terhadap orang-orang yang melihat tayangan dari konten tersebut. Sebagaimana mereka dapat menambah keimanan, wawasan dan pengetahuan ilmu agama.

Dakwah menggunakan media sosial dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang memiliki kesibukan, terutama bagi remaja saat ini yang ingin memperdalam ilmu agama Islam karena hampir semua dari mereka tidak terlepas dari media sosial. Adanya dakwah di media sosial dapat dilihat kapanpun dan dimanapun, tidak ada ketentuan waktu yang harus diperhatikan seperti dakwah secara tatap muka. Selain itu dakwah melalui media sosial dapat dilihat sesuai kebutuhan.

Pemahaman yang keliru terhadap dakwah menjadi titik rawan yang dapat mendorong terjadinya konflik. Dakwah yang dipahami sebagai suatu aktivitas menyeru serta mengajak orang yang berlainan agama agar secara langsung mengkonversikan keyakinannya, hanyalah akan memancing timbulnya pertikaian dan perpecahan di antara pemeluk agama. Untuk itu, para da‘i atau missionaris dalam melakukan aktivitas penyebaran agama harus menghindari efek negatif, yakni upaya memaksakan kehendak memeluk agama. Ini dimaksudkan agar dalam praktik penyebaran agama tidak terjadi “penghalalan segala cara” demi mencapai tujuan dakwah/misi tersebut. Dengan demikian, sangat diperlukan wawasan konseptual tentang dakwah (Darajat, 2020).

Saat ini banyak diantara remaja membuka situs-situs atau vidio-vidio yang berkaitan dengan dakwah melalui media sosial tiktok, instagram, you tube dan masih banyak lainnya. Menurut mereka dakwah melalui media sosial cukup efektif karena mudah dan bisa dikemas menyesuaikan kebutuhan. Dakwah sendiri hingga kini mengalami banyak perkembangan dengan adanya inovasi dari teknologi, seperti halnya media dakwah yang dilakukan secara online, metode ini ternyata sangat diminati oleh banyak kalangan terutama remaja. Hal ini dikarenakan banyaknya manfaat yang ditemukan seperti dapat diakses sesuai keinginan. Kecanggihan media informasi dan teknologi menjadi salah satu alternatif dalam menjawab

problematika remaja karena dapat memberikan kemudahan bagi remaja saat ini yang ingin memperdalam ilmu agama.

Efektivitas dakwah di media sosial juga ditunjang oleh kemampuan platform ini untuk menyajikan konten secara personal dan sesuai minat audiens. Algoritma media sosial memungkinkan konten dakwah muncul di timeline atau beranda pengguna yang tertarik pada topik agama atau moralitas. Hal ini memungkinkan dakwah menasar secara tepat kelompok-kelompok yang memang memerlukan atau tertarik pada topik-topik keagamaan. Namun, efektivitas ini juga sangat bergantung pada kualitas konten yang disajikan. Konten dakwah yang sukses adalah yang mampu menyampaikan pesan secara ringkas, tepat sasaran, dan menggunakan bahasa yang relevan bagi milenial.

Bentuk Konten yang Paling Efektif dalam Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah, yaitu :

Studi Kasus

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling ampuh dalam penyebaran dakwah. Generasi milenial, yang merupakan pengguna aktif platform ini, memiliki preferensi tertentu terhadap bentuk konten yang dianggap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa bentuk konten yang paling efektif dan menjelaskan bagaimana setiap jenis konten berkontribusi terhadap tujuan dakwah.

Video Pendek

Salah satu bentuk konten yang paling menarik bagi generasi milenial adalah video pendek. Dengan semakin populernya platform seperti TikTok dan Instagram Reels, video pendek yang menampilkan pesan dakwah dengan cara yang ringkas dan menarik semakin digemari. Konten ini memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan efektif, memanfaatkan elemen visual dan audio untuk menarik perhatian pengguna. Misalnya, video yang menampilkan kutipan inspiratif dari ajaran Islam, dikemas dengan gambar menarik dan musik latar, dapat dengan mudah dibagikan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Infografis

Infografis merupakan cara yang efektif untuk menyampaikan informasi kompleks dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami. Konten ini sangat cocok untuk menjelaskan konsep-konsep keagamaan, statistik, atau fakta-fakta penting dengan cara yang visual. Generasi milenial cenderung lebih menyukai informasi yang disajikan secara grafis daripada dalam bentuk teks panjang. Infografis yang informatif dan menarik dapat

meningkatkan pemahaman tentang isu-isu keagamaan dan membuat dakwah lebih mudah diakses.

Podcast

Podcast adalah bentuk konten audio yang semakin populer di kalangan milenial. Format ini memungkinkan pendengar untuk menyerap informasi sambil melakukan aktivitas lain, seperti berolahraga atau berkendara. Dakwah dalam bentuk podcast memberikan peluang bagi para dai untuk mendalami topik-topik tertentu secara lebih rinci dan mendiskusikannya dalam format percakapan. Dengan menyajikan konten yang lebih personal dan mendalam, podcast dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun keterhubungan emosional.

Live Streaming

Live streaming merupakan bentuk konten interaktif yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara langsung dalam sesi dakwah. Fitur ini mendukung interaksi antara dai dan audiens, sehingga pertanyaan dapat diajukan secara langsung dan diskusi dapat dilakukan secara realtime. Generasi milenial yang terbiasa dengan komunikasi interaktif merasa lebih terlibat ketika mereka bisa berpartisipasi dalam acara live streaming. Hal ini menciptakan rasa komunitas yang kuat di antara pengikut.

Cerita (Stories)

Platform seperti Instagram dan Snapchat menawarkan fitur cerita yang memungkinkan pengguna untuk membagikan konten dalam bentuk gambar atau video selama 24 jam. Konten dakwah dalam bentuk cerita dapat menyajikan pesan singkat, ajakan untuk berdoa, atau momen inspiratif dari kehidupan sehari-hari. Karena sifatnya yang temporer, cerita dapat menciptakan rasa urgensi dan mendorong audiens untuk terlibat dengan konten tersebut sebelum hilang (Chanra, 2025).

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam menjadi alat dakwah yang efektif. Dengan memahami karakteristik dan preferensi generasi serta menerapkan strategi yang tepat, dakwah di era digital dapat mencapai hasil yang optimal dan relevan dengan konteks zaman. Influencer atau dai digital berperan penting dalam mewujudkan hal ini, dengan menciptakan konten yang menarik, membangun komunitas yang kuat, dan menyebarkan pesan-pesan positif yang dapat menginspirasi dan memberdayakan generasi milenial dalam menjalani kehidupan beragama mereka.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Interpretasi Pemuda Muslim terhadap kajian dakwah melalui komunikasi virtual adalah fenomena yang dicirikan oleh adaptasi dinamis terhadap lingkungan digital, di mana proses pemahaman agama menjadi lebih selektif, personal, dan mediatif. Interpretasi Pemuda Muslim tidak lagi bersifat tunggal, melainkan terfragmentasi dan didorong oleh aksesibilitas tinggi serta kebutuhan praktis (*solusi untuk kehidupan modern*). Interpretasi mereka sangat dipengaruhi oleh gaya komunikasi (*persona*) *content creator* dakwah (Da'i) yang *relatable* (akrab) dan kualitas visual konten, yang terkadang lebih diutamakan daripada kedalaman *sanad* (otoritas keilmuan). Meskipun memfasilitasi jangkauan luas, interpretasi di lingkungan virtual menimbulkan masalah utama terkait kualitas dan control. Mengatasi tantangan tersebut dan mencapai pemahaman yang mendalam dan bertanggung jawab, Pemuda Muslim wajib menerapkan tiga kerangka interpretasi, secara kritis, kontekstual dan bertanggungjawab.

Penerapan kajian dakwah melalui komunikasi virtual menunjukkan dualitas peran dalam membentuk pemahaman keagamaan Pemuda Muslim. Dakwah melalui platform media sosial sangat efektif dalam dimensi ekspansi (penyebaran) dan aksesibilitas. Media digital menawarkan sifat kekinian, responsif (*instant feedback*), dan *on-demand*, yang sangat sesuai dengan selera dan kebutuhan Pemuda Muslim. Efektivitas tertinggi terletak pada kemampuannya menjangkau audiens secara luas (melampaui batas geografis) dan menyajikan konten yang relevan secara personal (seperti video pendek, infografis, dan *stories*), yang menjawab isu-isu kehidupan modern Pemuda Muslim.

Saran

Tingkatkan Literasi Digital dan Kritis Keagamaan, Pemuda Muslim didorong untuk secara aktif menerapkan kerangka interpretasi kritis terhadap setiap konten dakwah yang diterima. Jangan hanya berfokus pada kualitas visual atau kepribadian penyampai, tetapi juga verifikasi sumber (*sanad*), konteks, dan kedalaman materi yang disajikan. Mengingat risiko fragmentasi dan masalah kontrol kualitas di lingkungan virtual, disarankan untuk mengintegrasikan pembelajaran digital dengan bimbingan dari otoritas keilmuan yang kredibel (ulama atau guru) secara langsung (*tatap muka*) guna memastikan pemahaman yang utuh dan bertanggung jawab. Fokus pada Konten yang Kontekstual dan Solutif Gunakan aksesibilitas tinggi untuk mencari konten yang tidak hanya menawarkan solusi praktis, tetapi juga mendorong pemahaman kontekstual ajaran agama dalam menghadapi isu-isu modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Wa'iy, T. (2011). *Dakwah ke jalan Allah*. Robbani Press.
- Anshari, H. (1993). *Pemahaman dalam dakwah*. Al-Ikhlash.
- Azizah, H. (2020). *Konten kreatif YouTube sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis Islam*. IAIN Metro.
- Bakti, A. F. (2011). Southeast Asia Islamic dakwah. *Oxford Journal*.
- Bakti, A. F. (2013). Multiculturalism in Indonesia: A communication perspective. In J. Erline & Y. Théoret (Eds.), *Reflections sur les diversités mondiales*. ORBICOM.
- Bakti, A. F., & Comte, I. (2015). The integration of dakwah in journalism: Peace journalism. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5.
- Chanra. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1).
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset: Memilih di antara lima pendekatan*. Pustaka Pelajar.
- Darajat, D. M. (2020). Dakwah ulama dalam menjaga toleransi beragama di wilayah Kota Tangerang Selatan dan Depok. *Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 24(2).
- Darajat, D. M. (2021). Praktik dakwah online di media sosial (Studi kasus akun Instagram @khalidbasalamahofficial). *Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya, dan Islam*, 1(1).
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of qualitative research*. Pustaka Pelajar.
- Emzir. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis*. Raja Grafindo Persada.
- Fitriyani. (2011). Pluralisme agama-budaya dalam perspektif Islam. *Jurnal Al-Ulum*, 11(1).
- Given, L. M. (Ed.). (2008). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*. Sage Publications.
- Gunawan, I. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Hasan, M. (2013). *Metodologi pengembangan ilmu dakwah*. Pena Salsabila.
- Ibnu Kasir. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 11(1).
- Kasiram, M. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Leksono, S. (2013). *Penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif*. Raja Grafindo Persada.
- Mardiana, R. (2020). Daya tarik dakwah digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial. *Komunida: Jurnal Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2).
- Musadat, I. (2021). Generasi muda milenial dalam perspektif Islam. *Incare: International Journal of Educational Resources*, 2(2).

- Mustain, L. (2015). Kemampuan membaca dan interpretasi grafik dan data: Studi kasus pada siswa kelas VIII SMPN. *Scientiae Educatia*, 5(5).
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi virtual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Parhan, M. (2022). Analisis metode dan konten dakwah yang diminati pada remaja. *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 22(1).
- Poerwadarminta, W. J. S. (2007). *Kamus besar bahasa Indonesia* (Edisi ke-3). Balai Pustaka.
- Prasetyo. (2020). Strategi kreatif dakwah di media sosial. *Jurnal Dakwah dan Budaya*, 14(1).
- Rizkah, L. (2019). *Implementasi dakwah melalui media sosial terhadap perubahan perilaku Muslim milenial di Jakarta Utara*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). Free Press.
- Sendari, A. A. (2023). Apa itu interpretasi? Ini pengertian dan bentuknya. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5284739/apa-itu-interpretasi-ini-pengertian-dan-bentuknya>
- Sukardi, A. (2016). Metode dakwah dalam mengatasi problematika remaja. *Al-Munzir: Jurnal Metode Dakwah*, 9(1).
- Umi Musyarrofah. (2019). *Hadis dakwah dan komunikasi*. TASNIM.
- Zulaecha, N. N., et al. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai dakwah digital di kalangan milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2).