

Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial

Marlenda¹, Bashori²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

¹ marlenda.app111@gmail.com, ² bashori@uin-antasari.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membuka ruang baru bagi aktivitas dakwah, khususnya melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran literasi digital dalam mendukung efektivitas dakwah berbasis Al-Qur'an di media sosial, serta mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh para dai dan konten kreator muslim. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui studi pustaka, wawancara dengan pelaku dakwah digital, dan analisis konten dakwah di berbagai platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam membentuk strategi dakwah yang kontekstual, menarik, dan sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an. Namun, tantangan seperti misinformasi, keterbatasan pemahaman teknologi, serta potensi komersialisasi dakwah menjadi hambatan yang signifikan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pelatihan literasi digital bagi para pendakwah agar dapat menyampaikan pesan-pesan Al-Qur'an secara efektif dan bertanggung jawab di era digital.

Kata Kunci : Literasi Digital, Dakwah, Al-Qur'an, Media Sosial

Abstract

The development of digital technology has opened up new space for da'wah activities, especially through social media. This study aims to examine the role of digital literacy in supporting the effectiveness of Al-Qur'an-based da'wah on social media, while identifying various challenges faced by Muslim da'wah actors and da'wah content creators. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through literature studies, interviews with digital da'wah actors, and analysis of da'wah content on various platforms such as Instagram, YouTube, and TikTok. The results of the study show that digital literacy has an important role in forming a da'wah strategy that is contextual, interesting, and in accordance with the values of the Al-Qur'an. However, challenges such as misinformation, limited understanding of technology, and the potential for commercialization of da'wah are quite significant obstacles. This study recommends increasing digital literacy training for da'wah actors so that they can convey the messages of the Al-Qur'an effectively and responsibly in the digital era.

Keywords : Digital Literacy, Da'wah, Al-Qur'an, Social Media

Pendahuluan

Dakwah merupakan aktivitas sentral dalam ajaran Islam yang bertujuan mengajak umat

manusia menuju kebaikan dan petunjuk Allah SWT sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl [16]: 125). Menurut Syekh Ali Mahfuzh, dakwah adalah upaya untuk mendorong manusia melakukan kebaikan, menaati perintah Allah, menyuruh melakukan kebaikan, mencegah kemungkaran untuk memperoleh kebaikan dunia dan akhirat (Mahfuz, 17:tt). Ia merupakan usaha penting dalam meningkatkan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap hidup dan perilaku sehingga sesuai dengan ajaran Islam (syari'at) (Munir dan Wahyu, 2015:21) Dakwah menjadi efektif jika apa yang disampaikan telah dipraktikkan terlebih dahulu oleh pendakwah (Hasjimi, 1994)

Seiring dengan perkembangan zaman, metode dan media dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah langsung, mimbar masjid, majelis taklim, atau media cetak, maka dewasa ini peran teknologi digital dan media sosial menjadi sangat dominan dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada khalayak yang lebih luas (Khamim, 2022). Dakwah digital merupakan respons atas kemajuan teknologi informasi yang pesat, ditandai dengan sifatnya yang interaktif dan terbuka. Melalui media sosial, dakwah kini fleksibel, kontekstual, dan mampu menjangkau audiens secara real-time. Keunggulannya terletak pada kreativitas kemasan dan kecepatan penyebaran, serta kemampuan analitik untuk mengukur efektivitas secara objektif (Raihani, 2025).

Konten kreator di platform YouTube, Instagram, dan TikTok memanfaatkan media sosial tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan Al-Qur'an secara visual, naratif, dan kreatif dalam format yang mudah diakses oleh generasi digital, sementara Twitter menjadi objek kajian tersendiri karena karakter interaktif dan jangkauannya yang bersifat global dan cepat dalam mendistribusikan dakwah Islam (Akbar, 2005).

Fenomena ini juga turut membentuk ekosistem dakwah digital yang inklusif dan responsif terhadap perubahan sosial masyarakat Muslim kontemporer. Namun, kemudahan akses dan penyebaran informasi di ruang digital juga membawa konsekuensi serius (Hakim, 2025). Meskipun internet memudahkan masyarakat dalam mengakses hadis dan ilmu keislaman, hal ini juga memunculkan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat dan tidak terverifikasi. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi sangat penting, terutama dalam memilih sumber-sumber yang kredibel dan kompeten. Tidak semua informasi yang beredar di internet dapat diandalkan, sehingga pembaca dituntut untuk melakukan verifikasi serta pengecekan silang terhadap informasi yang mereka konsumsi. Pengetahuan dasar tentang ilmu hadis juga diperlukan agar pengguna mampu memahami, menilai keaslian, serta memverifikasi kesahihan

suatu hadis (Alfani, 2024).

Saat ini, perkembangan pesat dakwah digital tidak terlepas dari tantangan yang signifikan. Kemudahan akses dan penyebaran informasi di ruang digital sering kali dimanfaatkan tanpa diiringi pemahaman yang mendalam terhadap substansi ajaran Islam. Banyak konten keagamaan yang beredar di media sosial dibuat tanpa landasan ilmu yang kuat, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap isi dan tafsir Al-Qur'an (Alfani, 2024; Hakim, 2025). Lebih dari itu, konten yang viral di media sosial kerap mendorong munculnya gaya dakwah yang emosional, menyederhanakan ajaran, bahkan membawa muatan politis (Haluti, 2005). Pendekatan semacam ini justru dapat menggeser dakwah dari yang seharusnya berbasis ilmu dan akhlak ke arah yang lebih sensasional dan pragmatis. Akibatnya, konten yang dangkal secara substansi cenderung lebih mudah menarik perhatian publik dibandingkan dakwah yang substantif dan mendalam (Syabibi, 2020).

Dalam konteks ini, literasi digital menjadi sangat penting. Para dai dan konten kreator Muslim dituntut memiliki kompetensi digital yang memadai agar dapat menyampaikan dakwah secara bertanggung jawab. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam mengelola media sosial, tetapi juga mencakup pemahaman tentang etika digital, validitas informasi, serta sensitivitas terhadap konteks sosial dan budaya audiens (Afifi, 2022). Dengan bekal literasi yang baik, dakwah Islam di media sosial dapat diarahkan untuk membangun pemahaman yang benar dan memperkuat karakter umat secara konstruktif. Literasi digital juga melibatkan kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, menciptakan, dan menyebarkan informasi secara kritis dan etis. Dalam praktik dakwah, hal ini mencakup keterampilan teknis dalam produksi konten, kemampuan menyaring informasi keagamaan yang kredibel, serta kepekaan terhadap keragaman audiens digital (Sirajuddin, 2020).

Selain itu, literasi digital berperan sebagai benteng terhadap penyebaran hoaks, ekstremisme berbasis agama, ujaran kebencian, maupun eksploitasi agama untuk kepentingan politik atau komersial. Meskipun demikian, implementasi literasi digital dalam dakwah masih menghadapi sejumlah tantangan (Afifi, 2022). Sebagian dai belum memiliki kapasitas teknologi yang memadai, kurang memahami karakter komunikasi digital, dan kesulitan membedakan antara konten edukatif dengan konten yang sekadar viral. Di sisi lain, algoritma media sosial yang cenderung memprioritaskan konten hiburan atau kontroversial juga menjadi hambatan tersendiri dalam menghadirkan dakwah Qur'ani yang sehat dan produktif di ruang digital.

Penelitian ini berupaya untuk mengkaji lebih dalam tentang peran literasi digital dalam

mendukung dakwah berbasis Al-Qur'an di media sosial. Fokus utama kajian ini meliputi bagaimana literasi digital diimplementasikan dalam praktik dakwah, sejauh mana pemahaman terhadap nilai-nilai Qur'ani dapat disampaikan secara otentik dan efektif di ruang digital, serta berbagai tantangan yang dihadapi oleh para pelaku dakwah digital dalam era post-truth dan digital distraction. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap pengembangan dakwah Islam yang kontekstual, etis, dan transformatif dalam lanskap media baru (Khamim, 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena dakwah berbasis Al-Qur'an di media sosial serta peran literasi digital dalam pelaksanaannya (Iskandar, 2018). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada upaya menggali makna, pemahaman, serta strategi para dai dalam menyesuaikan pesan-pesan Qur'ani ke dalam format dan logika media digital. Penelitian ini menempatkan media sosial sebagai arena dakwah baru yang sarat dengan dinamika, nilai, serta tantangan teknologis dan etis. Oleh karena itu, metode kualitatif dipandang paling tepat untuk mengungkap bagaimana para pelaku dakwah memahami literasi digital, bagaimana mereka mengimplementasikan prinsip-prinsip dakwah Qur'ani, serta hambatan yang mereka hadapi dalam menghadapi algoritma, viralitas, hingga tekanan monetisasi konten (Iskandar, 2018).

Pembahasan

A. Implementasi Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an

Implementasi literasi digital dalam dakwah berbasis Al-Qur'an menunjukkan perkembangan signifikan seiring dengan semakin masifnya penggunaan media sosial sebagai kanal komunikasi keagamaan. Dakwah yang sebelumnya terbatas pada ruang-ruang fisik kini mengalami perluasan makna dan bentuk dalam lanskap digital, di mana para dai tidak hanya bertindak sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai kreator konten, komunikator daring, dan pemangku narasi keislaman di ruang publik virtual. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh kaum milenial saat ini adalah Instagram, yang menyajikan beragam informasi mulai dari fashion, berita selebriti, hobi, hingga dakwah Islam. Menerapkan kegiatan dakwah melalui media sosial seperti Instagram merupakan inovasi dalam menyampaikan ajaran Islam menuju era Revolusi Industri 4.0 (Zulaecha, 2023 dan Khamim, 2022).

Hasil observasi dan wawancara mendalam menunjukkan bahwa para dai digital telah

mengembangkan bentuk literasi digital yang mencakup pemahaman atas teknologi, audiens, konteks sosial digital, serta kesadaran etika dan teologis dalam menyampaikan dakwah berbasis Al-Qur'an. Tiga komponen utama literasi digital dalam konteks dakwah yang ditemukan dalam penelitian ini mencakup: (1) strategi adaptasi format konten dan platform, (2) otentisitas keilmuan dan referensialitas Qur'ani, dan (3) kemampuan teknis dalam produksi dan distribusi pesan dakwah.

1. Adaptasi Format Konten dan Platform

Salah satu indikator utama literasi digital yang ditemukan adalah kemampuan dai dalam menyesuaikan bentuk dakwah dengan karakteristik masing-masing platform media sosial. Di TikTok dan Instagram Reels, konten dakwah dikemas dalam durasi sangat singkat (umumnya 60-90 detik) dengan gaya bahasa yang lugas, ringan, dan diselingi elemen visual seperti teks berjalan, animasi ringan, serta ekspresi mimik yang ekspresif. Penggunaan format ini disesuaikan dengan algoritma platform yang lebih memprioritaskan video pendek dan menarik secara visual untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi (Maharani, 2025).

Gaya penyampaian dalam konten dakwah tersebut umumnya bersifat lugas dan ringan, menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami. Untuk mendukung daya tarik visual, para dai memanfaatkan elemen tambahan seperti teks berjalan, animasi ringan, latar musik yang tidak mengganggu substansi pesan, serta ekspresi mimik yang ekspresif (Abdurrahman, 2024). Tujuannya adalah agar pesan dakwah tetap tersampaikan dengan baik tanpa kehilangan minat audiens yang terbiasa dengan konten-konten cepat dan menghibur. Strategi ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya menuntut penguasaan materi keislaman, tetapi juga kepekaan terhadap dinamika komunikasi digital masa kini.

Sementara itu, di platform seperti YouTube, dai cenderung menyampaikan materi secara lebih sistematis dan panjang (5-15 menit), dengan topik yang lebih mendalam seperti tafsir surat tertentu, respons terhadap fenomena sosial, atau dialog interaktif berbasis ayat. Strategi ini menunjukkan bahwa para dai memahami konsep platform literacy, yaitu kecakapan dalam mengenali ekosistem digital tertentu dan merancang pesan secara optimal sesuai karakter pengguna dan algoritma masing-masing platform (Qodriyah, 2021).

2. Otentisitas Keilmuan dan Referensialitas Qur'ani

Implementasi literasi digital dalam konteks dakwah Islam tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis dalam mengelola dan memproduksi konten digital, tetapi juga mencakup aspek keilmuan yang mendalam. Para dai digital dituntut untuk tidak sekadar memahami cara

kerja media sosial, tetapi juga mampu menghadirkan isi dakwah yang berbasis pada sumber-sumber otoritatif dalam Islam (Raharjo, 2024). Dalam penelitian ini, para dai umumnya menyertakan kutipan ayat-ayat Al-Qur'an secara eksplisit, baik melalui narasi verbal dalam video maupun melalui visualisasi teks yang ditampilkan di layar. Penyisipan ayat-ayat ini memperlihatkan upaya untuk mempertahankan otentisitas ajaran Islam di tengah pendekatan komunikasi yang adaptif terhadap era digital.

Lebih dari itu, sebagian besar dai juga mencantumkan sumber tafsir yang mereka gunakan untuk menjelaskan ayat-ayat tersebut. Beberapa di antaranya merujuk pada Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, yang dikenal dengan pendekatan kontekstual dan moderat, serta Tafsir Ibnu Katsir yang lebih bersifat tekstual dan klasik. Kedua rujukan ini sering kali dikaitkan dengan isu-isu kekinian seperti parenting Islami, relasi sosial antarindividu, hingga etika dalam bermedia sosial. Dengan cara ini, para dai tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan secara normatif, tetapi juga berupaya melakukan reinterpretasi makna ayat agar relevan dengan kebutuhan dan tantangan masyarakat Muslim digital saat ini.

Langkah ini menunjukkan pergeseran peran dai dari sekadar penyampai ulang (transmitter) pesan agama menjadi penafsir (interpreter) aktif yang menyelaraskan antara teks keagamaan dengan konteks audiensnya. Hal ini sangat penting dalam era informasi, di mana otoritas keagamaan tidak lagi bersifat tunggal dan top-down, tetapi bersaing di ruang publik digital yang terbuka dan plural. Praktik ini sejalan dengan prinsip literasi digital religius, yaitu integrasi antara penguasaan teknologi digital dengan tanggung jawab epistemik dalam menyampaikan ajaran Islam secara sahih, etis, dan kontekstual (Nurulita, 2021).

3. Penguasaan Teknik Produksi dan Visualisasi Konten Dakwah

Aspek terakhir dari implementasi literasi digital adalah kemampuan teknis para dai dalam memproduksi konten yang secara visual menarik namun tetap bermuatan nilai-nilai Qur'ani. Konten dakwah tidak hanya disampaikan dalam bentuk ceramah konvensional, tetapi juga melalui storytelling, monolog kreatif, bahkan sketsa dakwah yang diiringi teks ayat dan narasi. Beberapa dai juga menggunakan subtitle otomatis, desain grafis menarik, serta pemilihan musik latar bebas instrumen untuk menjaga nuansa keislaman dalam konten. Kemampuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital hari ini menuntut perpaduan antara kompetensi teologis, komunikasi visual, dan kemampuan naratif yang kontekstual. Dengan menguasai teknik produksi konten, para dai mampu menghadirkan wajah Islam yang teduh, mudah diakses, dan relevan dengan generasi muda digital yang lebih menyukai pendekatan visual dan narasi ringan

Temuan ini mendukung gagasan bahwa literasi digital bukanlah sekadar kemampuan mengakses atau menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup dimensi kritis, kreatif, dan etis dalam penggunaan media untuk tujuan pendidikan atau dakwah. Dalam konteks dakwah berbasis Al-Qur'an, literasi digital menjadi instrumen penting yang memungkinkan pesan-pesan ilahi menjangkau ruang publik baru secara luas dan bermakna (Nurulita, 2021).

B. Tantangan Dakwah Berbasis Al-Qur'an di Media Sosial

Media sosial menawarkan peluang luas untuk menyebarluaskan dakwah Qur'ani, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan signifikan yang dihadapi oleh para dai dalam mengimplementasikan dakwah digital. Tantangan-tantangan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh ranah etika dakwah, tekanan algoritma, respon audiens, serta risiko komersialisasi pesan keagamaan. Keempat aspek ini menjadi hambatan struktural dan kultural yang memengaruhi substansi serta keberlangsungan dakwah Al-Qur'an di media sosial (Raharjo, 2024 dan Nurulita, 2021).

1. Tekanan Algoritma dan Logika Viralitas

Salah satu tantangan utama yang diungkap oleh para informan adalah tekanan untuk memenuhi logika algoritma media sosial. Algoritma platform seperti TikTok dan Instagram didesain untuk menampilkan konten yang cepat menarik perhatian, memiliki engagement tinggi, dan mampu menimbulkan respons emosional (Hasanah, 2025). Hal ini seringkali bertentangan dengan karakteristik dakwah Qur'ani yang bersifat reflektif, kontemplatif, dan memerlukan pemahaman mendalam. Para dai menyampaikan bahwa konten yang terlalu padat dalil atau panjang cenderung memiliki jumlah penonton rendah. Akibatnya, beberapa dai merasa terdorong untuk menyederhanakan materi secara berlebihan, menggunakan judul *clickbait*, atau mengadopsi gaya komunikasi yang sensasional demi menjangkau audiens lebih luas. Tekanan ini menimbulkan dilema etis: apakah keberhasilan dakwah diukur dari jumlah viewers dan likes, atau dari pemahaman dan internalisasi pesan Al-Qur'an oleh audiens. Terlebih dorongan tersebut juga terkait dengan komersialisasi dakwah yang sering menafikan aspek humanism, pembebasan dan transendensi (Yuwafik, 2025).

Tantangan lain yang mencuat adalah fragmentasi audiens media sosial yang sangat heterogen—baik dari sisi usia, tingkat literasi keagamaan, hingga orientasi ideologis. Para dai mengakui bahwa menyampaikan dakwah berbasis Al-Qur'an di ruang publik digital seringkali menghadapi respons yang beragam, bahkan kontradiktif. Beberapa konten dengan kutipan ayat

atau penafsiran tertentu bisa menimbulkan polemik, tuduhan bid'ah, atau bahkan serangan verbal dari kelompok tertentu. Sebagaimana dijelaskan oleh Campbell, ruang digital keagamaan sering kali menjadi arena negosiasi otoritas, di mana berbagai aktor (ulama, dai muda, selebgram hijrah, hingga netizen anonim) saling mengklaim kebenaran dan legitimasi dalam menafsirkan teks suci (Zuhri, 2021). Hal ini mempersulit dai dalam menjaga moderasi dakwah dan mempertahankan otentisitas Qur'ani di tengah derasnya narasi yang bersifat eksklusif, sektarian, atau bahkan politis.

2. Komersialisasi dan Tantangan Keikhlasan

Media sosial hari ini bukan hanya ruang ekspresi spiritual, tetapi juga arena ekonomi digital. Banyak dai digital yang memperoleh penghasilan dari konten dakwah melalui monetisasi YouTube, endorsement, atau kolaborasi dengan brand islami. Meskipun hal ini tidak serta-merta salah, beberapa informan menyatakan kegelisahan terhadap kecenderungan komersialisasi dakwah, di mana motivasi finansial bisa mengaburkan niat ikhlas dan mereduksi dakwah menjadi komoditas pasar (Yuwafik, 2025). Konten yang viral sering kali lebih dihargai ketimbang yang substansial, sehingga mendorong sebagian dai untuk memproduksi konten yang menghibur, kontroversial, atau mengikuti tren, meski minim kedalaman teologis. Dalam konteks ini, tantangan terbesar bukan hanya bagaimana menyampaikan ayat Al-Qur'an secara benar, tetapi juga bagaimana menjaga kesucian dakwah dari motivasi profit semata. Dakwah di media sosial, karenanya, menghadapi risiko menjadi semacam "industri spiritual" yang kehilangan ruh profetiknya (Zuhri, 2021).

3. Keterbatasan Literasi Digital Audiens

Tantangan dakwah digital tidak hanya berasal dari sisi para dai sebagai penyampai pesan, tetapi juga dari audiens sebagai penerima pesan. Salah satu persoalan utama adalah keterbatasan literasi digital dan literasi keagamaan di kalangan sebagian besar pengguna media sosial. Literasi digital mencakup minat, sikap, dan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan teknologi dan alat komunikasi digital untuk mengakses, mengelola, mengevaluasi informasi, serta membangun pengetahuan baru guna berkomunikasi dan berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat (Marzuki, 2020).

Banyak pengguna cenderung mengonsumsi konten dakwah secara instan dan sepenggal, seperti potongan ayat Al-Qur'an atau cuplikan ceramah pendek, tanpa keinginan untuk menelusuri konteks dan makna mendalam dari pesan tersebut (Marzuki, 2020). Hal ini berisiko menciptakan miskonsepsi terhadap ajaran Islam, serta memperkuat pola pikir yang sempit, hitam-

putih, atau bahkan ekstrem dalam memahami agama. Lebih lanjut, beberapa dai dalam berbagai studi menyatakan bahwa audiens sering kali lebih fokus pada aspek estetika atau performatif dari seorang penceramah—seperti gaya berpakaian, intonasi suara, ekspresi wajah, dan desain visual video—dibandingkan substansi pesan dakwah yang disampaikan. Dalam konteks ini, substansi teologis dan moral dari dakwah menjadi kabur, tergantikan oleh penilaian superfisial yang dibentuk oleh budaya visual media sosial. Situasi ini menunjukkan adanya disonansi antara niat edukatif dai dan perilaku konsumtif audiens, yang lebih mengedepankan aspek hiburan atau tren daripada pencarian ilmu yang mendalam (Manik, 2025).

Dalam menghadapi tantangan ini, para dai dituntut untuk menjalankan peran ganda: tidak hanya sebagai komunikator dakwah, tetapi juga sebagai pendidik literasi digital. Mereka perlu secara aktif mendorong audiens untuk menjadi konsumen dakwah yang cerdas, kritis, dan aktif—yakni dengan membiasakan diri untuk membaca secara utuh, memverifikasi sumber informasi, serta memahami konteks ayat dan hadis secara menyeluruh. Literasi digital dalam dakwah dengan demikian harus bersifat dua arah: dari dai sebagai penyampai pesan yang bertanggung jawab, dan dari audiens sebagai penerima pesan yang partisipatif dan reflektif (Uyuni, 2023).

C. Strategi Penguatan Dakwah Qur'ani di Era Digital

Seiring masifnya transformasi digital dan meluasnya penggunaan media sosial sebagai ruang komunikasi publik, dakwah berbasis Al-Qur'an dituntut untuk beradaptasi secara strategis dan inovatif dengan perubahan lingkungan digital (Uyuni, 2023). Adaptasi ini tidak hanya menyangkut penggunaan teknologi, tetapi juga menyangkut integritas nilai dakwah serta efektivitas dalam menyampaikan pesan yang Qur'ani, kontekstual, dan membumi. Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat tiga strategi utama dalam memperkuat dakwah Qur'ani di era digital: 1. peningkatan kapasitas literasi digital religius, 2. pengembangan ekosistem dakwah kolaboratif, dan 3. reorientasi konten dakwah berbasis nilai transformatif Al-Qur'an.

1. Peningkatan Kapasitas Literasi Digital Religius

Literasi digital religius merupakan kemampuan mengakses, memahami, dan memproduksi informasi keagamaan secara bertanggung jawab melalui media digital. Dalam konteks dakwah, hal ini mencakup kemampuan dai dalam mengemas pesan-pesan Qur'ani ke dalam format digital yang menarik, etis, dan ilmiah. Kecakapan ini meliputi aspek teknis (penguasaan media dan teknologi), aspek substantif (pemahaman keislaman dan tafsir), serta

aspek etis (kepekaan terhadap hoaks, ujaran kebencian, dan konten provokatif) (Marzuki, 2020). Pelatihan dai digital seperti yang dilakukan oleh MUI, Pusaka Digital NU, dan beberapa pesantren milenial merupakan contoh konkret dalam membekali para dai dengan literasi digital yang memadai.

2. Pengembangan Ekosistem Dakwah Kolaborasi

Dakwah Qur'ani di era digital tidak bisa bergantung pada individu semata, melainkan perlu dibangun melalui ekosistem dakwah yang kolaboratif. Kolaborasi ini mencakup kerja sama antara dai, lembaga dakwah, kreator konten muslim, dan platform media sosial. Ekosistem ini memungkinkan terwujudnya konten dakwah yang beragam, terstandar secara nilai, dan menjangkau audiens yang lebih luas (Hasanah, 2025). Misalnya, penggunaan kampanye dakwah tematik lintas platform dengan narasi Qur'ani yang disesuaikan untuk Instagram, YouTube, TikTok, dan podcast, menjadi strategi yang efektif menjangkau generasi digital. Strategi dakwah berbasis kolaborasi ini mampu menciptakan semangat ukhuwah dakwah dan menghindari polarisasi narasi agama di ruang publik digital. Selain itu, kolaborasi memungkinkan profesionalisasi dakwah, karena melibatkan berbagai keahlian teknis seperti desain grafis, pengelolaan media sosial, dan analisis algoritma.

3. Reorientasi Konten Dakwah Berbasis Nilai Qur'ani Transformatif

Konten dakwah yang bersifat normatif dan simbolik perlu ditransformasikan menuju pendekatan yang lebih substantif dan kontekstual (Syabibi, 2020). Reorientasi ini dilakukan dengan menitikberatkan pada nilai-nilai Qur'ani yang bersifat transformatif, seperti keadilan (*al-'adl*), rahmat (*rahmah*), persamaan (*musawah*), dan keberlanjutan (*istikhlaf*). Nilai-nilai tersebut relevan untuk mengatasi problematika sosial kontemporer seperti ketimpangan ekonomi, intoleransi, kerusakan lingkungan, dan diskriminasi. Shihab dalam karya tafsir tematiknya menekankan pentingnya mengaitkan pesan Al-Qur'an dengan isu aktual agar dakwah tidak terputus dari realitas umat. Misalnya, kampanye dakwah digital yang mengangkat isu lingkungan dengan rujukan QS. Al-A'raf: 31 tentang larangan berlebih-lebihan, atau menyuarakan keadilan sosial dengan rujukan QS. An-Nahl: 90 yang menegaskan keadilan dan ihsan sebagai inti syariat, menunjukkan relevansi transformatif dakwah Qur'ani. Pendekatan ini memperluas cakrawala dakwah dari sekadar ritual ke arah aksi sosial Qur'ani yang konkret (Shihab, 2007).

Kesimpulan

Dakwah berbasis Al-Qur'an di era digital mengalami pergeseran bentuk dan pendekatan akibat transformasi teknologi dan perubahan perilaku komunikasi masyarakat. Literasi digital

tidak hanya menjadi prasyarat teknis, tetapi juga merupakan instrumen kunci dalam memastikan bahwa pesan dakwah tetap otentik, kontekstual, dan menjawab tantangan zaman. Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa peran literasi digital sangat signifikan dalam memfasilitasi proses dakwah yang Qur'ani di media sosial, baik dari sisi produksi, penyampaian, maupun penerimaan pesan oleh masyarakat digital. Implementasi dakwah Qur'ani di media sosial menunjukkan adanya dinamika antara idealisme nilai dan pragmatisme media. Di satu sisi, media sosial menjadi sarana efektif untuk menyebarluaskan ajaran Al-Qur'an kepada khalayak luas; di sisi lain, ia juga membuka ruang bagi terjadinya distorsi makna, misinformasi keagamaan, hingga banalitas pesan. Karena itu, dibutuhkan strategi penguatan dakwah Qur'ani yang tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga memperkuat nilai, jejaring, dan substansi kontennya.

Daftar Pustaka

Abdurrahman, A., Santoso, B., & Sos, S. (2024). *Konten Animasi Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ taarts_gram Januari–Maret 2023)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Afifi, S. (2022). *Dakwah Undisrupted: Resiliensi Komunikasi Dakwah di Era Pandemi*. UII Press.

Ajie Febrizky Akbar, A. (2025). *Representasi Citra Politik Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden Indonesia Pada Pilpres 2024 Di Tiktok* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Alfani, M., & Anwar, L. (2024). Kontekstualisasi Hadis Dalam Era Digital: Retorika Dan Otoritas Keagamaan Influencer Dakwah Di Media Sosial. *Universum*, 18(2). <https://doi.org/10.30762/universum.v18i2.2611>.

Haluti, F., Judijanto, L., Apriyanto, A., Hamadi, H. H., Bawa, D. L., & Kalip, K. (2025). *Moderasi Beragama: Menciptakan Suasana Kondusif Keberagaman Agama di Indonesia*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Hakim, F., & Harapandi Dahri. (2025). Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(1), 187–206. <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>

Hasanah, Risqiatul (2025), *Dakwah Multimedia*, Pamekasan: Alifba Media

Hasanah, R., & Sos, M. (2025). *Revitalisasi Dakwah dalam Era Pop Culture Pada Gen Z*. Surabaya: Pena Cendekia Pustaka.

- Hasjimi, A. (1994), "*Dustur Dakwah dalam Al-Qur'an*," Jakarta: Bulan Bintang
- Iskandar, H. (2018). *Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri (AIS) Banyuwangi Melalui Literasi Digital Santri*. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Khamim, M. (2022). Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19. An Nur: Jurnal Studi Islam, 14(1), 25-43. <https://doi.org/10.37252/annur.v14i1.230>
- Maharani, A. S., & Surahman, C. (2025). Efektivitas Aplikasi Tiktok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital. IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 3(3), 01-07. <https://doi.org/10.59841/ihsanika.v3i3.2781>
- Mahfuz, Syekh Ali, t.t. "*Hidayah Al Mursyidin ila Thuruq al-Wa'adzi Wa Al Khitabah*," Beirut: Dar Al Ma'rifah.
- Manik dkk (2025). Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok. Jurnal Syiar-Syiar, 5(1), 104-121. <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1778>
- Marzuki dkk, Literasi Digital: Sumber Paham Keagamaan Pada Mahasiswa Penghafal Al-Qur'ān Di Ptiq Jakarta. (2020). *Penamas*, 33(1), 77-94. <https://doi.org/10.31330/penamas.v33i1.381>
- Munir, M dan Wahyu Ilahi. (2015), "*Manajemen Dakwah*," Jakarta: Kencana.
- Nurulita, N. (2021). *Penyuluhan agama di era digital*. Bandung, Lekkas.
- Qodriyah, S. L. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official). *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (Jasika)*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.14>
- Raihani, F., Kamilul, I., & Farhan, M. (2025). Dakwah Digital Dan Perubahan Sosial Anak Muda: Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial. *Nashr Al-Islam: Jurnal Kajian Literatur Islam*, 7(2).
- Raharjo, N. P., Kom, S., & Kom, M. I. (2024). *Literasi Digital Dakwah: Pedoman dalam Melakukan Dakwah di Era Digital*. Pasuruan; Basya Media Utama.
- Sirajuddin, S. (2020). *Buku Literasi Moderasi Beragama Di Indonesia*. Bengkulu: Penerbit. Zigie Utama.
- Syabibi, M. R. (2020). "*Diskursus Pribumisasi Islam Di Ruang Publik: Dakwah Abdurrahman Wahid Perspektif Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas*. Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- ~~Shihab, M. Q. (1996). *Wawasan Al-Quran: Tafsir tematik atas pelbagai persoalan umat*. Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam~~

Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial - Marlenda, Bashori

Bandung: Mizan Pustaka.

Uyuni, B. (2023). *Media dakwah era digital*. Jakarta: Penerbit Assofa.

Yuwafik, Muhammad Hamdan dkk (2025). Kontroversi Komersialisasi Dakwah: Perspektif Dakwah Profetik. *Jdariscomb: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 41–55. <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v5i1.3696>

Zuhri, A. M. (2021). *Beragama di Ruang Digital; Konfigurasi Ideologi dan Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Virtual*. Lamongan: Nawa Litera Publishing.

Zulaecha, N. N., Hafidz, H., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534-547. DOI: <https://doi.org/10.51278/aj.v5i2.763>