



Mengoptimalkan Potensi Komunikasi Dakwah di Era Digital untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Agama Islam

Muhammad Hanif¹, Sabila Husna², Vicha Salmiati³

^{1 2 3}UIN Imam Bonjol Padang

Correspondence Email: muhammadhanif@uinib.ac.id

ABSTRACT

Communication has developed very rapidly nowadays, so everything can be accessed easily through digital media which is a communication tool that is widely used today. Da'wah cannot be separated from communication, in the process of da'wah there is communication, in essence communication plays an important role in da'wah activities, especially in the digital era, whether the da'wah process delivered by the da'i is successful or not is determined by communication factors, good communication skills are an asset for da'wah. 'i to convey da'wah messages effectively and efficiently. However, can digital media convey the preaching information conveyed by the preachers correctly and can be easily understood by the public to make it a lesson? After analyzing the problems that occurred, it can be concluded that. Communication has three important roles in the world of da'wah in the digital era. First, helping preachers understand the character of society in the digital era. Second, ensuring the delivery of da'wah messages to the public effectively. Third, play a role in conveying da'wah messages to all levels of society in the digital era.

Keyword : Communication, Da'wah, Digital, Learning.

ABSTRAK

Komunikasi memiliki perkembangan yang sangat pesat saat ini segala sesuatu dapat diakses dengan mudah melalui media digital yang merupakan alat komunikasi yang banyak digunakan pada saat ini. Dakwah tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, dalam proses dakwah terdapat komunikasi, pada hakikatnya komunikasi memegang peranan penting dalam kegiatan dakwah, apalagi di era digital, berhasil tidaknya proses dakwah disampaikan oleh da'i ditentukan oleh faktor komunikasi, kemampuan komunikasi yang baik menjadi modal bagi da'i untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif dan efisien. Namun dapatkah media digital menyampaikan informasi dakwah yang disampaikan oleh para da'i dengan benar dan dapat difahami dengan mudah oleh masyarakat untuk menjadikannya pembelajaran. Setelah dilakukan analisis terhadap masalah yang terjadi dapat disimpulkan bahwa. Komunikasi memiliki tiga peran penting dalam dunia dakwah di era digital. Pertama, membantu da'i dalam memahami karakter masyarakat di era digital. Kedua, memastikan penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif. Ketiga, berperan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada seluruh lapisan masyarakat di era digital.

Kata kunci: Komunikasi, Dakwah, Digital, Pembelajaran

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan di masyarakat, interaksi merupakan salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, dan dalam interaksi tersebut proses komunikasi memegang peranan penting. Baik tidaknya interaksi dalam masyarakat ditentukan oleh cara individu membangun komunikasi dengan manusia lainnya. (Fahruch,dkk,2017).

Perkembangan zaman yang semakin meningkat juga menjadi pemicu berkembangnya alat komunikasi apalagi media sosial sudah menjadi trend umum di masyarakat, masyarakat tidak lagi harus menunggu jadwal berita di televisi untuk mengakses informasi, kini setiap detik informasi lewat di tangan smartphone yang dimiliki hampir setiap orang. (Anazuhriah 2019).

Pada saat ini masyarakat dengan menggunakan internet menjadi media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan mulai dari persoalan sosial pendidikan bahkan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar kehidupan, keilmuan, ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekali pun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. "Google" seringkali dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama dalam memperoleh pengetahuan keagamaan (Basit, 2013).

Namun penggunaan internet dalam mengakses berbagai informasi tidak dapat dipercaya secara keseluruhannya seperti ketika manusia masih mengandalkan informasi dari televisi manual, radio, dan surat kabar, relatif mendapatkan informasi yang cukup, informasi tidak datang setiap detik seperti saat ini, ada saat-saat tertentu manusia dapat mengakses informasi berupa berita, keadaan ini memberikan ruang bagi siapa saja yang mengakses berita untuk terlebih dahulu memikirkan kebenaran suatu informasi sebelum

memutuskan untuk mempercayainya. Tentunya manusia tidak bisa dipaksa untuk menjalani kehidupan seperti sebelum datangnya era digital dan media sosial. Kehidupan manusia selalu bergerak maju, itu sudah merupakan hukum alam peradaban, dan ilmu pengetahuan yang terus berkembang merupakan faktor pendukung agar peradaban manusia terus maju. (Puspita, 2017)

Setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi berharap pesan yang disampaikan dipahami dengan baik oleh penerima pesan. Untuk mewujudkan hal tersebut, pengirim pesan harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, semakin baik kemampuan komunikasi seseorang maka semakin mudah pesan tersebut dapat dipahami oleh khalayak, dan informasi yang disampaikan dapat sampai ke pendengar tanpa pengurangan informasi yang berarti.

Sebaliknya, jika kemampuan komunikasi seseorang yang bertindak sebagai pengirim pesan rendah, maka terbukalah ruang bagi munculnya pemahaman yang berbeda dengan apa yang dimaksud oleh pengirim, informasi dapat dimaknai secara berbeda, jauh dari makna yang sebenarnya. Komunikator yang baik adalah seseorang yang dapat menyampaikan pesan verbal dan nonverbal sehingga terjadi komunikasi yang efektif.

Dakwah merupakan kegiatan penting dalam dunia Islam, dakwah memiliki pengaruh besar terhadap perluasan ajaran Islam. Ajaran Islam yang sampai ke Nusantara tidak lepas dari kegigihan perjuangan dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah Islam. Dakwah merupakan yang ajakan untuk beriman kepada Allah SWT berdasarkan akidah dan hukum Islam. (Sasono, 1998)

Perintah untuk melakukan dakwah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam beberapa ayat, misalnya dalam Surah Ali Imran ayat 104 "Dan hendaklah di antara kamu ada sekelompok orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh orang-orang yang baik dan mencegah orang-orang yang jahat, merekalah orang-orang yang beruntung" (QS. 3:104). Ayat ini dengan tegas menegaskan bahwa di kalangan umat Islam pasti ada sekelompok orang yang bertugas melakukan dakwah dengan mengajak kebajikan, menasehati orang-orang yang ma'ruf, dan mencegah terjadinya keburukan. Masalah dakwah juga dibahas dalam Surat An-Nahl ayat 125 "Ajaklah manusia ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk" (QS. 16: 125). Dalam ayat ini Allah memberikan petunjuk kepada Nabi Muhammad SAW tentang cara berdakwah, bahwa dakwah harus dilakukan bukan untuk kepentingan pribadi dai melainkan untuk agama Allah SWT. Allah juga memerintahkan Rasulullah untuk menyampaikan dakwah dengan hikmah, yaitu dakwah dengan ilmu yang berkaitan dengan manfaat, rahasia, dan maksud dari wahyu Allah dengan cara yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi agar masyarakat mudah memahaminya. (Zulkarnain, 20)

Proses dakwah pada dasarnya berisi kegiatan komunikasi, dalam berdakwah seorang da'i tentunya berharap agar materi dakwah yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh umat. Dakwah sebagai ikhtiar menyampaikan informasi tentang nilai-nilai Islam tentunya membutuhkan proses komunikasi yang baik agar pesan da'i dapat sampai ke masyarakat tanpa proses pengurangan informasi tentang nilai-nilai Islam. Isi ajaran Islam yang didakwahkan

oleh da'i merupakan kumpulan pesan yang telah diolah dan kemudian dikomunikasikan kepada manusia. Di sisi lain, pengaruh komunikasi dalam dunia dakwah menjadi sangat mendesak karena tidak semua informasi keagamaan berbentuk tersurat, sebagian informasi tersebut berupa pesan tersirat yang biasanya muncul dalam bentuk simbol-simbol. Untuk memberikan penjelasan yang lengkap tentang informasi yang tersirat, diperlukan kemampuan komunikasi yang baik. (Markarma, 2014)

Beberapa permasalahan serius menjadi tantangan dalam dunia dakwah di era digital, dan semua tantangan tersebut merupakan permasalahan yang perlu dihadapi;

Pertama, penyebaran kejahatan yang semakin berpotensi mendominasi ruang digital. Munculnya era digital memudahkan penyebaran konten, termasuk konten yang mengandung hal-hal yang tidak baik, misalnya konten perjudian dan pornografi yang sangat mudah menyebar luas di ruang digital. Konten yang mengandung keburukan memiliki daya rusak yang sangat tinggi terhadap masyarakat, khususnya umat Islam.

Kedua, reformulasi model dakwah, sebelum datangnya era digital, kegiatan dakwah lebih banyak dilakukan secara tatap muka dengan menghadirkan orang-orang di masjid atau di tempat terbuka tentunya jangkauan dakwah. Penting untuk menciptakan model dakwah yang mengikuti semangat zaman di era digital.

Ketiga, pengertian objek dakwah, objek dakwah adalah masyarakat, dalam hal ini masyarakat di era digital, permasalahan yang terkadang muncul karena tidak semua da'i dapat memahami dengan baik karakteristik masyarakat di era digital, tanpa disadari mereka sedang berdakwah masyarakat pra-digital, situasi ini dapat memicu jarak masyarakat dari panggilan dakwah.

Dengan berbagai permasalahan tersebut, muncul pertanyaan tentang solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan dalam dunia dakwah di era digital dan sejauh mana peran komunikasi dalam dunia dakwah di era digital.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunaannya tiada hari tanpa membuka media sosial. Pentingnya pengawasan dari orang tua terhadap anak dan cara masyarakat dalam memilih konten yang dapat mendidik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial sebagai alat komunikasi yang perkembangannya sangat pesat pada saat ini. Menjelaskan mengenai apa saja pengaruh media sosial bagi masyarakat. Pengaruh media sosial terhadap perkembangan dakwah yang menjadi pembelajaran agama islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam bentuk kajian literatur, dan telah menelaah ayat-ayat yang membahas dakwah secara sistematis untuk dijadikan sebagai landasan membangun narasi guna memperkuat temuan dalam penelitian.

Studi literatur juga dilakukan terhadap naskah-naskah akademik berupa jurnal, buku, dan artikel yang membahas tentang komunikasi, dakwah,

dan era digital. Kajian terhadap ayat-ayat Al-Qura'n, jurnal, buku, dan artikel diharapkan dapat melahirkan perspektif baru tentang hubungan komunikasi dan dakwah di era digital.

Tahapan pertama dengan mengamati dampak-dampak yang disebabkan oleh pesatnya perkembangan media sosial pada saat ini. Tahapan selanjutnya pengumpulan data melalui jurnal, artikel dan buku.

Menganalisis data yang terkumpul dan mengemukakan ide-ide pokok menyusun kerangka pemikiran, menyusun perangkat metodologi, analisis data dan interpretasi data. Lebih jelasnya, **pertama**, tahap menentukan masalah penulis terlebih dahulu mengidentifikasi masalah sesuai dengan tema kajian yaitu Mengoptimalkan Potensi Komunikasi Dakwah di Era Digital untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Agama Islam. **Kedua**, tahap menyusun kerangka pemikiran kerangka dengan mengemukakan konsep upaya yang dapat mengoptimalkan potensi komunikasi dakwah di era digital untuk meningkatkan pembelajaran dan semua hal yang terkait yang ada dalam sumber data yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam era digital, komunikasi dakwah telah mengalami perkembangan yang luas. Media sosial, situs web, dan aplikasi seluler telah menjadi alat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas.(Pababbari,dkk2023).

Para pendakwah harus bisa menampilkan konten dakwah yang menarik, interaktif, mudah diakses dan dapat di fahami oleh siapapun yang melihatnya melalui berbagai platform digital yang dapat menarik minat dan partisipasi semua kalangan dalam proses pendidikan Islam.(Toni,dkk)

Beberapa peluang yang diidentifikasi dalam komunikasi dakwah ini termasuk akses lebih mudah ke informasi agama, keterlibatan aktif komunitas dakwah, dan pengembangan jaringan dakwah yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi juga memungkinkan dakwah menjadi lebih inklusif dan dapat menjangkau beragam lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil. Tetapi masyarakat harus tetap selektif dalam menerima apa yang di sampaikan.

Inovasi Dakwah di Era Digital

Dakwah di era digital menuntut mubaligh untuk kreatif dalam berinovasi. Untuk menghadapi tiga persoalan mendasar dalam dunia dakwah di era digital, beberapa inovasi dapat dilakukan;

Pertama, tentang penyebaran kejahatan yang semakin masif dan mudah. Untuk mengatasi masalah tersebut, perlu adanya keseimbangan kekuatan pada aspek pendistribusian konten, artinya para mubaligh harus memproduksi konten dakwah sebanyak-banyaknya, dan jumlah konten dakwah yang disalurkan melalui perangkat digital harus ditingkatkan dalam jumlah.

Dari sudut pandang teori dominasi, sesuatu dapat mendominasi persaingan karena tidak ada lawan yang lebih kuat, inilah asal mula dominasi di ruang digital. Akibatnya masyarakat lebih sering diisi dengan konten-konten yang mengandung keburukan daripada konten yang baik bernuansa dakwah, seharusnya konten dakwah diproduksi jauh lebih masif sehingga mendominasi ruang digital agar masyarakat memiliki kesempatan untuk mengakses lebih banyak konten dakwah.

Agar konten dakwah di ruang digital bisa maksimal dan lebih baik, syarat utamanya adalah para da'i harus familiar dengan perangkat digital termasuk media sosial di dalamnya, tidak hanya familiar namun da'i juga harus memahami

bagaimana memproduksi konten di ruang digital tersebut. (Sumadi, 2017).

Tidak tepat bagi para da'i untuk menjauhkan diri dari ruang digital, termasuk menjauhkan diri dari ruang media sosial, tindakan seperti ini biasanya dilatarbelakangi oleh ketakutan bahwa aktivitas di ruang digital dapat membawa kerusakan bagi da'i itu sendiri, cara pandang ini adalah kurang tepat, walaupun merasa ruang digital berpotensi didominasi oleh kejelekan maka para da'i harus mengaktifkan dakwah di ruang digital agar tidak terjadi potensi dominasi oleh kejahatan. Konten dakwah di ruang digital tidak cukup diproduksi secara masif, namun kontennya juga harus dibuat menarik dan mengakomodasi kecenderungan masyarakat di era digital yang menyukai hal-hal yang instan dan sederhana, hal ini bentuk dakwah yang menyelaraskan diri dengan semangat zaman. (Syarif dkk, 2018)

Kedua, perlu dilakukan inovasi dalam aspek reformulasi model dakwah, model dakwah sebelum datangnya era digital yang banyak dilakukan di masjid-masjid atau tempat-tempat yang perlu dilakukan reformulasi. Seharusnya model dakwah di era digital banyak memanfaatkan perangkat digital. Media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, TikTok, dan Facebook seharusnya bisa dimanfaatkan oleh para da'i sebagai sarana dakwah.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah cukup beralasan mengingat Indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya pengguna media sosial cukup tinggi, artinya mayoritas masyarakat Indonesia sudah mengenal media sosial, tidak hanya pada level generasi milenial namun pasca-milenial juga relatif aktif di media sosial. misalnya mereka yang berusia di atas 40 tahun.

Mayoritas masyarakat Indonesia tidak pernah melewatkan satu hari pun tanpa memiliki waktu tertentu untuk mengakses media sosial pada hari itu. Pemanfaatan media sosial sebagai platform dakwah memungkinkan para da'i berkreasi pada ceruk dakwah yang sangat luas, melintasi berbagai segmen usia, mulai dari anak-anak, remaja, dan dewasa hingga lansia.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah juga penting untuk memperluas jangkauan dakwah, salah satu kendala dakwah di masa lalu adalah keterbatasan jangkauan. Dakwah dengan metode ceramah yang berlangsung di masjid-masjid dan tempat-tempat terbuka tentunya memiliki jangkauan yang terbatas, rata-rata hanya bisa menjangkau jamaah masjid atau orang-orang yang tinggal di sekitar tempat dakwah itu dilaksanakan, bahkan orang-orang yang tinggal di sekitar tempat dakwah dilakukan seringkali tidak semuanya. hadiah.

Berdasarkan kondisi tersebut, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah merupakan solusi alternatif yang tepat untuk menyiasati jangkauan yang terbatas. Tidak diragukan lagi bahwa dakwah yang diselenggarakan di platform media sosial dapat menjangkau khalayak yang sangat luas, tidak hanya dari segi latar belakang tetapi juga dari segi kelas sosial dan ekonomi, yang semuanya dapat dijangkau dengan menggunakan platform media sosial. Daerah yang selama ini sulit dijangkau oleh para da'i karena hambatan alam, dengan menggunakan media sosial, dakwah dapat menjangkaunya. (Wibowo, 2019)

Masalah ketiga yang perlu dibenahi adalah pemahaman yang baik dan benar terhadap objek dakwah. Seorang dai harus memiliki kemampuan untuk memahami latar belakang, situasi, kondisi, dan realitas sosial masyarakat yang menjadi objek dakwahnya. Realitas sosial masyarakat di era digital tidak

sama dengan realitas sosial masyarakat sebelum datangnya era digital. Setidaknya ada dua ciri mendasar masyarakat digital yang tidak ditemukan pada era pra-digital. Pertama, menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, memiliki kebutuhan informasi yang tinggi. (Amir, 2012).

Penting untuk menganalisis kedua karakteristik ini. Ciri pertama menuntut para da'i untuk mengenal dan menguasai teknologi digital, minimal teknologi yang dianggap penting untuk mendukung kelancaran dakwah. Pada bagian ini, akan aneh jika para da'i masih berusaha menjauhkan diri dari teknologi digital hanya karena khawatir akan dampak negatif yang ditimbulkannya. Teknologi tergantung penggunaannya, jika pengguna menggunakannya untuk kebaikan maka teknologi juga akan membawa kebaikan, sebagai manusia yang berdakwah harus bisa menggunakan teknologi ke arah yang baik.

Mengenai ciri masyarakat digital yang kedua, yaitu memiliki kebutuhan yang tinggi akan informasi, kondisi ini merupakan peluang emas bagi kejayaan dakwah. Isi dakwah yang disampaikan oleh da'i kepada masyarakat bersifat menginformasikan, dapat dikatakan bahwa semua itu adalah informasi tentang bagaimana beriman kepada Allah SWT.

Kehidupan sebagian masyarakat yang hidup di era digital dan jauh dari ajaran Islam mungkin karena kurang mendapatkan informasi yang cukup tentang ajaran Islam. Bisa jadi mereka terlahir dari keluarga yang tidak mementingkan pendidikan agama bagi anak-anaknya, pada akhirnya mereka tumbuh dalam suasana yang minim informasi tentang agama.

Fenomena seperti ini banyak dijumpai di perkotaan dimana orang tua selalu sibuk dengan pekerjaan dan lalai dalam menanamkan nilai-nilai agama kepada anaknya, atau bisa juga mereka lahir dan besar di lingkungan yang tidak mempedulikan ajaran agama.

Secara umum, situasinya dapat bervariasi. Kebutuhan informasi yang tinggi menjadi pintu masuk bagi para mubaligh untuk memberikan informasi yang cukup kepada mereka yang dikemas dalam bentuk dakwah pada platform digital sehingga informasi keagamaan mereka dapat diakses dengan mudah pada platform digital.

Peran Komunikasi Dalam Dunia Dakwah di Era Digital

Komunikasi memegang peranan penting dalam dunia penuntutan di era digital. Berhasil tidaknya perjuangan dakwah di era digital ditentukan oleh faktor keterampilan komunikasi yang diterapkan oleh para da'i di lapangan. Mengingat pentingnya peran komunikasi yang krusial dalam perjuangan dakwah, apalagi di era yang hampir seluruh kehidupan manusia terhubung atau dipengaruhi oleh perangkat digital, maka kurang bijak bagi para pejuang dakwah untuk tidak memberikan perhatian khusus pada penguatan komunikasi keterampilan. Sukses dalam dunia dakwah adalah wajib, artinya dakwah harus berhasil membawa manusia untuk taat kepada Allah SWT, alat dibutuhkan untuk mencapai sesuatu yang wajib kemudian alat juga wajib, dalam hal ini komunikasi sebagai salah satu penentunya. keberhasilan dakwah wajib dikuasai karena komunikasi merupakan alat yang mengantarkan dakwah menuju keberhasilan.(Ibrahim, 2019)

Peran penting komunikasi dalam dunia dakwah di era digital dapat dijabarkan dalam beberapa poin penting;

Pertama, membantu da'i dalam memahami karakter masyarakat di era digital. Masyarakat bukanlah komunitas yang statis, sebaliknya masyarakat merupakan kumpulan manusia yang dinamis dan terus berkembang dalam segala aspek termasuk karakter.

Bersamaan dengan itu komunikasi sebagai bagian penting dalam kehidupan manusia juga terus mengalami perkembangan, perkembangan komunikasi berjalan seiring dengan perkembangan kehidupan manusia sehingga perkembangan teori dan praktek komunikasi merupakan perkembangan kehidupan manusia itu sendiri.

Bagi para da'i yang tidak mengikuti perkembangan komunikasi akan menemui kendala ketika berdakwah di masyarakat, hal ini dikarenakan komunikasi yang mereka gunakan masih komunikasi gaya lama meskipun menghadapi khalayak yang model komunikasinya sudah berubah.

Penguasaan model komunikasi terkini memungkinkan para da'i memahami karakter komunikasi yang digunakan masyarakat di era digital. Misalnya masyarakat di era digital senang dengan gaya komunikasi yang instan, dengan memahami model komunikasi ini maka da'i akan menyampaikan pesan dakwah dengan gaya komunikasi yang ringkas, padat, tidak disertai dengan bahasa yang rumit,(Nurlaela dkk, 2022) menerapkan gaya komunikasi singkat, padat, dan ringkas menyebabkan pesan dakwah lebih mudah diterima oleh masyarakat di era digital karena mengikuti gaya yang mereka bangun dalam berkomunikasi, sebaliknya jika pesan dakwah disampaikan dengan bahasa yang cukup rumit maka akan membuat masyarakat dalam era digital tidak tertarik dengan pesan-pesan dakwah.

Memang tidak ada yang salah dengan pesan dakwah, namun terjadi kesalahan dalam cara penyampaian pesan dakwah. Pada bagian ini dapat dipahami bahwa komunikasi berperan penting dalam memahami karakter masyarakat di era digital, terutama dalam kecenderungan komunikasinya.(Suheri,2018)

Kedua, komunikasi berperan penting dalam memastikan penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif. Tidak dapat dipungkiri bahwa terkadang dakwah disampaikan dengan tidak efektif, karena kemampuan komunikasi dai yang terbatas.

Beda halnya jika dakwah memiliki kemampuan komunikasi yang baik, ia dapat berdakwah secara efektif. Seorang da'i yang memiliki kualitas komunikasi yang baik dapat mengukur porsinya. Dari konten dakwah yang disampaikan, meskipun semua konten dakwah itu baik tetapi penyampaiannya perlu dilakukan secara rutin, banyak konten dakwah yang tidak tersampaikan dengan baik sekaligus karena orang akan kesulitan memahaminya, hal inilah yang disebut dengan kondisi tidak efektif. Contoh dakwah tentang sholat harus disampaikan secara berkala, dimulai dengan mengajak individu yang enggan untuk melaksanakan perintah sholat agar mau sholat, ketika dia memiliki kemauan untuk sholat, langkah selanjutnya adalah menyampaikan tata cara salat yang benar. Jadi ada tahapan dalam menyampaikan pesan dakwah, dakwah yang bertentangan dengan salah satu ajaran Islam tidak tepat untuk disampaikan sekaligus karena hasilnya tidak bisa efektif.(Suprianto, 2018)

Kemampuan mengukur kualitas dakwah dalam hal ini membuat tahapan dalam menyampaikan isi dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan berkomunikasi. Hal ini dikarenakan salah satu aspek penting dalam komunikasi adalah frekuensi dan kualitas pesan.(Kusuma dkk,2018)

Dalam komunikasi, satu pesan yang memiliki topik yang sama tidak harus disampaikan sekaligus dalam satu sesi, terkadang pesan dengan topik yang sama harus dipotong agar bisa tersampaikan sedikit demi sedikit dan dilaksanakan.

Dalam beberapa sesi, langkah ini perlu dilakukan dengan memperhatikan kondisi khalayak, mulai dari latar belakang usia, pendidikan, dan tingkat pengetahuan, hingga kondisi lapangan saat da'i menyampaikan pesan dakwah. Semua latar belakang ini perlu dipahami dengan baik oleh da'i. Pemahaman Dengan latar belakang tersebut membuka peluang bagi penyampaian dakwah secara efektif.

Ketiga, komunikasi berperan penting dalam menyampaikan pesan dakwah kepada seluruh lapisan masyarakat di era digital. Masyarakat di era digital terdiri dari berbagai segmen, dan pembagian segmen tersebut biasanya berdasarkan waktu lahir dan tingkat pengenalan perangkat digital.

Mereka yang lahir saat era digital sudah menjadi trend dalam kehidupan biasa disebut dengan generasi milenial, generasi ini ditandai dengan pengenalan yang sangat baik terhadap berbagai perangkat digital, bahkan sejak kecil generasi ini sudah akrab dengan perangkat digital.

Selanjutnya mereka yang lahir sebelum era digital berkembang pesat dan menjadi trend kehidupan, namun dalam perkembangan zamannya mereka juga mengalami dan merasakan dunia yang kemudian berubah menjadi era digital. Generasi ini lebih tepat disebut sebagai generasi pra-milenial, generasi ini juga memiliki akses terhadap perangkat digital namun penguasaan mereka dalam menggunakan perangkat digital tidak sebaik generasi milenial.(Sari, 2019)

Dua generasi segmen yang hidup di era digital ini tentunya menjadi objek dakwah, perlu diketahui bahwa model komunikasi dakwah yang serupa tidak mungkin diterapkan pada dua generasi segmen tersebut. Pada bagian ini keterampilan komunikasi berperan penting dalam menentukan model komunikasi yang tepat bagi generasi milenial dan pra-milenial. (Nashrillah, 2018)

Bagi generasi milenial, dakwah perlu disampaikan dengan mengakomodasi kecenderungan mereka, salah satunya yaitu dengan menggunakan bahasa yang bernuansa milenial dan tampil dengan kostum yang tidak terlalu formal, gaya ini telah diterapkan oleh para da'i yang pengikutnya berasal dari kalangan milenial. pra-digital, model dakwah yang diterapkan tentu berbeda. Generasi ini bisa menggunakan bahasa baku rakyat jelata dengan penjelasan yang berbobot namun tidak harus panjang lebar, sedangkan kostum yang digunakan masih seperti biasa sesuai standar penutup.

KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa potensi komunikasi dalam meningkatkan dakwah guna pembelajaran agama di era digital sangat besar dan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Strategi-strategi yang dapat diterapkan meliputi penggunaan media digital dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan, memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens, meningkatkan kualitas konten dakwah, dan meningkatkan keterampilan berbicara di depan kamera untuk berdakwah di media digital.

Selain itu, komunikasi juga memegang peran penting dalam dakwah di era digital, seperti membantu da'i dalam memahami karakter masyarakat, menyampaikan pesan dakwah secara efektif, dan untuk semua segmen

masyarakat. Dengan memanfaatkan potensi komunikasi dakwah di era digital, diharapkan pesan-pesan keagamaan dapat disebarkan dengan lebih efektif dan kualitas pembelajaran agama Islam dapat ditingkatkan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amir, Yasraf Piliang. "Masyarakat Informasi dan Digital." *Jurnal Socioteknologi* 11, no 27 (Desember 2012): 143-156.
- Anazuhriah. "Pengurangan Ketidakpastian Melalui Komunikasi Interpersonal Remaja Panti Asuhan." *Jurnal Common* 3, no 1 (Juni 2019): 34-51.
- AR,N.W.,Pababbari,M.,&Sastrawati,N.(2023).FUNGSIONALISASI BUDAYA LOKAL SEBAGAI ALTERNATIF SARANA DAKWAH DI ERA DIGITAL. *SHOUTIKA*,3(1)
- Basit, A. (2013). *Dakwah Cerdas di Era Modern*. Jurnal Komunikasi Islam.
- Dermawan, Andi. *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI, 2002.
- Fachrul, Zikri Nurhadi dan Achmad Wildan Kurniawan. "Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi." *Jurnal Komunikasi* 3, no 1 (April 2017): 90-95.
- Ibrahim, Duski. *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqh)*. Palembang: Noerfikri. 2019.
- Naila Mafayiziya Hayat, Zaenal Abidin Riam 240 | *IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*| Volume 5 No. 02 2022
- Kusuma, Nabila Vardhani dan Agnes Siwi Purwaning Tyas. "Strategi Komunikasi dalam Interaksi

- dengan Mahasiswa Pertukaran Asing." *Gama Societa* 2, no 1 (Mei 2018): 916.
- Littlejohn, Stephen. W. & Foss, Karen. A. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Markarma, A. "Komunikasi Dakwah Efektif dalam Perspektif Al-Qur'an." *Hunafa* 11, no 1 (Juni 2014): 128-151 MG,
- Nashrillah. "Aktualisasi Dakwah Da'i Milenial di Ruang Maya." *Islam Futura* 18, no 1 (Agustus 2018): 105-126.
- Puspita, Dinar Dewi. "Mencapai Puncak Peradaban dan Karakter Bangsa dengan Budaya Ilmiah Baca Tulis." *Jurnal Pustaka Ilmiah* 3, no. 1 (Juni 2017): 275-280.
- Sari, Sapta. "Literasi Media pada Generasi Milenial di Era Digital." *Professional* 6, no 2 (Desember 2019) 30-42.
- Sasono, Adi. *Solusi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1998. Suheri. "Peran Komunikasi Publi dalam Menyampaikan Dakwah." *Jurnal Network Media* I, no 2 (Agustus 2018): 1-34.
- Sumadi, Eko. "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *At-Tabsyir* 4, no 1 (Juni 2016): 173-190.
- Suparta, Munzier dan Harjani Hefni. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Supriyanto. "Konsep Dakwah Efektif." *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 9, no 2 (Desember 2018): 239-262.
- Syarif, Amri Hidayat. "Membangun Dimensi Baru Dakwah Islam: Dari Dakwah Tekstual Menuju Dakwah Kontekstual." *Risalah* 24, no 2 (November 2013): 1-15.
- Toni, H., Mercy Rolando, D., Yazid, Y., & Adity, R. (2021). Fenomena Cyber Religion sebagai Ekspresi Keberagaman di Internet pada Komunitas Shift. *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(01)
- Wibowo, Adi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Tren Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital." *Jurnalnu* 3, no 2 (Desember 2019): 339-356.
- Windarti, Yayuk. "Dominasi atau Kontestasi?: Relasi Negara dan Masyarakat di Desa Karangwuni di Masa Pandemi Covid-19." *Umbara* 6, no 2 (Desember 2021): 133-145. Zulkarnaini. "Dakwah Islam di Era Modern." *Jurnal Risalah* 26, no 3 (September 2015): 151158.