Jurnal Kajian Manajemen Dakwah
Volume 6, Nomor 2, 2024
Program Studi Manajmen Dakwah
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Parepare
Jurnal Kajian Manajemen Dakwah
e-ISSN: 2685-7146

The Application of Da'wah Communication in Ciputat Community in the Digital Era

Nuha Nabila Aswari [1], Canra Krisna Jaya[2]
[12]*UIN Syarif Hiyatullah Jakarta*

Correspondence Email:
nuha_nabila23@mhs.uinjkt.ac.id.ac.id

Keywords: Digital da'wah; Da'wah communication; Ciputat community; Social media; Digital literacy

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penerapan komunikasi dakwah digital di masyarakat Ciputat, yang semakin relevan di era teknologi informasi. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan melalui observasi dan wawancara dengan tokoh agama serta masyarakat yang aktif dalam dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp menjadi platform utama untuk menyampaikan ceramah dan informasi keagamaan. Partisipasi masyarakat, terutama generasi muda, dalam diskusi agama melalui media sosial meningkat. Namun, tantangan seperti kurangnya literasi digital dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat juga ditemukan. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan pengawasan konten dakwah sangat diperlukan.

Abstract

This research analyzes the application of digital da'wah communication in the Ciputat community, which has become increasingly relevant in the era of information technology. A qualitative method with a descriptive approach was used through observations and interviews with religious figures and community members actively involved in digital da'wah. The results show that social media platforms such as Instagram, YouTube, and WhatsApp have become the main media for delivering sermons and religious information. Community participation, especially among the youth, in religious discussions through social media has increased. However, challenges such as a lack of digital literacy and the potential spread of inaccurate information were also identified. Therefore, improving digital literacy and monitoring da'wah content is essential.

.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang tidak terhindarkan dalam kehidupan manusia di tengah masyarakat, interaksi adalah salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, dalam proses interaksi tersebut komunikasi memainkan peran penting, Baik atau tidaknya interaksi di tengah masyarakat ditentukan oleh cara individu membangun komunikasi kepada manusia lain. Secara etimologi, komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu communication, bila ditelaah lagi akar katanya berasal dari bahasa Latin yakni communicatus yang memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama, sebuah usaha untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Dalam kamus besar bahasa Indonesia komunikasi didefenisikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Dalam kehidupan sehari-hari banyak hal pada kehidupan manusia yang mengandung ketidakpastian, di era digital hadirnya ketidakpastian disulut oleh banjir informasi khusunya saat media sosial menjadi kecenderungan umum di tengah masyarakat, masyarakat tidak lagi harus menunggu jadwal berita di televisi untuk mengakses informasi, saat ini informasi melintas setiap detik dalam genggaman handphone cerdas yang hampir setiap orang memilikinya, masalah yang muncul karena informasi itu tidak semua bisa dikategorikan benar, banyak informasi tersebut yang bersifat palsu, pada posisi ini dibutuhkan ikhtiar serius untuk memverifikasi kebenaran sebuah informasi melalui proses komunikasi yang efektif, komunikasi itu bisa dilakukan dengan beragam cara, misalnya mengecek langsung ke pelaku yang terlibat dalam sebuah peristiwa. Jika cara ini dilakukan maka informasi yang mengandung ketidakpastian bisa menjadi pasti. Pada posisi ini komunikasi berfungsi untuk mereduksi ketidakpastian agar melahirkan kepastian.

Proses dakwah pada dasarnya mengandung aktivitas komunikasi, dalam berdakwah seorang da'i pasti berharap agar materi dakwah yang ia sampaiakan bisa dipahami dengan baik oleh umat, disini terlihat jelas da'i bertindak sebagai pembawa pesan, materi ceramahnya merupakan pesan, dan umat yang mendengarkan ceramahnya masuk kategori audiens. Dakwah sebagai ikhtiar untuk

menyampaikan informasi nilai-nilai keislaman tentu membutuhkan proses komunikasi yang baik agar pesan pendakwah bisa sampai kepada umat tanpa terjadi proses reduksi terhadap informasi nilai-nilai keislaman tersebut. Muatan ajaran Islam yang didakwahkan oleh da'i merupakan kumpulan pesan yang telah diolah lalu dikomunikasikan kepada manusia. Di sisi lain pengaruh komunikasi bagi dunia dakwah menjadi urgen karena tidak semua informasi keagamaan berbentuk tersurat, sebagian informasi tersebut berupa pesan tersirat yang biasanya muncul dalam bentuk simbol. Demi memberikan penjelasan utuh terhadap informasi tersirat tersebut maka dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik.(Trilaksono et al., 2021).

LANDASAN TEORETIS

Perkembangan dakwah saat ini semakin pesat dengan kemajuan teknologi digital. Dakwah digital tidak hanya memanfaatkan internet sebagai platform media dakwah Islam, tetapi juga berkembang seiring dengan fitur dan aplikasi yang ada (Rumata et al., 2021). Tipologi dakwah digital dapat dibedakan menjadi enam kategori utama: pertama, dakwah berbasis website, situs, dan media sosial. Kedua, dakwah digital berbasis *mailing list* yang disampaikan melalui email atau grup email dalam format tulisan. Ketiga, dakwah digital berbasis YouTube yang dikemas dalam bentuk audio-video seperti video, film, dan animasi. Keempat, dakwah digital yang dikemas dalam bentuk chatting melalui berbagai aplikasi.

Permasalahan sosiologis yang muncul akibat perubahan struktur interaksi manusia memunculkan permasalahan etika internet, terutama dalam konteks dakwah Islam (Bambang Saiful, 2023). Aspek moralitas dan etika penggunaan internet perlu diperhatikan, mengingat teknologi internet dapat menyebabkan fenomena "high tech low touch" dan dehumanisasi digital. Meskipun teknologi sangat canggih, hilangnya empati dan kesadaran kemanusiaan dalam penggunaan teknologi menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, dakwah digital harus disertai dengan peningkatan kesadaran literasi bermedia, literasi digital, dan literasi dakwah Islam yang mengatur secara komprehensif aktivitas manusia dalam

berbagai dimensi ruang dan waktu (Ritonga, 2019).

Aktivitas dakwah di ruang virtual menghadapi berbagai tantangan, termasuk ancaman digital dari sisi teknologi, sosiologi, psikologi, dan komodifikasi pesan dakwah. Di Ciputat, yang kaya akan keragaman budaya dan pendidikan Islam, dakwah digital melalui platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi alat efektif untuk menyebarkan pesan agama. Dakwah di era digital memerlukan kreativitas, dengan menggunakan konten visual seperti video, infografis, dan podcast untuk menarik minat generasi muda (Lubis et al., 2022). Selain itu, penting bagi para pendakwah untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan inklusif, mengingat keragaman latar belakang masyarakat Ciputat. Media sosial juga memungkinkan interaksi dua arah yang lebih dinamis antara pendakwah dan jamaah, menciptakan ruang dialog yang lebih terbuka. Meskipun banyak peluang yang diberikan oleh media digital, etika dakwah harus tetap dijaga dengan memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam dan tidak provokatif, demi menjaga harmoni dan toleransi dalam masyarakat Ciputat yang kompleks

Meskipun media digital memudahkan dakwah, tantangan tetap ada, seperti banjir informasi yang membuat pentingnya menciptakan konten kredibel dan autentik (Mabrur & Hairul, 2022). Namun, dengan meningkatnya akses internet, dakwah memiliki peluang besar menjangkau masyarakat lebih luas, termasuk yang sulit dijangkau metode konvensional. Ciputat, sebagai pusat studi Islam, memiliki potensi besar untuk kolaborasi antara lembaga pendidikan, komunitas dakwah, dan individu dalam menyebarkan nilai Islam melalui media digital. Kolaborasi ini dapat berupa pengembangan platform dakwah, pelatihan bagi da'i, dan produksi konten profesional. Penerapan dakwah digital di Ciputat membutuhkan adaptasi teknologi, kreativitas, dan penjagaan etika Islam agar pesan dakwah diterima dengan baik oleh masyarakat (Muharammah et al., 2023).

HASIL PEMBAHASAAN

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan Islam kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman, bimbingan, dan mengajak kepada

kebaikan serta mencegah kemungkaran. Proses ini melibatkan komunikator (da'i), pesan (materi dakwah), media (saluran dakwah), dan komunikan (audiens). Dakwah memiliki peran penting dalam membangun moral dan spiritual masyarakat dengan menyebarkan nilai-nilai agama seperti keadilan, kesabaran, dan kasih sayang. Tantangan dalam komunikasi dakwah meliputi perbedaan pemahaman masyarakat, sehingga pesan perlu disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan. Penggunaan media dakwah modern seperti internet dan media sosial memungkinkan penyebaran pesan yang cepat, namun juga memerlukan keahlian dalam mengelola konten agar tetap sesuai dengan nilai Islam. Dakwah harus dilakukan dengan pendekatan persuasif dan dialogis, serta disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya masyarakat setempat. Pemanfaatan teknologi dan media digital dapat memperluas jangkauan dakwah, terutama di kalangan generasi muda. Secara keseluruhan, komunikasi dakwah berpotensi besar membentuk karakter masyarakat yang baik, menjadi motor perubahan sosial, dan menciptakan harmoni dalam masyarakat modern.

Teknologi komunikasi telah menghapus sekat-sekat regional, memberikan tantangan bagi dakwah Islamiyah untuk terlibat dalam proses ini. Media dakwah kini memiliki berbagai platform, mulai dari yang baru hingga yang konvensional. Radio, sebagai media elektronik pertama yang dikenal luas masyarakat, memiliki potensi besar dalam dakwah. Dengan daya pancar yang luas, radio dapat menjangkau berbagai platform dakwah dengan pesan yang edukatif dan menarik. Di Indonesia, banyak radio yang mengusung format dakwah dengan beragam gaya. Komunikasi dakwah di masyarakat Ciputat juga telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok kini menjadi alat utama untuk menyebarkan pesan dakwah. Da'i dan ustadz di Ciputat dapat mengunggah video ceramah, infografis, hingga kutipan ayat atau hadis yang dapat diakses ribuan hingga jutaan orang secara real-time, dengan interaksi langsung melalui fitur live streaming. Selain itu, aplikasi digital seperti Muslim Pro dan Umma memudahkan umat untuk mengakses informasi agama, mulai dari pengingat waktu sholat hingga

konten dakwah harian. Podcast dakwah juga semakin populer di Ciputat, memungkinkan umat untuk mendengarkan ceramah dan kajian kapan saja melalui platform seperti Spotify dan Apple Podcast.

Banyak pesantren dan majelis taklim di Ciputat kini memanfaatkan teknologi digital untuk pengajaran, terutama dengan platform seperti Zoom dan Google Meet selama pandemi, yang memungkinkan mereka menjangkau audiens lebih luas. Beberapa tokoh muda juga aktif di media sosial, menyebarkan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang relevan bagi generasi muda. Era digital memungkinkan dakwah lebih interaktif, dengan da'i berinteraksi langsung dengan jamaah melalui komentar, tanya-jawab, dan diskusi di media sosial, menciptakan dialog yang lebih dinamis. Namun, tantangan dakwah digital meliputi beredarnya informasi agama yang tidak valid, distraksi digital, serta berbagai interpretasi yang bisa menimbulkan perdebatan. Secara keseluruhan, dakwah di Ciputat telah berkembang pesat dengan teknologi digital, meskipun pendakwah harus bijak dalam memanfaatkan media ini agar pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat, terutama generasi muda (Ariani, 2012).

Pembinaan keislaman masyarakat desa menjadi kegiatan dakwah yang penting agar Islam dapat menjadi jalan hidup mereka. Tujuan dakwah di masyarakat pedesaan adalah untuk membina keagamaan agar masyarakat memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara komprehensif dengan keimanan yang kuat. Agar tujuan dakwah tercapai, diperlukan dakwah yang teratur dan terarah melalui pendekatan, strategi, metode, teknik, dan taktik yang tepat. Pendekatan adalah sudut pandang terhadap masalah, strategi adalah rencana untuk mencapai tujuan, metode adalah cara untuk mencapainya, teknik adalah penerapan metode secara khusus, dan taktik adalah pelaksanaan teknik. Sebelum melaksanakan dakwah, para da'i atau organisasi dakwah harus memahami realitas sosial medan dakwah dan merencanakan strategi dakwah yang sesuai. Strategi komunikasi merupakan gabungan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan seluruh aspek komunikasi agar dapat mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku komunitas target dalam waktu dan sumber daya

tertentu (Hendra & Saputri, 2019).

Dakwah merupakan upaya tutur tindak yang dibalut dengan pesan-pesan ilahiah sebagai pesan utama, Kesuksesan dakwah sebagai kegiatan berkomunikasi yang menitikberatkan pada transformasi perilaku beragama di dalam masyarakat, tidak bisa terpisah dari aspek bahasa. Agama Islam mengajarkan bahasa universal dalam berdakwah seperti yang termaktub di dalam kitab suci Al Qur'an. Karakteristik Bahasa dakwah seperti yang diajarkan di dalam Al Qur'an adalah menyampaikan yang baik sehingga ajaran tersebut dapat masuk kedalam hati pendengar. Keterampilan komunikasi perlu dikuasai oleh seorang penyampai pesan (da'i) supaya mampu memastikan makna yang disampaikan dapat difahami oleh pendengar. Dengan kata lain, keperluan memahami psikologi tentang motivasi, tingkah laku dan rangsangan terhadap sasaran akan membantu kelancaran mempengaruhi madh'u. Strategi komunikasi dakwah merupakan sebuah perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (da'i) untuk merubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan kepiawaian seorang da'i dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikatif, dan bukan apologistik. Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi komunikasi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh da'i akan memiliki dampak cukup signifikan. Elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Salah satu teori yang penting dalam memahami proses strategi komunikasi dakwah adalah teori difusi inovasi. Difusi adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu pada suatu jangka waktu tertentu, diantara anggota sistem sosial. Pesan yang disebarluaskan dalam proses komunikasi tersebut berisi ide-ide, atau praktik yang bersifat baru atau dianggap baru. Difusi merupakan medium inovasi yang

digunakan agent of change ketika berupaya membujuk seseorang agar mengadopsi suatu inovasi. Sehingga dapat disebut, difusi adalah tipe khusus dari komunikasi yang berisi pesan tentang ide baru. (Mansur et al., 2022)

Ciputat adalah salah satu kawasan di Tangerang Selatan yang terkenal sebagai pusat pendidikan dan keagamaan, terutama karena keberadaan Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. Lingkungan ini mencerminkan kehidupan masyarakat yang heterogen, dengan berbagai latar belakang sosial, budaya, dan agama. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah memiliki peranan penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dan membangun harmoni dalam masyarakat. Komunikasi dakwah di Ciputat tidak hanya berfokus pada penyampaian ajaran agama secara formal, tetapi juga mencakup aspek sosial yang lebih luas. Dakwah di sini dilakukan oleh berbagai elemen masyarakat, termasuk para ulama, akademisi, mahasiswa, dan aktivis sosial. Tujuan utama dari dakwah ini adalah membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjalani kehidupan yang berlandaskan ajaran Islam serta mempererat ukhuwah Islamiyah. Beberapa metode komunikasi dakwah yang efektif digunakan dalam masyarakat Ciputat antara lain: Sebagai kawasan yang dekat dengan pusat pendidikan Islam, kegiatan ceramah dan kajian sering diadakan di masjid-masjid dan lembaga pendidikan. Pendekatan ini sangat efektif untuk menjangkau kalangan akademisi dan mahasiswa. Banyak da'i (pendakwah) dan aktivis dakwah di Ciputat yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Metode ini sangat efektif dalam menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Dakwah dalam bentuk kegiatan sosial seperti pemberian santunan, bakti sosial, dan penggalangan dana untuk masyarakat yang membutuhkan juga menjadi sarana komunikasi dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya sebatas pada kata-kata, tetapi juga dalam bentuk tindakan nyata. Meskipun memiliki banyak potensi, komunikasi dakwah di Ciputat juga menghadapi sejumlah tantangan, antara lain: Masyarakat Ciputat tidak hanya terdiri dari umat Islam, tetapi juga berbagai agama lain. Oleh karena itu, dakwah harus disampaikan dengan cara yang bijaksana,

menghormati perbedaan, dan berusaha membangun toleransi serta perdamaian. Terdapat berbagai kelompok Islam dengan pandangan dan pemahaman yang berbeda. Hal ini kadang-kadang memunculkan ketegangan dalam masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi dakwah harus dilakukan dengan cara yang inklusif dan menghindari perpecahan. Arus globalisasi dan pengaruh budaya luar juga menjadi tantangan dalam menjaga nilai-nilai keislaman di masyarakat. Dakwah di Ciputat harus mampu merespons perubahan zaman tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar agama.(Arifin, 2018)

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di Ciputat, beberapa upaya yang dapat dilakukan antara lain: Dakwah melalui platform digital dapat diperluas dengan membuat konten yang kreatif dan menarik bagi anak muda. Dakwah tidak hanya dilakukan oleh satu kelompok tertentu. Kolaborasi antara berbagai komunitas Islam, akademisi, dan organisasi masyarakat dapat memperkuat pesan yang disampaikan. Dengan adanya lembaga pendidikan seperti UIN Syarif Hidayatullah, pendidikan agama yang lebih kuat dan mendalam dapat mendukung dakwah yang berbasis pengetahuan dan pemahaman yang baik. Komunikasi dakwah di Ciputat merupakan bagian integral dari kehidupan masyarakat yang terus berkembang. Dengan menggabungkan metode dakwah tradisional dan modern, serta menghadapi tantangan yang ada dengan bijaksana, dakwah dapat terus memberikan kontribusi positif dalam membangun masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islam, toleransi, dan harmoni.(Unsiyatul Uyun, 2023)

Dalam kehidupan sehari-hari banyak hal pada kehidupan manusia yang mengandung ketidakpastian, di era digital hadirnya ketidakpastian disulut oleh banjir informasi khusunya saat media sosial menjadi kecenderungan umum di tengah masyarakat, masyarakat tidak lagi harus menunggu jadwal berita di televisi untuk mengakses informasi, saat ini informasi melintas setiap detik dalam genggaman handphone cerdas yang hampir setiap orang memilikinya, masalah yang muncul karena informasi itu tidak semua bisa dikategorikan benar, banyak informasi tersebut yang bersifat palsu, pada posisi ini dibutuhkan ikhtiar serius untuk memverifikasi kebenaran sebuah informasi melalui proses komunikasi yang efektif,

komunikasi itu bisa dilakukan dengan beragam cara, misalnya mengecek langsung ke pelaku yang terlibat dalam sebuah peristiwa. Jika cara ini dilakukan maka informasi yang mengandung ketidakpastian bisa menjadi pasti. Pada posisi ini komunikasi berfungsi untuk mereduksi ketidakpastian agar melahirkan kepastian. Jika dianalisis secara kritis, fenomena banjir informasi belum terjadi sebelum kehidupan manusia memasuki era digital khususnya sebelum kemunculan media sosial. Ketika manusia masih mengandalkan informasi dari televisi manual, radio, dan surat kabar mereka relatif mendapat asupan informasi secukupnya saja, informasi tidak datang setiap detik seperti yang terjadi di masa kini, ada waktu tertentu dimana manusia bisa mengakses informasi dalam bentuk berita, situasi ini memberikan ruang bagi siapa saja yang mengakses berita untuk terlebih dahulu berpikir tentang kebenaran suatu informasi sebelum memutuskan mempercayainya. Tentu manusia tidak bisa dipaksa agar menerapkan kehidupan layaknya sebelum datangnya era digital dan media sosial. Kehidupan manusia selalu bergerak maju, hal itu sudah merupakan hukum alam peradaban, pengetahuan yang terus berkembang merupakan faktor pendukung sehingga peradaban manusia terus bergerak maju.

Setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi berharap agar pesan yang ia sampaikan terpahami dengan baik oleh penerima pesan. Untuk mewujudkan hal itu maka penyampai pesan mesti memiliki kemampuan komunikasi yang baik, semakin baik kemampuan komunikasi seseorang maka pesannya dapat semakin mudah dipahami audiens, informasi yang ia kirimkan bisa sampai kepada pendengar tanpa terjadi reduksi yang siginifikan terhadap informasi tersebut. Sebaliknya, bila kemampuan komunikasi seseorang yang bertindak sebagai pengirim pesan rendah, maka terbuka ruang bagi munculnya pemahaman yang berbeda dari hal yang dimaksudkan pengirim pesan, informasi dapat ditafsirkan berbeda, jauh dari maksud sebenarnya. Komunikator yang baik adalah orang yang mampu menyampaiakn pesan verbal dan nonverbal agar terjadi komunikasi yang efektif. Dakwah merupakan aktivitas penting dalam dunia Islam, dakwah berpengaruh besar dalam perluasan ajaran Islam. Ajaran Islam yang sampai ke bumi nusantara

tidak lepas dari gigihnya perjuangan dakwah yang dilakukan para ulama penyebar Islam. Dari segi asal kata, dakwah berasal dari bahasa arab yaitu da'wah yang bermakna ajakan, ajakan yang dimaksudkan dalam konteks ini adalah ajakan yang mengandung seruan untuk beriman kepada Allah SWT berdasarkan aqidah dan syariat Islam. Jika ditelusuri secara lebih mendalam, kata da'wah merupakan bentuk masdar atau kata benda dari bentuk fiil atau kata kerja dari da'a yad'u yang memiliki arti mengajak atau memanggil. Secara terminologi dakwah didefinisikan sebagai kegiatan yang bersifat mengajak dan memanggil orang untuk taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis akidah, syariat, dan akhlak islamiyah.

Proses dakwah pada dasarnya mengandung aktivitas komunikasi, dalam berdakwah seorang da'i pasti berharap agar materi dakwah yang ia sampaiakan bisa dipahami dengan baik oleh umat, disini terlihat jelas da'i bertindak sebagai pembawa pesan, materi ceramahnya merupakan pesan, dan umat yang mendengarkan ceramahnya masuk kategori audiens. Dakwah sebagai ikhtiar untuk menyampaikan informasi nilai-nilai keislaman tentu membutuhkan proses komunikasi yang baik agar pesan pendakwah bisa sampai kepada umat tanpa terjadi proses reduksi terhadap informasi nilai-nilai keislaman tersebut. Muatan ajaran Islam yang didakwahkan oleh da'i merupakan kumpulan pesan yang telah diolah lalu dikomunikasikan kepada manusia. Di sisi lain pengaruh komunikasi bagi dunia dakwah menjadi urgen karena tidak semua informasi keagamaan berbentuk tersurat, sebagian informasi tersebut berupa pesan tersirat yang biasanya muncul dalam bentuk simbol. Demi memberikan penjelasan utuh terhadap informasi tersirat tersebut maka dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik.(Riharsya1 et al., 2021)

KESIMPULAN

Penerapan komunikasi dakwah digital di masyarakat Ciputat telah membawa dampak positif dalam meningkatkan jangkauan dakwah dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, YouTube, dan aplikasi pesan instan, yang memungkinkan pesan-pesan agama lebih mudah diterima oleh audiens yang lebih luas. Dakwah melalui media digital juga lebih efektif dengan penggunaan konten

multimedia seperti video, infografis, dan podcast, yang menarik perhatian audiens muda yang terbiasa dengan teknologi. Interaksi dua arah antara da'i dan audiens melalui komentar, pesan pribadi, atau live streaming meningkatkan pemahaman agama. Selain itu, kemudahan akses dan fleksibilitas dakwah digital memungkinkan masyarakat mengakses materi keagamaan kapan saja dan di mana saja. Namun, tantangan terkait validitas dan akurasi konten tetap perlu diperhatikan, mengingat banyaknya pendakwah online yang memerlukan kehati-hatian dalam memilih sumber yang dapat dipercaya. Secara keseluruhan, dakwah digital mendorong masyarakat Ciputat untuk lebih aktif memanfaatkan teknologi dalam kehidupan beragama, meski tetap harus menjaga akurasi dan etika dalam penyampaian informasi agama.

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, A. (2012). Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, *11*(21), 10.

Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 159–178. https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940

Bambang Saiful, B. S. (2023). Riset Komunikasi Dakwah Berbasis Budaya Indonesia. In *Riset Komunikasi Dakwah Berbasis Budaya Indonesia*. UPT. Publikasi Ilmiah UNISBA. https://doi.org/10.29313/UP.146

Hendra, T., & Saputri, S. (2019). Dinamika Dakwah Dalam Perspektif Komunikasi. *Hikmah*, *13*, 1–23.

Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2022). Peningkatan Kemampuan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah pada PC IPM Medan Area. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(1), 107–111. https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2308

Mabrur, M., & Hairul, M. A. (2022). Transformasi Dakwah Pesantren di Era Digital; Membaca Peluang dan Tantangan. *An-Nida'*, *46*(2), 231. https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i2.20864

Mansur, M., Nuranisah, N., Afdal, A., Zakariah, Z., & Payuhi, F. (2022). Peranan Komunikasi Dakwah dalam Keluarga Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*, *5*(6), 359–364. https://doi.org/10.56338/jks.v5i6.2518

Muharammah, S., Handayani, T. H., Badruzzaman, M. A., Islam, P. A., Islam, F. A., Jakarta, U. M., Kh, J., Wakaf, M. Z., Islam, F. A., Jakarta, U. M., & Ahmad, J. K. H. (2023). *Flatfrom Digital Pada Masyarakat Tradisional Saung Jingga Pamulang*.

Riharsya1, S. M., Aqila2, Z., Bagaskara3, S. S., Khaerul, M., & Muttaqien. (2021). Penyuluhan Literasi Dakwah Digital Bagi Kalangan Milenial Muslim. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 6.

Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, *3*(1), 60–77.

Rumata, F. 'Arif, Iqbal, M., & Asman, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, *41*(2), 172–183. https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421

Trilaksono, B. H., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. (2021). Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, *1*(1), 1–16. https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.18073

Unsiyatul Uyun. (2023). Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *4*(2), 125–143. https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993