

MEMBANGUN KESADARAN SPIRITUAL KEAGAMAAN GENERASI MUDA MELALUI RETORIKA DIGITAL

Nanang Arianto
STAIN Mandailing Natal
nanangarianto@stain-madina.ac.id

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed the landscape of Islamic communication and preaching (da'wah). Social media and other digital platforms have become important spaces for disseminating religious messages, particularly among younger generations who are highly engaged with digital communication. This study aims to examine the transformation of da'wah rhetoric in the digital era and analyze Islamic communication strategies that can be employed to strengthen religious awareness among young people. This study uses a qualitative library research approach by examining relevant scientific articles, books, research reports, and other academic literature related to da'wah rhetoric, Islamic communication, digital media, youth religious awareness, and digital culture. The findings indicate that effective digital da'wah requires a transformation from conventional one-way communication toward communication that is interactive, persuasive, contextual, creative, and responsive to the characteristics of younger audiences. The use of simple and engaging language, visual content, storytelling, audiovisual media, and interactive communication can increase the accessibility and attractiveness of Islamic messages. Furthermore, the principles of hikmah, mau'izhah hasanah, and mujadalah billati hiya ahsan provide an important foundation for developing persuasive, moderate, humanistic, and dialogical digital da'wah. The study concludes that digital da'wah rhetoric can contribute significantly to strengthening young people's religious awareness when it integrates sound Islamic values with contemporary communication strategies. Therefore, Islamic preachers need to develop digital communication competence, understand the characteristics of young audiences, and promote religious messages that are moderate, inclusive, relevant, and grounded in ethical communication.

Keywords:

Da'wah Rhetoric, Digital Era, Islamic Communication

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi digital telah mentransformasi lanskap komunikasi dan dakwah Islam. Media sosial dan platform digital lainnya telah menjadi ruang penting untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, terutama di kalangan generasi muda yang sangat terlibat dalam komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi retorika dakwah di era digital dan menganalisis strategi komunikasi Islam yang dapat digunakan untuk memperkuat kesadaran beragama di kalangan anak muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kepustakaan dengan menelaah artikel ilmiah, buku, laporan penelitian, dan literatur akademik lain yang relevan terkait retorika dakwah, komunikasi Islam, media digital, kesadaran beragama anak muda, dan budaya digital. Temuan menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif menuntut transformasi dari komunikasi satu arah konvensional menuju komunikasi yang interaktif, persuasif, kontekstual, kreatif, dan responsif terhadap karakteristik audiens muda. Penggunaan bahasa yang sederhana dan menarik, konten visual, penceritaan, media audiovisual, dan komunikasi interaktif dapat meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik pesan-pesan Islam. Lebih lanjut, prinsip hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan memberikan landasan penting untuk mengembangkan dakwah digital yang persuasif, moderat, humanistik, dan dialogis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika dakwah digital dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan kesadaran beragama anak muda apabila mengintegrasikan nilai-nilai Islam yang kokoh dengan strategi komunikasi kontemporer. Oleh karena itu, para pendakwah perlu mengembangkan kompetensi komunikasi digital, memahami karakteristik audiens muda, dan mempromosikan pesan-pesan keagamaan yang moderat, inklusif, relevan, dan berlandaskan pada komunikasi yang etis.

Keywords:

Retorika dakwah, era digital, komunikasi Islam

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola komunikasi, interaksi sosial, dan penyebaran informasi keagamaan. Kehadiran internet dan media sosial telah menggeser pola komunikasi dari model konvensional yang cenderung satu arah menuju komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, cepat, dan partisipatif. Informasi dapat diproduksi, disebarluaskan, dan diterima oleh masyarakat dalam waktu yang hampir bersamaan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Rajiyem, 2005). Kondisi tersebut menghadirkan peluang besar bagi pengembangan dakwah Islam karena pesan keagamaan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital.

Generasi muda merupakan kelompok masyarakat yang memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media digital. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk memperoleh pengetahuan, membangun identitas, mencari komunitas, dan memahami berbagai persoalan keagamaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi salah satu lingkungan penting dalam pembentukan pemahaman dan kesadaran keagamaan generasi muda. Oleh karena itu, dakwah Islam dituntut untuk mampu hadir di ruang digital dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda. Dakwah yang hanya mengandalkan pola komunikasi konvensional berpotensi kurang mampu menjangkau generasi yang terbiasa dengan komunikasi visual, singkat, interaktif, dan berbasis pengalaman (Asbi et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, retorika dakwah memiliki posisi yang sangat penting. Retorika tidak hanya berkaitan dengan kemampuan berbicara di depan publik, tetapi juga mencakup kemampuan memilih bahasa, menyusun argumentasi, membangun daya tarik pesan, menggunakan pendekatan persuasif, serta menyesuaikan komunikasi dengan karakteristik audiens (Dhia et al., 2024). Dalam dakwah, kemampuan retorika menentukan bagaimana pesan-pesan Islam dapat disampaikan secara mudah dipahami, menyentuh aspek emosional dan intelektual mad'u, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku. Di era digital, retorika dakwah mengalami perluasan karena pesan tidak hanya disampaikan melalui ceramah langsung, tetapi juga melalui video pendek, podcast, tulisan, infografis, siaran langsung, dan berbagai bentuk konten digital lainnya.

Perubahan karakteristik media tersebut menuntut adanya transformasi strategi komunikasi dakwah. Dai perlu memahami bahwa generasi muda merupakan audiens yang memiliki karakteristik berbeda dengan masyarakat pada era komunikasi konvensional. Generasi muda cenderung menginginkan informasi yang cepat, relevan, komunikatif, visual, dan memiliki keterkaitan langsung dengan persoalan kehidupan mereka. Oleh sebab itu, pesan dakwah perlu dikemas dengan bahasa yang sederhana tetapi tetap memiliki kedalaman substansi, menggunakan narasi yang kontekstual, serta memanfaatkan kreativitas dan teknologi digital. Strategi tersebut diperlukan agar dakwah tidak sekadar hadir sebagai penyampaian informasi keagamaan, tetapi mampu membangun keterlibatan, refleksi, dan internalisasi nilai-nilai Islam.

Di sisi lain, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Ruang digital memungkinkan setiap orang memproduksi dan menyebarkan informasi keagamaan tanpa selalu

memiliki kompetensi keilmuan yang memadai (Simatupang et al., 2025). Akibatnya, generasi muda dapat berhadapan dengan berbagai bentuk informasi keagamaan yang tidak akurat, potongan dalil tanpa konteks, interpretasi yang berlebihan, ujaran kebencian, intoleransi, bahkan narasi keagamaan yang mengarah pada ekstremisme. Kecepatan penyebaran informasi melalui media sosial semakin memperbesar kemungkinan suatu pesan diterima sebelum melalui proses verifikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan kuantitas konten, tetapi harus memperhatikan kualitas pesan, otoritas keilmuan, etika komunikasi, dan dampak sosial yang ditimbulkannya.

Dalam perspektif Islam, penyampaian dakwah pada dasarnya harus dilakukan dengan cara yang bijaksana dan mempertimbangkan kondisi mad'u. Prinsip tersebut antara lain ditegaskan dalam QS. An-Nahl ayat 125 yang memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan *hikmah, mau'izhah hasanah*, dan dialog dengan cara yang terbaik (al-Thabari, 2010). Prinsip tersebut sangat relevan dengan konteks dakwah digital karena komunikasi di ruang digital mempertemukan individu dengan latar belakang pendidikan, sosial, budaya, dan pemahaman keagamaan yang beragam. Retorika dakwah yang mengedepankan kebijaksanaan, kelembutan, argumentasi yang baik, dan penghargaan terhadap audiens akan lebih memungkinkan terbentuknya komunikasi keagamaan yang konstruktif dan tidak eksklusif.

Selain itu, dakwah di era digital memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran keagamaan generasi muda. Kesadaran keagamaan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang ajaran Islam, tetapi juga mencakup pemahaman, penghayatan, keyakinan, dan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah yang efektif diharapkan mampu membantu generasi muda menghubungkan nilai-nilai Islam dengan persoalan aktual seperti pergaulan, pendidikan, kesehatan mental, etika bermedia sosial, toleransi, lingkungan, keadilan sosial, dan tanggung jawab sebagai warga negara (Egiagu, 2024). Dengan demikian, dakwah menjadi proses edukatif yang membantu generasi muda menjadikan agama sebagai pedoman dalam menghadapi perubahan kehidupan.

Penguatan kesadaran keagamaan menjadi semakin penting karena generasi muda hidup dalam lingkungan informasi yang sangat kompleks. Mereka tidak hanya menerima pesan keagamaan dari guru, orang tua, lembaga pendidikan, dan tokoh agama, tetapi juga dari influencer, kreator konten, komunitas digital, dan berbagai sumber anonim. Situasi tersebut membuat otoritas keagamaan di ruang digital menjadi

lebih beragam dan kompetitif. Dalam kondisi demikian, dai perlu memiliki kemampuan membangun kredibilitas (*ethos*), menyentuh aspek emosional audiens (*pathos*), dan menyajikan argumentasi yang rasional serta berbasis sumber yang dapat dipertanggungjawabkan (*logos*). Ketiga unsur tersebut dapat menjadi bagian penting dalam membangun retorika dakwah yang efektif dan meyakinkan.

Dakwah digital juga perlu diarahkan pada pembentukan keberagamaan yang moderat, inklusif, dan humanis (Fitri & Indriyani, 2022). Pesan keagamaan yang disampaikan dengan bahasa yang provokatif, menghakimi, atau membangun pertentangan berpotensi memperkuat polarisasi di kalangan masyarakat. Sebaliknya, retorika dakwah yang mengedepankan kasih sayang, toleransi, persaudaraan, dialog, dan penghormatan terhadap perbedaan dapat menjadi instrumen untuk membangun kehidupan keberagamaan yang damai. Dalam konteks generasi muda, pendekatan tersebut penting agar pemahaman Islam berkembang tidak hanya secara normatif, tetapi juga mampu diwujudkan dalam perilaku sosial yang positif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa transformasi digital bukan sekadar perubahan media dakwah, tetapi juga menuntut perubahan cara berpikir dan strategi komunikasi para dai. Retorika dakwah perlu dikembangkan menjadi lebih kreatif, persuasif, dialogis, kontekstual, dan adaptif terhadap karakteristik generasi muda tanpa mengurangi autentisitas dan substansi ajaran Islam. Integrasi antara kompetensi keagamaan, kemampuan retorika, literasi digital, dan pemahaman terhadap karakteristik audiens menjadi kebutuhan penting dalam membangun dakwah yang efektif di era digital.

Oleh karena itu, kajian mengenai “Retorika Dakwah di Era Digital: Strategi Komunikasi Islam dalam Membangun Kesadaran Keagamaan Generasi Muda” menjadi penting dilakukan. Kajian ini diarahkan untuk memahami karakteristik retorika dakwah dalam lingkungan digital, strategi komunikasi Islam yang relevan dengan generasi muda, serta kontribusinya dalam membangun kesadaran keagamaan. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan komunikasi dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus tetap berlandaskan nilai-nilai Islam, sehingga dakwah mampu menjadi sarana edukasi, pencerahan, pembentukan karakter, dan penguatan keberagamaan generasi muda di tengah dinamika masyarakat digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (*library research*) (Abimanyu et al., 2024). Kajian pustaka dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian, pemahaman, dan analisis berbagai gagasan, konsep, teori, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan retorika dakwah, komunikasi Islam, perkembangan media digital, karakteristik generasi muda, dan kesadaran keagamaan. Penelitian ini tidak melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan, tetapi memanfaatkan berbagai sumber literatur yang relevan sebagai sumber data penelitian (Danandjaja, 2014).

Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer meliputi artikel jurnal ilmiah yang membahas retorika dakwah, komunikasi persuasif, dakwah digital, media sosial, dan kesadaran keagamaan generasi muda. Sementara itu, sumber sekunder berupa buku ilmiah, prosiding, laporan penelitian, karya akademik, serta dokumen lain yang memiliki relevansi dengan fokus penelitian. Selain itu, sumber-sumber keislaman seperti Al-Qur'an, hadis, dan literatur keislaman digunakan untuk memperkuat landasan normatif mengenai prinsip komunikasi dan dakwah dalam Islam.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan menelusuri, mengidentifikasi, membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan berbagai literatur yang relevan. Penelusuran literatur diarahkan pada sejumlah kata kunci, antara lain *retorika dakwah*, *dakwah digital*, *Islamic communication*, *digital da'wah*, *persuasive communication*, *social media*, *religious awareness*, dan *young generation*. Literatur yang ditemukan kemudian diseleksi berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, kredibilitas sumber, kualitas akademik, dan kontribusinya terhadap pembahasan.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*) secara deskriptif-analitis (Daymon & Holloway, 2002). Tahap analisis meliputi beberapa proses, yaitu: (1) mengidentifikasi dan menyeleksi literatur yang relevan; (2) membaca dan memahami substansi setiap sumber; (3) mengelompokkan informasi berdasarkan tema, seperti karakteristik retorika dakwah digital, strategi komunikasi Islam, penggunaan media sosial, karakteristik generasi muda, dan pembentukan kesadaran keagamaan; (4) membandingkan berbagai pandangan dan hasil penelitian terdahulu; (5) melakukan interpretasi dan sintesis terhadap temuan literatur; serta (6) menarik kesimpulan berdasarkan keterkaitan antarkonsep yang ditemukan.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Retorika Dakwah Dalam Lingkungan Digital

Retorika dakwah dalam lingkungan digital merupakan bentuk adaptasi komunikasi Islam terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola interaksi masyarakat. Perkembangan internet dan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memahami, dan menyebarkan informasi keagamaan. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui ceramah, khutbah, pengajian, dan pertemuan tatap muka kini dapat disampaikan melalui berbagai platform digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, podcast, dan berbagai media berbasis internet lainnya (Fadhila & Abdilah, 2025). Perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan perpindahan media penyampaian pesan, tetapi juga menyangkut perubahan cara dai membangun komunikasi dengan mad'u. Dalam lingkungan digital, dai dituntut mampu memahami karakteristik media sekaligus karakteristik audiens agar pesan keislaman dapat diterima secara efektif tanpa kehilangan substansi dan nilai-nilai ajaran Islam (Zahra & Pratiwi, 2024).

Salah satu karakteristik utama retorika dakwah digital adalah kemampuannya menyampaikan pesan secara singkat, padat, jelas, dan menarik. Masyarakat digital, terutama generasi muda, berhadapan dengan arus informasi yang sangat besar setiap hari. Kondisi tersebut menyebabkan perhatian audiens relatif mudah berpindah dari satu informasi ke informasi lainnya. Oleh karena itu, dai perlu memiliki kemampuan menentukan gagasan utama dan mengemasnya secara komunikatif. Pembukaan dakwah perlu mampu menarik perhatian, sedangkan isi pesan harus memiliki fokus dan relevansi yang jelas. Meskipun demikian, prinsip singkat dan menarik tidak boleh dimaknai sebagai penyederhanaan ajaran agama secara berlebihan (Nasution et al., 2026). Ketepatan dalil, konteks, dan kedalaman substansi tetap harus menjadi dasar utama. Materi yang kompleks bahkan dapat dikembangkan menjadi beberapa konten yang saling berkaitan sehingga audiens dapat memperoleh pemahaman secara bertahap.

Karakteristik berikutnya adalah sifatnya yang visual dan multi-modal. Dalam ruang digital, pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui bahasa verbal, tetapi juga melalui gambar, video, suara, teks, animasi, infografis, dan berbagai unsur visual lainnya. Penggunaan unsur-unsur tersebut memungkinkan pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Konsep-konsep keislaman yang bersifat abstrak dapat dijelaskan melalui ilustrasi, diagram, cerita visual, maupun contoh kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, kemampuan retorika seorang dai pada era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara, tetapi juga oleh kemampuannya memilih dan mengombinasikan berbagai bentuk media yang sesuai dengan karakter pesan dan kebutuhan audiens.

Retorika dakwah digital juga memiliki karakteristik interaktif dan dialogis. Dalam dakwah konvensional, komunikasi sering kali berlangsung dalam pola satu arah, yaitu dai menyampaikan pesan sementara mad'u berperan sebagai penerima. Sebaliknya, media digital memungkinkan audiens memberikan komentar, pertanyaan, tanggapan, kritik, bahkan memproduksi kembali pesan yang diterimanya. Kondisi ini menempatkan dai bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pihak yang perlu membangun dialog dan merespons berbagai persoalan audiens. Kemampuan mendengarkan, menjawab pertanyaan secara santun, mengelola perbedaan pendapat, dan menghadapi kritik menjadi bagian penting dari retorika dakwah digital. Dengan komunikasi yang dialogis, dakwah dapat berkembang dari sekadar penyampaian pesan menjadi proses interaksi yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan dan pengalaman keagamaan.

Dalam konteks tersebut, sifat persuasif dan humanis menjadi karakter yang sangat penting. Dakwah pada hakikatnya tidak hanya bertujuan memberikan pengetahuan, tetapi juga mengajak manusia menuju perubahan sikap dan perilaku yang lebih baik (Lestari & Febria, 2026). Karena itu, pesan dakwah perlu menyentuh aspek intelektual sekaligus emosional audiens. Pendekatan humanis menempatkan mad'u sebagai manusia yang memiliki latar belakang, pengalaman, kebutuhan, dan persoalan yang berbeda. Dai perlu menghindari gaya komunikasi yang menghakimi, merendahkan, atau mempermalukan audiens. Sebaliknya, dakwah perlu menggunakan bahasa yang lembut, memberikan harapan, menawarkan solusi, dan membangun kesadaran. Pendekatan tersebut sesuai dengan prinsip *hikmah* dan *mau'izhah hasanah* sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nahl ayat 125, yang memberikan dasar bahwa dakwah hendaknya dilakukan dengan kebijaksanaan, nasihat yang baik, dan dialog dengan cara yang terbaik.

Retorika dakwah digital juga harus bersifat kontekstual dan relevan dengan kehidupan generasi muda. Generasi muda tidak hanya menghadapi persoalan keagamaan dalam pengertian klasik, tetapi juga berhadapan dengan berbagai persoalan baru yang muncul akibat perubahan sosial dan teknologi (Lubis, 2026). Persoalan seperti penggunaan media sosial, budaya populer, pergaulan, pendidikan, pekerjaan, pencarian identitas, lingkungan, toleransi, hingga etika dalam berkomunikasi di ruang digital merupakan bagian dari kehidupan mereka. Oleh karena itu, pesan dakwah perlu menghubungkan prinsip-prinsip Islam dengan realitas tersebut. Nilai *amanah*, misalnya, dapat dijelaskan dalam konteks tanggung jawab menggunakan media sosial; prinsip *tabayyun* dapat dikaitkan dengan kewajiban memeriksa informasi sebelum membagikannya; sedangkan nilai *ukhuwah* dapat dihubungkan

dengan upaya membangun komunikasi yang toleran di ruang digital. Pendekatan semacam ini menjadikan dakwah lebih dekat dengan pengalaman nyata audiens.

Penggunaan bahasa yang adaptif juga menjadi bagian penting dari retorika dakwah dalam lingkungan digital. Dai perlu memahami bahasa dan budaya komunikasi generasi muda tanpa kehilangan kesantunan dan kedalaman pesan keislaman. Bahasa yang terlalu formal dan penuh istilah akademik dapat menciptakan jarak dengan audiens, sedangkan penggunaan bahasa yang terlalu populer tanpa kontrol dapat menyebabkan pesan kehilangan bobot dan ketepatan makna. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara bahasa keagamaan, bahasa populer, dan istilah yang berkembang dalam budaya digital. Penggunaan analogi, ilustrasi, humor yang proporsional, cerita, serta contoh konkret dapat membantu menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami. Adaptasi bahasa tersebut tetap harus berada dalam koridor etika komunikasi Islam dan tidak boleh digunakan untuk merendahkan atau menyerang pihak lain.

Salah satu kekuatan retorika dakwah digital adalah pemanfaatan *storytelling* atau penyampaian pesan melalui narasi. Cerita memiliki kemampuan untuk membangun kedekatan emosional dan membuat pesan lebih mudah diingat (Pratiwi & Zulfitri, 2023). Kisah para nabi, sahabat, ulama, maupun pengalaman kehidupan sehari-hari dapat digunakan untuk menjelaskan nilai kejujuran, kesabaran, tanggung jawab, toleransi, kepedulian, dan nilai-nilai Islam lainnya. Cerita juga memungkinkan dai menghubungkan pesan normatif dengan pengalaman konkret audiens. Dengan demikian, *storytelling* bukan hanya teknik untuk menarik perhatian, tetapi juga sarana pedagogis yang membantu proses pemahaman, penghayatan, dan internalisasi nilai-nilai keagamaan.

Dari perspektif teori retorika, efektivitas dakwah digital juga dapat diperkuat melalui perpaduan antara *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas dai, yang dibangun melalui penguasaan ilmu agama, integritas, keteladanan, dan konsistensi antara ucapan dengan tindakan. *Pathos* berkaitan dengan kemampuan menyentuh emosi audiens melalui pilihan bahasa, cerita, ilustrasi, dan gaya penyampaian. Sementara itu, *logos* berkaitan dengan kekuatan argumentasi yang rasional, penggunaan data, dalil Al-Qur'an, hadis, serta sumber pengetahuan yang dapat dipertanggungjawabkan. Ketiganya perlu dikembangkan secara seimbang. Dakwah yang hanya mengandalkan emosi berpotensi menjadi provokatif, sedangkan dakwah yang hanya berorientasi pada argumentasi rasional dapat terasa kaku dan kurang menyentuh kebutuhan emosional audiens. Integrasi *ethos*, *pathos*,

dan *logos* memungkinkan pesan dakwah menjadi kredibel, menyentuh, dan argumentatif.

Karakteristik lain yang menonjol adalah kecepatan dan aktualitas. Lingkungan digital memungkinkan suatu isu berkembang menjadi perhatian publik dalam waktu yang sangat singkat. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi dai untuk memberikan perspektif keislaman terhadap berbagai persoalan aktual. Namun, kecepatan dalam merespons isu harus diimbangi dengan ketelitian. Dai tidak boleh menjadikan kecepatan sebagai alasan untuk menyebarkan informasi yang belum diverifikasi. Prinsip *tabayyun* menjadi sangat relevan dalam konteks tersebut. Sebelum memberikan respons terhadap suatu persoalan, dai perlu memastikan sumber informasi, memeriksa konteks, dan mempertimbangkan dampak pesan yang akan disampaikan (Ibnu Kasir & Awali, 2024). Dengan demikian, dakwah digital dapat tetap aktual tanpa mengorbankan akurasi dan tanggung jawab ilmiah.

Retorika dakwah digital juga berlangsung dalam lingkungan yang dipengaruhi oleh algoritma dan potensi viralitas. Konten yang memperoleh banyak interaksi sering kali mendapatkan jangkauan yang lebih luas. Kondisi ini menjadikan aspek judul, visual, durasi, gaya penyampaian, dan kemampuan membangun interaksi menjadi penting. Namun, orientasi terhadap viralitas tidak boleh menggeser tujuan utama dakwah (Ni'amah & Badriyah, 2026). Dai perlu menghindari judul sensasional, kontroversi yang tidak diperlukan, atau pernyataan provokatif hanya untuk memperoleh *views*, *likes*, dan *followers*. Ukuran keberhasilan dakwah seharusnya tidak hanya didasarkan pada popularitas konten, tetapi juga pada kualitas pemahaman, kesadaran, dan perubahan perilaku yang dihasilkan oleh pesan tersebut.

Dalam ruang digital yang terbuka, kredibilitas sumber juga menjadi persoalan penting. Setiap orang dapat menyampaikan pendapat keagamaan melalui media sosial, tetapi tidak setiap orang memiliki kompetensi keilmuan yang memadai. Oleh karena itu, retorika dakwah harus dibangun berdasarkan sumber yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Ketika menyampaikan ayat Al-Qur'an, hadis, pendapat ulama, atau informasi ilmiah, dai perlu memperhatikan ketepatan sumber dan konteks penggunaannya. Kredibilitas tidak hanya dibangun melalui popularitas, tetapi melalui kompetensi, integritas, akurasi informasi, dan keteladanan. Hal tersebut menjadi semakin penting karena generasi muda memiliki akses terhadap berbagai sumber keagamaan yang sangat beragam.

Retorika dakwah digital juga perlu mengedepankan prinsip moderasi, toleransi, dan penghormatan terhadap perbedaan. Media sosial dapat menjadi ruang yang mempertemukan berbagai pandangan,

tetapi sekaligus dapat memperkuat polarisasi apabila pengguna hanya berinteraksi dengan kelompok yang memiliki pandangan serupa (Aziz, 2025). Dalam kondisi demikian, pesan dakwah yang provokatif, menghakimi, dan eksklusif dapat memperbesar konflik sosial. Sebaliknya, dakwah yang mengedepankan keseimbangan, keadilan, persaudaraan, toleransi, dan dialog dapat menjadi sarana membangun kehidupan keberagamaan yang damai. Dai memiliki tanggung jawab moral untuk menghadirkan pesan Islam yang mencerahkan dan mempersatukan, bukan memperuncing perbedaan.

Selain itu, dakwah digital memiliki karakteristik partisipatif dan berorientasi pada pembentukan komunitas. Audiens tidak lagi hanya menjadi konsumen pesan, tetapi dapat menjadi bagian dari proses produksi dan distribusi informasi keagamaan. Dai dapat membangun komunitas belajar melalui forum daring, siaran langsung, diskusi digital, kelas keagamaan, maupun ruang tanya jawab. Pendekatan tersebut memungkinkan generasi muda terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran agama. Interaksi yang berkelanjutan juga dapat membangun rasa memiliki terhadap komunitas dan memperkuat internalisasi nilai-nilai keagamaan.

Aspek etika dan tanggung jawab merupakan karakteristik yang tidak dapat dipisahkan dari retorika dakwah digital. Kebebasan menyampaikan pesan di ruang digital harus diimbangi dengan kesadaran bahwa setiap konten dapat disimpan, disalin, dan disebarluaskan kembali oleh orang lain. Oleh karena itu, dai perlu menghindari fitnah, penghinaan, pembukaan aib, ujaran kebencian, manipulasi informasi, dan bentuk komunikasi lain yang dapat merugikan individu maupun kelompok. Dalam perspektif Islam, prinsip *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 serta tanggung jawab atas setiap perkataan sebagaimana tergambar dalam QS. Qaf ayat 18 memberikan landasan moral bahwa komunikasi harus dilakukan secara hati-hati dan bertanggung jawab.

Perkembangan teknologi, termasuk kecerdasan buatan, juga menuntut retorika dakwah semakin adaptif. Teknologi dapat dimanfaatkan untuk membantu produksi konten, pengembangan visual, penyuntingan video, penyusunan materi, penerjemahan, dan perluasan jangkauan dakwah. Namun, penggunaan teknologi tetap membutuhkan kontrol dan tanggung jawab manusia, terutama dalam memastikan kebenaran pesan keagamaan. Kemampuan teknologi tidak dapat menggantikan otoritas keilmuan dan pertimbangan etis seorang dai. Oleh sebab itu, dai masa kini perlu mengembangkan literasi digital agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif sekaligus memahami berbagai risiko manipulasi informasi (Ni'amah & Badriyah, 2026).

Dengan demikian, karakteristik retorika dakwah dalam lingkungan digital menunjukkan adanya perubahan dari komunikasi yang dominan satu arah menuju komunikasi yang lebih interaktif, visual, singkat, persuasif, humanis, kontekstual, dialogis, partisipatif, aktual, kredibel, moderat, adaptif, dan etis. Transformasi tersebut tidak berarti mengubah substansi ajaran Islam, tetapi menyesuaikan strategi penyampaian pesan dengan perkembangan teknologi dan karakteristik masyarakat, khususnya generasi muda. Retorika dakwah yang efektif pada akhirnya merupakan perpaduan antara penguasaan ilmu keislaman, kemampuan komunikasi, kecakapan retorika, literasi digital, kreativitas, dan tanggung jawab etis.

Dalam konteks pembangunan kesadaran keagamaan generasi muda, retorika dakwah digital perlu diarahkan bukan sekadar untuk memperoleh perhatian atau meningkatkan jumlah pengikut, tetapi untuk membangun pemahaman agama yang benar, kesadaran moral, penghayatan nilai Islam, dan kemampuan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah yang disampaikan secara kreatif tetapi tetap berlandaskan *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, keteladanan, dialog, dan tanggung jawab dapat menjadikan media digital sebagai ruang edukasi keagamaan yang produktif. Dengan cara demikian, retorika dakwah di era digital dapat berperan dalam menghadirkan Islam sebagai agama yang mencerahkan, moderat, humanis, dan *rahmatan lil 'alamin* bagi generasi muda dan masyarakat secara luas.

2. Strategi Komunikasi Islam Yang Relevan Dengan Generasi Muda

Strategi komunikasi Islam pada era digital perlu disesuaikan dengan perubahan karakteristik generasi muda yang hidup dalam lingkungan teknologi dan informasi yang dinamis. Generasi muda tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi pengguna aktif yang memproduksi, mengomentari, dan menyebarluaskan berbagai konten melalui media digital. Kondisi tersebut menjadikan komunikasi Islam menghadapi tantangan sekaligus peluang yang besar. Pesan keagamaan tidak cukup disampaikan dengan pendekatan konvensional, tetapi perlu dikemas melalui strategi komunikasi yang komunikatif, kreatif, persuasif, kontekstual, interaktif, dan sesuai dengan budaya digital generasi muda. Adaptasi tersebut bukan berarti mengubah substansi ajaran Islam, melainkan menyesuaikan cara penyampaian agar nilai-nilai Islam dapat dipahami dan diinternalisasi secara lebih efektif.

Strategi pertama adalah memahami karakteristik dan kebutuhan generasi muda sebagai audiens dakwah. Komunikasi Islam yang efektif harus dimulai dengan pemahaman terhadap siapa yang menjadi sasaran komunikasi. Generasi muda memiliki keragaman latar belakang

pendidikan, sosial, budaya, pengalaman keagamaan, serta tingkat literasi digital (Rofiah & Miah, 2025). Mereka juga menghadapi berbagai persoalan yang berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti pencarian identitas, tekanan sosial, pendidikan, pekerjaan, relasi pertemanan, budaya populer, perkembangan teknologi, dan berbagai persoalan moral di ruang digital. Oleh karena itu, pesan Islam perlu dikaitkan dengan realitas kehidupan mereka. Komunikasi agama akan lebih mudah diterima apabila mampu memberikan jawaban terhadap persoalan yang benar-benar mereka hadapi.

Strategi berikutnya adalah menggunakan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan generasi muda. Bahasa merupakan instrumen penting dalam membangun kedekatan antara komunikator dan komunikan (Andayani et al., 2025). Penggunaan bahasa yang terlalu formal, abstrak, dan penuh istilah keagamaan tanpa penjelasan dapat menciptakan jarak dengan audiens. Sebaliknya, bahasa yang sederhana, dialogis, dan menggunakan contoh konkret dapat membantu generasi muda memahami pesan Islam. Penggunaan istilah populer juga dapat dilakukan secara proporsional selama tidak mengurangi kesantunan dan substansi ajaran. Dengan demikian, komunikasi Islam perlu menemukan keseimbangan antara bahasa keagamaan yang memiliki kedalaman makna dan bahasa populer yang mudah dipahami oleh generasi muda.

Strategi komunikasi Islam juga perlu memanfaatkan media digital secara kreatif dan multimodal. Generasi muda terbiasa memperoleh informasi melalui video pendek, gambar, infografis, podcast, siaran langsung, dan berbagai bentuk konten interaktif (Rafi & Sumarlan, 2025). Oleh sebab itu, pesan keagamaan perlu disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform. Materi yang bersifat sederhana dapat disampaikan melalui video singkat, sedangkan pembahasan yang membutuhkan argumentasi mendalam dapat dikembangkan melalui podcast atau video berdurasi lebih panjang. Infografis dapat digunakan untuk menyederhanakan informasi yang kompleks, sementara siaran langsung dapat digunakan untuk membangun komunikasi dua arah. Pemilihan media yang tepat memungkinkan pesan Islam hadir secara lebih menarik tanpa kehilangan kedalaman dan otoritas keilmuannya.

Selanjutnya, komunikasi Islam perlu dikembangkan melalui pendekatan persuasif dan humanis (Rofiah & Miah, 2025). Generasi muda cenderung lebih terbuka terhadap pesan yang memberikan ruang untuk berpikir, bertanya, dan berdialog dibandingkan komunikasi yang bersifat memerintah atau menghakimi. Oleh karena itu, dakwah perlu menghindari gaya komunikasi yang menakut-nakuti secara berlebihan, menyalahkan, mempermalukan, atau memberikan label negatif kepada

individu maupun kelompok tertentu. Pendekatan humanis menempatkan generasi muda sebagai subjek yang memiliki potensi untuk berkembang. Pesan keagamaan disampaikan dengan memberikan pemahaman, motivasi, keteladanan, dan solusi. Strategi tersebut sejalan dengan prinsip *hikmah* dan *mau'izhah hasanah* dalam QS. An-Nahl ayat 125 yang menekankan pentingnya kebijaksanaan dan nasihat yang baik dalam menyampaikan dakwah.

Pendekatan dialogis dan interaktif juga menjadi strategi penting. Media digital memberikan ruang yang luas bagi generasi muda untuk bertanya, memberikan komentar, menyampaikan pengalaman, dan mendiskusikan persoalan keagamaan (Santono et al., 2025). Dai atau komunikator Islam perlu memanfaatkan ruang tersebut untuk membangun komunikasi yang terbuka dan konstruktif. Pertanyaan kritis dari generasi muda tidak seharusnya dipandang sebagai bentuk penolakan terhadap agama, tetapi sebagai bagian dari proses pencarian pengetahuan. Respons yang santun dan argumentatif dapat membangun kepercayaan sekaligus mendorong terbentuknya pemahaman keagamaan yang lebih matang. Komunikasi dialogis juga memungkinkan dai memahami persoalan yang benar-benar dihadapi audiens sehingga materi dakwah dapat dikembangkan secara lebih relevan.

Strategi lainnya adalah menggunakan storytelling dan narasi yang inspiratif. Cerita memiliki kekuatan untuk menyampaikan nilai moral dan keagamaan dengan cara yang lebih emosional serta mudah diingat. Kisah Nabi, sahabat, ulama, maupun pengalaman manusia dalam menghadapi berbagai persoalan dapat dikaitkan dengan kehidupan generasi muda. Nilai kesabaran, kejujuran, tanggung jawab, keberanian, kasih sayang, dan toleransi dapat disampaikan melalui cerita yang dekat dengan pengalaman mereka. Dalam konteks digital, storytelling dapat dikembangkan dalam bentuk video pendek, podcast, komik digital, animasi, maupun konten visual lainnya. Narasi yang kuat memungkinkan pesan agama tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga dirasakan dan dihayati oleh audiens.

Komunikasi Islam yang relevan juga perlu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan persoalan kontemporer. Generasi muda membutuhkan pendekatan keagamaan yang mampu menjelaskan hubungan antara ajaran Islam dan kehidupan nyata. Prinsip *tabayyun*, misalnya, dapat dikaitkan dengan kemampuan memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya di media sosial. Nilai *amanah* dapat dikaitkan dengan tanggung jawab dalam menggunakan teknologi dan menjaga privasi orang lain. Nilai *ukhuwah* dapat dikembangkan dalam bentuk komunikasi yang santun dan tidak mudah menyebarkan kebencian. Demikian pula nilai keadilan, kasih sayang, kepedulian lingkungan, dan tanggung

jawab sosial dapat dikontekstualisasikan dengan berbagai persoalan masyarakat modern. Dengan cara tersebut, agama tidak dipersepsikan sebagai sesuatu yang jauh dari kehidupan, tetapi sebagai sumber nilai yang memberikan orientasi dalam menghadapi persoalan kontemporer.

Strategi komunikasi Islam juga harus memperkuat literasi digital dan kemampuan berpikir kritis generasi muda. Lingkungan digital memberikan akses terhadap berbagai informasi keagamaan, tetapi tidak semua informasi tersebut memiliki validitas yang sama. Generasi muda dapat menemukan kutipan ayat atau hadis tanpa sumber, potongan ceramah tanpa konteks, berita keagamaan yang menyesatkan, maupun narasi yang sengaja dibuat untuk memengaruhi emosi. Oleh karena itu, komunikasi dakwah perlu sekaligus mengajarkan kemampuan memeriksa sumber, membandingkan informasi, memahami konteks, dan membedakan fakta dengan opini. Prinsip *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 dapat menjadi dasar etis dan epistemologis agar generasi muda tidak mudah menerima atau menyebarkan informasi sebelum memastikan kebenarannya.

Dalam membangun komunikasi Islam yang efektif, kredibilitas komunikator juga merupakan faktor yang sangat menentukan. Generasi muda memiliki akses yang luas terhadap berbagai tokoh agama dan sumber informasi. Dalam situasi tersebut, seorang dai tidak cukup hanya memiliki kemampuan berbicara dengan menarik, tetapi juga harus memiliki kompetensi keilmuan, integritas, keteladanan, dan konsistensi perilaku. Kredibilitas atau *ethos* akan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Kredibilitas tersebut harus didukung oleh argumentasi yang kuat (*logos*) dan kemampuan menyentuh aspek emosional audiens (*pathos*). Integrasi ketiganya dapat menghasilkan komunikasi Islam yang tidak hanya menarik, tetapi juga meyakinkan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Strategi komunikasi Islam juga perlu mengembangkan narasi moderasi beragama dan toleransi. Generasi muda hidup dalam masyarakat yang plural sehingga mereka berinteraksi dengan individu yang memiliki perbedaan agama, budaya, tradisi, pandangan, dan latar belakang sosial. Komunikasi keagamaan yang eksklusif dan provokatif dapat memperkuat prasangka serta konflik. Sebaliknya, pesan Islam yang menekankan keseimbangan, toleransi, persaudaraan, keadilan, dan penghormatan terhadap perbedaan dapat membantu membangun keberagaman yang lebih dewasa. Dakwah perlu menunjukkan bahwa komitmen terhadap ajaran Islam dapat berjalan bersamaan dengan penghargaan terhadap kemajemukan masyarakat.

Selain itu, komunikasi Islam perlu membangun keterlibatan dan partisipasi generasi muda. Generasi muda tidak seharusnya hanya

ditempatkan sebagai objek dakwah, tetapi juga sebagai subjek yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan konten positif. Dai, lembaga pendidikan, dan komunitas keagamaan dapat memberikan ruang kepada generasi muda untuk membuat video edukasi, podcast, tulisan, infografis, atau kampanye sosial yang mengandung nilai-nilai Islam. Pendekatan partisipatif akan meningkatkan rasa memiliki sekaligus mengembangkan kemampuan komunikasi dan kreativitas generasi muda. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berlangsung dari komunikator kepada audiens, tetapi berkembang menjadi gerakan komunikasi keagamaan yang melibatkan masyarakat secara luas.

Strategi komunikasi Islam yang relevan dengan generasi muda juga harus memperhatikan konsistensi, keberlanjutan, dan evaluasi. Komunikasi digital tidak cukup dilakukan secara sporadis ketika muncul isu tertentu. Diperlukan perencanaan konten, konsistensi pesan, pemilihan waktu dan platform yang tepat, serta evaluasi terhadap respons audiens. Jumlah tayangan dan interaksi memang dapat menjadi indikator jangkauan, tetapi keberhasilan komunikasi Islam tidak boleh hanya diukur melalui popularitas. Indikator yang lebih penting adalah sejauh mana pesan mampu meningkatkan pemahaman keagamaan, membangun sikap positif, mendorong perilaku yang baik, dan membentuk kemampuan generasi muda dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan secara Islami.

Pada akhirnya, strategi komunikasi Islam yang relevan dengan generasi muda harus mampu memadukan nilai-nilai keislaman dengan kecakapan komunikasi dan literasi digital (Agustini, 2022). Komunikasi yang efektif bukan sekadar menyampaikan sebanyak mungkin pesan agama, tetapi memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipahami, diterima, dihayati, dan diwujudkan dalam perilaku. Karena itu, komunikasi Islam perlu bersifat adaptif terhadap teknologi, tetapi tetap kokoh dalam prinsip; kreatif dalam bentuk, tetapi tetap benar dalam substansi; menarik dalam penyajian, tetapi tetap bertanggung jawab secara etis; serta terbuka terhadap dialog, tetapi tetap memiliki landasan keilmuan yang kuat.

Dengan strategi tersebut, ruang digital dapat dikembangkan menjadi ruang pendidikan dan pembinaan keagamaan yang positif bagi generasi muda. Komunikasi Islam tidak hanya berfungsi menyampaikan pengetahuan tentang agama, tetapi juga membangun karakter, membentuk kesadaran moral, memperkuat moderasi beragama, meningkatkan literasi digital, dan mendorong generasi muda untuk mengaktualisasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pada akhirnya, komunikasi Islam yang humanis, persuasif, dialogis,

kontekstual, dan moderat akan lebih mampu menjadikan dakwah sebagai sarana pembentukan generasi muda yang religius, kritis, berakhlak, toleran, dan mampu menghadapi tantangan kehidupan digital secara bijaksana.

3. Kontribusi Dakwah di Era Digital Dalam Membangun Kesadaran Keagamaan

Dakwah di era digital memiliki kontribusi yang semakin penting dalam membangun kesadaran keagamaan masyarakat, khususnya generasi muda. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan media digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial, platform berbagi video, podcast, situs web, dan berbagai aplikasi komunikasi telah menciptakan ruang baru bagi penyampaian pesan keislaman. Dalam konteks tersebut, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, lembaga pendidikan, atau forum pengajian, tetapi dapat berlangsung di ruang digital yang memiliki jangkauan luas dan tidak dibatasi oleh jarak geografis. Perubahan ini memberikan peluang bagi dakwah untuk hadir lebih dekat dengan kehidupan masyarakat dan menjawab berbagai persoalan keagamaan yang berkembang dalam kehidupan kontemporer.

Kontribusi pertama dakwah digital adalah memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan keagamaan. Media digital memungkinkan seseorang memperoleh informasi keislaman kapan saja dan di mana saja (Lillah & Fadhil, 2025). Materi tentang Al-Qur'an, hadis, fikih, akidah, akhlak, sejarah Islam, maupun persoalan kehidupan kontemporer dapat diakses melalui berbagai bentuk konten. Kemudahan akses tersebut memberikan kesempatan kepada generasi muda yang sebelumnya mungkin memiliki keterbatasan untuk mengikuti pengajian atau pembelajaran agama secara langsung. Dakwah digital dengan demikian dapat menjadi salah satu sarana pembelajaran keagamaan yang fleksibel dan sesuai dengan pola kehidupan masyarakat modern.

Dakwah digital juga berkontribusi dalam mendekatkan pesan agama dengan kehidupan generasi muda. Kesadaran keagamaan tidak akan berkembang secara optimal apabila agama hanya disampaikan dalam bentuk konsep normatif yang tidak dikaitkan dengan pengalaman kehidupan sehari-hari. Melalui media digital, pesan Islam dapat dikontekstualisasikan dengan persoalan yang dihadapi generasi muda, seperti etika bermedia sosial, pergaulan, pendidikan, pekerjaan, keluarga, pencarian identitas, kesehatan mental, budaya populer, lingkungan, hingga persoalan sosial. Nilai-nilai Islam dapat disampaikan

dengan menggunakan bahasa dan contoh yang dekat dengan pengalaman mereka. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfungsi memberikan pengetahuan agama, tetapi membantu generasi muda memahami relevansi ajaran Islam dalam menghadapi kehidupan nyata.

Kontribusi selanjutnya adalah meningkatkan pemahaman dan penghayatan terhadap nilai-nilai keislaman. Kesadaran keagamaan tidak hanya ditandai oleh kemampuan seseorang mengetahui ajaran agama, tetapi juga oleh adanya proses pemahaman, penghayatan, dan penerapan nilai agama dalam kehidupan (Marti et al., 2023). Dakwah yang disampaikan melalui narasi yang menarik, cerita inspiratif, video reflektif, diskusi, maupun konten edukatif dapat membantu audiens memahami makna di balik suatu ajaran. Ketika pesan agama disampaikan secara komunikatif dan dikaitkan dengan pengalaman konkret, kemungkinan terjadinya internalisasi nilai menjadi lebih besar. Generasi muda tidak hanya mengetahui bahwa kejujuran, amanah, toleransi, dan kepedulian merupakan nilai Islam, tetapi juga memahami bagaimana nilai tersebut diterapkan dalam kehidupan pribadi dan sosial.

Dakwah digital juga memiliki kontribusi dalam membentuk karakter dan akhlak generasi muda (Masrudi, 2019). Ruang digital tidak hanya memberikan informasi yang positif, tetapi juga menghadirkan berbagai konten yang berpotensi memengaruhi perilaku, seperti kekerasan verbal, pornografi, perjudian, ujaran kebencian, gaya hidup berlebihan, dan berbagai bentuk perilaku negatif lainnya. Dalam situasi tersebut, dakwah dapat menjadi sumber alternatif yang memberikan orientasi moral dan spiritual. Pesan tentang kejujuran, kesabaran, tanggung jawab, kesederhanaan, kasih sayang, penghormatan kepada orang lain, dan pengendalian diri dapat dikembangkan menjadi konten yang relevan dengan kehidupan digital. Dengan demikian, dakwah berkontribusi dalam membangun kemampuan generasi muda untuk menjadikan nilai agama sebagai pedoman dalam mengambil keputusan dan mengendalikan perilaku.

Selain membangun pemahaman dan karakter, dakwah digital berkontribusi terhadap penguatan literasi digital keagamaan. Arus informasi yang sangat cepat menyebabkan generasi muda berhadapan dengan berbagai sumber pengetahuan agama yang kualitas dan kebenarannya beragam. Tidak semua konten keagamaan yang viral memiliki dasar ilmiah atau sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Bahkan, terdapat konten yang menggunakan ayat Al-Qur'an atau hadis secara tidak tepat, memotong pernyataan dari konteksnya, atau menyebarkan informasi keagamaan yang menyesatkan. Dakwah yang berkualitas

dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat agar mampu memeriksa sumber, memahami konteks, membandingkan informasi, dan tidak mudah menyebarkan informasi sebelum memastikan kebenarannya. Prinsip *tabayyun* sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi landasan penting dalam membangun budaya kritis terhadap informasi digital.

Kontribusi dakwah digital juga terlihat dalam membangun keberagamaan yang moderat dan toleran (Aziz, 2025; Maisari, 2025). Media sosial memungkinkan berbagai pandangan keagamaan berinteraksi dalam satu ruang yang sama. Kondisi ini dapat menjadi peluang untuk memperluas wawasan, tetapi juga berpotensi menimbulkan polarisasi apabila komunikasi berlangsung secara eksklusif dan penuh prasangka. Dakwah memiliki peran untuk menghadirkan narasi Islam yang mengedepankan keseimbangan, toleransi, persaudaraan, keadilan, dan penghargaan terhadap perbedaan. Pesan dakwah yang moderat dapat membantu generasi muda memahami bahwa keberagamaan yang kuat tidak harus diwujudkan melalui sikap intoleran terhadap kelompok lain. Sebaliknya, komitmen terhadap ajaran Islam dapat berjalan bersama dengan penghormatan terhadap kemajemukan masyarakat.

Dalam konteks tersebut, dakwah digital juga dapat berperan sebagai counter-narrative terhadap paham ekstrem, intoleransi, dan radikalisme. Generasi muda yang memperoleh informasi keagamaan dari berbagai sumber digital membutuhkan kemampuan untuk membedakan ajaran agama dengan narasi ideologis yang menggunakan simbol-simbol keagamaan untuk membenarkan kebencian atau kekerasan. Dakwah yang moderat dan argumentatif dapat memberikan pemahaman keislaman yang lebih komprehensif serta menunjukkan pentingnya kasih sayang, perdamaian, keadilan, dan penghormatan terhadap kehidupan manusia. Strategi tersebut akan lebih efektif apabila dilakukan melalui bahasa yang tidak menghakimi, argumentasi yang kuat, serta pendekatan yang dekat dengan kehidupan generasi muda.

Dakwah di era digital juga berkontribusi dalam membangun ruang dialog keagamaan. Media digital memungkinkan terjadinya interaksi antara dai dan masyarakat secara lebih terbuka (Mallo, 2025). Generasi muda dapat menyampaikan pertanyaan, keresahan, maupun persoalan keagamaan yang mereka alami. Interaksi tersebut memberikan kesempatan kepada dai untuk memahami kebutuhan audiens sekaligus memberikan penjelasan yang sesuai. Dialog yang sehat dapat membantu mengurangi kesalahpahaman dan mendorong generasi muda untuk membangun pemahaman agama berdasarkan proses berpikir yang lebih kritis. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjadi proses

penyampaian pesan satu arah, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi yang partisipatif.

Kontribusi lain yang tidak kalah penting adalah membangun komunitas keagamaan yang positif di ruang digital. Media digital memungkinkan individu yang memiliki minat dan kepedulian terhadap persoalan keagamaan untuk membentuk komunitas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Komunitas tersebut dapat menjadi ruang belajar, berbagi pengalaman, berdiskusi, dan melakukan kegiatan sosial. Bagi generasi muda, keberadaan komunitas positif dapat memberikan lingkungan sosial yang mendukung pembentukan identitas dan karakter keagamaan. Dakwah dengan demikian tidak hanya menghasilkan perubahan pada tingkat individu, tetapi juga dapat membangun ekosistem sosial yang mendukung praktik keberagamaan yang sehat.

Dakwah digital juga memiliki potensi untuk mendorong partisipasi sosial dan kepedulian terhadap persoalan Masyarakat (Marti et al., 2023; Winarsih & Minarti, 2025). Pesan Islam tidak hanya berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga dengan hubungan manusia dengan sesama dan lingkungan. Nilai kepedulian, tolong-menolong, keadilan sosial, menjaga lingkungan, dan membantu kelompok yang membutuhkan dapat dikembangkan melalui kampanye digital dan gerakan sosial. Generasi muda dapat diarahkan untuk tidak berhenti pada konsumsi konten keagamaan, tetapi mengaktualisasikan nilai agama dalam tindakan nyata. Dengan demikian, kesadaran keagamaan dapat berkembang dari kesadaran individual menuju kesadaran sosial.

Dalam membangun kesadaran keagamaan, keteladanan dai juga memiliki posisi yang sangat penting. Media digital membuat kehidupan dan perilaku komunikator lebih mudah diamati oleh masyarakat. Pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima apabila didukung oleh integritas dan konsistensi perilaku. Dai yang mengajarkan kesantunan tetapi menggunakan bahasa kasar, menyerukan toleransi tetapi gemar menyerang kelompok lain, atau mengajarkan kejujuran tetapi menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi akan kehilangan kredibilitas. Oleh karena itu, dakwah digital menuntut kesesuaian antara pesan, perilaku, dan etika komunikator. Keteladanan menjadi bentuk retorika yang kuat karena audiens tidak hanya mendengar apa yang dikatakan, tetapi juga mengamati bagaimana seorang dai berperilaku.

Dari perspektif komunikasi, keberhasilan dakwah digital juga dipengaruhi oleh kemampuan mengintegrasikan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas dan keteladanan dai, *pa-*

thos berkaitan dengan kemampuan menyentuh emosi audiens, sedangkan *logos* berkaitan dengan kekuatan argumentasi dan dasar keilmuan. Ketiga unsur tersebut perlu dipadukan agar pesan dakwah memiliki daya persuasif yang kuat. Pesan yang memiliki dasar keilmuan tetapi tidak dikomunikasikan dengan baik mungkin sulit diterima, sementara pesan yang menarik secara emosional tetapi tidak memiliki dasar yang kuat dapat menyesatkan. Oleh sebab itu, dakwah digital harus mampu menggabungkan kedalaman ilmu dengan kreativitas komunikasi.

Dakwah digital pada akhirnya memberikan kontribusi dalam membangun kesadaran keagamaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Kesadaran beragama pada generasi muda tidak cukup hanya ditunjukkan melalui pemahaman ritual, tetapi juga melalui kemampuan menerapkan nilai Islam dalam menghadapi persoalan modern. Generasi muda perlu memiliki kesadaran bahwa menjadi muslim di era digital berarti memiliki tanggung jawab untuk menggunakan teknologi secara bijaksana, menjaga etika komunikasi, memverifikasi informasi, menghormati perbedaan, menghindari konten negatif, serta menggunakan media digital untuk memberikan manfaat bagi orang lain. Dakwah memiliki peran strategis dalam menanamkan kesadaran tersebut.

Dengan demikian, kontribusi dakwah di era digital dalam membangun kesadaran keagamaan dapat dilihat dari kemampuannya memperluas akses pengetahuan agama, meningkatkan pemahaman dan penghayatan nilai Islam, membentuk karakter dan akhlak, memperkuat literasi digital keagamaan, membangun moderasi dan toleransi, menangkal narasi ekstrem, menciptakan ruang dialog, membangun komunitas positif, serta mendorong kepedulian sosial. Dakwah digital bukan sekadar proses memindahkan ceramah konvensional ke media sosial, tetapi merupakan transformasi strategi komunikasi yang membutuhkan kreativitas, kompetensi keagamaan, literasi digital, dan tanggung jawab etis.

Oleh karena itu, dakwah di era digital perlu dikembangkan sebagai proses pendidikan dan pembinaan yang berkelanjutan. Dai, lembaga pendidikan, keluarga, organisasi keagamaan, dan komunitas masyarakat perlu bersinergi dalam menghadirkan konten keislaman yang kredibel, moderat, humanis, kontekstual, dan menarik bagi generasi muda. Apabila dikelola secara tepat, ruang digital dapat menjadi media strategis untuk membangun generasi muda yang memiliki pengetahuan keagamaan yang memadai, kesadaran moral yang kuat, kemampuan berpikir kritis, sikap toleran, dan akhlak mulia. Dengan demikian, dakwah digital dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam

menghadirkan nilai-nilai Islam yang mencerahkan dan *rahmatan lil 'alamin* di tengah perkembangan masyarakat digital.

Kesimpulan

Retorika dakwah di era digital mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan perubahan pola komunikasi masyarakat, khususnya generasi muda. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang konvensional seperti masjid, majelis taklim, atau mimbar, tetapi telah berkembang ke berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya. Perubahan tersebut menuntut dai untuk tidak hanya memiliki penguasaan terhadap materi keislaman, tetapi juga kemampuan dalam mengemas dan menyampaikan pesan secara komunikatif, kreatif, persuasif, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital.

Strategi komunikasi Islam dalam dakwah digital perlu dibangun berdasarkan prinsip *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *muja-dalah billati hiya ahsan*. Prinsip tersebut menempatkan dakwah sebagai proses komunikasi yang mengedepankan kebijaksanaan, keteladanan, kelembutan, dialog, dan penghargaan terhadap keberagaman pemahaman. Penggunaan bahasa yang sederhana, narasi yang relevan dengan kehidupan generasi muda, storytelling, konten audiovisual, infografis, serta komunikasi interaktif dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman terhadap pesan keagamaan. Dengan demikian, retorika dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dihayati, dan diwujudkan dalam perilaku.

Retorika dakwah yang efektif memiliki kontribusi penting dalam membangun kesadaran keagamaan generasi muda. Kesadaran tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui peningkatan pengetahuan agama, tetapi juga melalui kemampuan menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti kejujuran, tanggung jawab, toleransi, kepedulian sosial, akhlak mulia, dan sikap moderat. Dalam konteks digital, dakwah juga berperan dalam membimbing generasi muda agar mampu menyikapi berbagai informasi keagamaan secara kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh konten yang mengandung disinformasi, intoleransi, ujaran kebencian, maupun paham keagamaan yang ekstrem.

Dengan demikian, keberhasilan dakwah di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan dai dalam mengintegrasikan kompetensi keagamaan dengan kompetensi komunikasi dan literasi digital. Dai perlu memahami karakteristik, kebutuhan, bahasa, budaya, dan pola

konsumsi informasi generasi muda agar pesan dakwah dapat disampaikan secara relevan tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Dakwah digital yang komunikatif, humanis, moderat, dan adaptif dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun generasi muda yang memiliki kesadaran keagamaan yang kuat sekaligus mampu berinteraksi secara bijaksana dalam masyarakat digital.

Pada akhirnya, transformasi retorika dakwah bukan berarti mengubah substansi ajaran Islam, melainkan memperbaiki strategi, media, dan pendekatan penyampaiannya agar sesuai dengan perkembangan zaman. Integrasi antara nilai-nilai Islam dan teknologi digital memungkinkan dakwah menjadi lebih luas, inklusif, interaktif, dan dekat dengan kehidupan generasi muda. Oleh karena itu, penguatan kompetensi retorika dan literasi digital bagi para dai menjadi kebutuhan penting agar dakwah mampu menghadirkan pesan Islam yang *rahmatan lil 'alamin*, mencerahkan, membangun kesadaran keagamaan, serta berkontribusi terhadap terciptanya kehidupan sosial yang damai, toleran, dan berkeadaban.

Daftar Pustaka

- Abimanyu, I., Narulita, H., & Dwi Purwani, L. L. (2024). Kajian Outdoor Learning Proses dalam Pembelajaran Siswa Sekolah Dasar: Studi Pustaka. *JEMARI (Jurnal Edukasi Madrasah Ibtidaiyah)*, 6(1), 25–33. <https://doi.org/10.30599/jemari.v6i1.3197>
- Agustini, D. (2022). Komunikasi Efektif dan Keteladanan Sebagai Alat Pendidikan Untuk Pewarisan Budaya Jawa “Tepa Slira” dan “Empan Papan” pada Anak. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2), 351–364. <https://doi.org/10.22437/titian.v6i2.22162>
- al-Thabari, I. J. (2010). *Tafsir Jami' al Bayan fi ta'wil al-Qur'an*. al-Maktabah al-Syamilah.
- Andayani, R. D., Rahma, K., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Strategi Komunikasi Dai Muda dalam Menyebarkan Pesan Dakwah di Tiktok. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(4), 451–459.
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni. *Jurnal An-Nida*, 17(1).
- Aziz, A. (2025). Dakwah Moderasi Beragama Perspektif TGB. Muhammad Zainul Majdi. *Al-Ittisholi: Jurnal Komunikasi Islam*, 2(2), 171–187. <https://doi.org/10.37216/al-ittisholijournalofislamiccommunication.v2i2.2128>

Danandjaja, J. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. *Antropologi Indonesia*, 0(52). <https://doi.org/10.7454/ai.v0i52.3318>

Daymon, C., & Holloway, I. (2002). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Routledge.

Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah, I. (2024). Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81–103. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>

Egiagu, E. (2024). Interreligious Dialogue As The Foundation Of Religious Anti-Violence. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v7i1.9866>

Fadhila, N., & Abdilah, M. F. (2025). Retorika Dakwah Tiktok dalam Meningkatkan Efektivitas Public Speaking: Pendekatan, Teknik dan Tantangan. *Mauriduna: Journal of Islamic Studies*, 6(1), 476–484. <https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i1.1385>

Fitri, M., & Indriyani, L. T. (2022). Toleransi Antar Umat Beragama di Ruang Digital Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(1), 95–109. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i1.6638>

Ibnu Kasir, & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>

Lestari, Y. S., & Febria, R. (2026). Retorika Dalam Era Digital: Membangun Komunikasi yang Efektif di Tengah Arus Informasi. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 3(01).

Lillah, N. A., & Fadhil, A. (2025). Peran dakwah digital dalam menanamkan kesadaran beragama bagi remaja generasi Z. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 01–12.

Lubis, A. H. (2026). Pengaruh Retorika Da'i terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Mad'u. *International Journal of Da'wah Studies*, 1(1), 72–81.

Maisari, A. (2025). Tantangan Radikalisme dan Ekstremisme: Kajian Kritis Terhadap Ekstremisme Perspektif Moderasi Beragama. *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*, 7(2), 146–159. <https://doi.org/10.22373/tadabbur.v7i2.883>

Mallo, M. G. R. (2025). Membangun praktik keagamaan yang inklusif dan dialogis: Telaah terhadap pendekatan teologis normatif. *ISME: Journal of Islamic Studies and Multidisciplinary Research*, 3(1), 27–34.

Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran video dakwah di Youtube dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 102–118.

Masrudi. (2019). Strategi Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 9(2), 176–191. <https://doi.org/10.35905/komunida.v9i2.1122>

Nasution, S. R., Arianto, N., & Hasibuan, S. (2026). Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah dalam Pengajian pada Channel Youtube@ Gus Miftah Official. *Kartika: Jurnal Studi Keislaman*, 6(1), 1541–1553.

Ni'amah, L. U., & Badriyah, F. (2026). Retorika Dakwah Kontemporer; Paradigma, Teori, dan Praktik Public Speaking di Era Digital. *REPOSITORY CV INDONESIA IMAJI*, 2(2).

Pratiwi, T., & Zulfritri, Z. (2023). The Effect of Using Storytelling Technique on Students' Speaking Skill of II Class at SMPS Plus Kasih Ibu Patumbak. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1435–1448. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.5937>

Rafi, K. A., & Sumarlan, I. (2025). Strategi Komunikasi Inovatif Dalam Mempromosikan Ideologi Islam Berkemajuan: Pendekatan Muhammadiyah. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(8), 1697–1984.

Rajiyem. (2005). Sejarah dan Perkembangan Retorika. *Humaniora*, 17(2).

Rofiah, Z., & Miah, M. (2025). Strategi komunikasi persuasif dalam media dakwah: Kontribusinya terhadap peningkatan pemahaman pendidikan agama Islam. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 9(1), 174–186.

Santono, A. N. R., Sukataman, S., Ni'am, A. M., & Chamdan, U. (2025). Dakwah Interaktif: Pergeseran Dari Ceramah Satu Arah Ke Diskusi Dua Arah. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 5(1), 77–99.

Simatupang, M. A., Nasution, H., & Azhar, A. A. (2025). Pengaruh Retorika Dakwah terhadap Pemahaman Wawasan Kebangsaan di

Kalangan Milenial Muslim. *Islam & Contemporary Issues*, 5(1), 26–35.

Winarsih, R., & Minarti, S. (2025). Model Manajemen Partisipatif dalam Pendidikan Islam: Kajian Teoritis dan Aplikatif. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Manajemen (JIPM)*, 1(2), 55–65. <https://doi.org/10.62568/jipm.v1i2.400>

Zahra, F., & Pratiwi, R. A. (2024). Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia. *Hikmah*, 18(2), 353–368.