

Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital

M. Fahmi Ashari,¹ Muhammad Khalil Dova,² Canra Krisna Jaya³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

¹Email: m_fahmi23@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyse cultural da'wah communication in the digital era. It is important for the author because in the midst of the development of the times, there has been a paradigm shift in life, including da'wah. Preaching using cultural approaches in the digital era is very important because in addition to maintaining the existence of that culture, it is also a way of preaching that is still relevant to the socio-cultural conditions of the existing society. This research uses qualitative research with data sources obtained through interviews, observation, and documentation. The result of this research is that religion and culture are two aspects that cannot be separated, even though religion and culture have certain limits, namely as long as culture does not conflict with the values of Islamic teachings. The implementation of cultural da'wah in the digital era is realised with digital platforms, namely social media, websites, and mobile applications. This is proof that Islam will always be relevant to the times and time. This means that Islamic da'wah methods will always develop and the values of Islamic teachings will always be relevant to the conditions of the times. The challenges faced in cultural da'wah in the digital era include shifting Islamic cultural values in the digitalisation era, moral decadence in social life, individualistic and materialistic lifestyles. While the opportunities obtained are that they can attract a lot of public attention, allow religious messages to be delivered in a more creative and interesting way, and can become an inseparable part of life.

Keywords: *Communication; Da'wah; Cultural; Digital Era*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi dakwah kultural di era digital. Penting bagi penulis karena di tengah perkembangan zaman yang ada, telah terjadi pergeseran paradigma kehidupan, tidak terkecuali dakwah. Dakwah dengan menggunakan pendekatan kultural di era digital sangat penting karena selain untuk mempertahankan eksistensi dari budaya itu, juga sebagai cara dakwah yang masih

relevan dengan kondisi sosio kultural masyarakat yang ada. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa agama dan budaya merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan, meski demikian antara agama dan budaya memiliki batas tertentu yaitu selama budaya tidak bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Implementasi dakwah kultural di era digital direalisasikan dengan platform digital yaitu media sosial, situs web, dan aplikasi seluler. Hal tersebut merupakan bukti bahwa agama Islam akan selalu relevan dengan zaman dan waktu. Maksudnya bahwa metode dakwah Islam akan selalu berkembang dan nilai-nilai ajaran Islam akan selalu relevan dengan kondisi zaman. Tantangan yang dihadapi dalam dakwah kultural di era digital antara lain pergeseran nilai budaya Islam pada era digitalisasi, dekadensi moral dalam kehidupan sosial, pola hidup yang individualistis dan materialistis. Sedangkan peluang yang diperoleh yaitu dapat menarik banyak perhatian masyarakat, memungkinkan pesan agama disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan menarik, dan dapat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan.

Kata kunci: Komunikasi; Dakwah; Kultural; Era Digital.

PENDAHULUAN

Di era perkembangan yang semakin pesat ini, semua lini aspek kehidupan mengalami perubahan yang signifikan, dari era klasik ke era digital. Seiring dengan kemajuan teknologi dan penemuan-penemuan ilmiah, dunia telah mengalami perubahan yang sangat cepat dan transformasional dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan ini telah mengubah cara bekerja, berkomunikasi, belajar, dan bahkan memandang dunia. Misalnya saja disaat kita dalam mencari sesuatu yang diinginkan tinggal mencarinya di internet dan semua informasi yang kita perlukan akan muncul dengan berbagai variasi.

Fenomena tersebut juga merambah ke dalam aspek dakwah. Saat ini dakwah mengalami perkembangan yang sangat dinamis dimana media dakwah mengalami dinamika. dakwah merupakan sebuah usaha mengubah manusia dari keadaan yang tidak baik menjadi lebih baik. Perwujudan dakwah bukan hanya usaha peningkatan pemahaman keagamaan dan pandangan hidup saja, melainkan juga pengamalan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan. Dakwah erat kaitannya dengan budaya lokal. Budaya lokal merupakan kebiasaan

masyarakat yang sudah mengakar kuat di kehidupan masyarakat yang kemudian mereka jadikan sebagai adat. Maka berbicara dakwah budaya atau dakwah kultural merupakan pendekatan dakwah yang dilakukan dengan budaya lokal dan memasukkan nilai-nilai ajaran Islam ke dalam budaya tersebut sehingga ajaran Islam akan mudah diterima oleh kalangan masyarakat tersebut.

Kaitannya dengan hal tersebut, di tengah perkembangan zaman yang semakin pesat, telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan di abad ke-21 ini, dimana perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangatlah cepat, informasi yang serba pesat, dan teknologi yang semakin canggih telah menghilangkan jarak dan batas wilayah antara wilayah satu dengan wilayah tertentu. Dengan konsekuensi tersebut, maka penting bagi umat Islam untuk dapat menghadapi tantangan tersebut dengan strategi dakwah yang relevan dengan keadaan zaman. Pada tataran inilah perlunya media dakwah yang dapat mengimbangi arus informasi yang serba terbuka dengan konteks dakwah kultural yaitu dakwah yang mengelaborasi budaya lokal yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan cara inilah dakwah kultural akan tetap eksis di tengah perkembangan zaman.

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh (AR et al., 2023) yang menunjukkan bahwa budaya sebagai sarana dakwah menjadi penting dan relevan dengan keadaan zaman. Hasil dari interpretasi kearifan lokal tersebut dapat diinformasikan dengan mendayagunakan teknologi digital. Dengan begitu komunikasi dakwah berbasis kultural akan tetap relevan dengan kondisi zaman.

Berdasarkan pada pemaparan di atas, maka penulis akan membahas lebih detail dan mendalam kaitannya dengan komunikasi dakwah kultural di era digital. Dengan begitu akan memberikan wawasan tambahan kepada para pelaku dakwah ataupun para akademisi untuk melihat realitas pergeseran

paradigma pendekatan dakwah klasik/tradisional ke dakwah yang lebih modern dan menjadi harapan untuk dapat adaptif lagi terhadap kondisi mad'u yang semakin kompleks.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Mulyana dalam (Fiantika et al., 2022) mengistilahkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh. Menurut Creswell dalam (Sugiyono., 2018) penelitian kualitatif adalah proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam memperoleh sumber data, peneliti melakukan wawancara, observasi dan studi dokumen. Wawancara adalah komunikasi antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi ataupun ide. Observasi adalah pengamatan terhadap sebuah objek tertentu. Sedangkan studi dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah lalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya seseorang. Dari ketiga sumber tersebut, peneliti berusaha untuk menganalisis dan memberikan respon secara objektif terhadap fenomena yang terjadi saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Dakwah Kultural Era Digital

Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah berasal dari kata "*da'u, yad'u, da'watan* yang berarti memanggil, mengundang, ataupun mengajak. Istilah ini seringkali diberikan arti yang sama dengan istilah *tabligh, amar ma'ruf, nabi munkar, tabsyir wa tanzhir, tarbiyah wa ta'lim*, dan *khotbah*. Dari sisi terminologi dakwah adalah upaya kegiatan untuk mengajak atau menyeru umat manusia supaya berada di jalan Allah swt sesuai fitrahnya baik melalui kegiatan lisan, tulisan, ataupun perbuatan sebagai upaya pengejawantahan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran

sesuai dengan pengertian dasar Islam. Dengan demikian hakikat dakwah pada dasarnya adalah upaya mengajak dan mengembalikan manusia sesuai dengan fitrahnya serta merupakan penjabaran nilai-nilai Ilahi yang menjadi amal saleh dalam kehidupan nyata (Bungo, 2014).

Menurut Nasaruddin Latif dakwah merupakan setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan, dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman, dan menaati Allah sesuai dengan akidah dan syariat serta akhlak (Aziz, 2017).

Menurut Arifin dakwah adalah sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu kesadaran, penghayatan, dan pengamalan terhadap ajaran agama.(Irawan & Suriadi, 2019).

Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat baik, dan melarang dari perbuatan jelek supaya mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pendapat ini selaras dengan pernyataan Al-Ghazali bahwa amar ma'ruf nahi munkar adalah gerakan dakwah dan penggerak dalam dinamika masyarakat Islam (Bungo, 2014).

Sesuai dengan firman Allah swt. dalam QS. Ali Imran: 104

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Berdasarkan ayat di atas, dapat difahami bahwa dakwah merupakan sebuah ajakan manusia ke jalan kebaikan, mengajak mereka untuk beriman dan

menaati perintah Allah swt dengan penuh kesadaran dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai pegangan hidup manusia baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam pemikiran dakwah terdapat dua pola pengertian yang selama ini menjadi acuan. Pertama, dakwah diberi pengertian yang identik dengan tabligh, sehingga dakwahnya hanya menyentuh bidang garapan yang terbatas, misalnya ceramah, khotbah, atau majelis taklim. Kedua, dakwah diartikan sebagai segala usaha untuk mewujudkan ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia. Untuk itu, dalam prosesnya dakwah memiliki nuansa yang banyak. Sebab dakwah harus berhadapan dengan dinamika kehidupan manusia. Maka dakwah menjadi dinamis supaya dapat selaras dengan kondisi lingkungan manusia yang selalu dinamis. Oleh karena itulah, dakwah selain berfungsi untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik, juga dakwah sendiri senantiasa lekat dengan perubahan pada dirinya (Bungo, 2014).

Pengertian Kultural

Budaya berasal dari bahasa Inggris “*culture*” yang mengacu pada kesopanan, budaya, dan perhatian. Menurut teori berbeda, kultural berasal dari kata bahasa Latin “*cultural*” yang berarti mengolah, memelihara, atau mengusahakan (Adde & Rifa’i, 2022). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kultural atau budaya mengacu pada perilaku yang dipelajari menjadi karakter hidup dari anggota suatu masyarakat tertentu. Menurut Baharudin Ali bahwa kebudayaan berasal dari suatu adat masyarakat. Maka, kebudayaan adalah hasil ciptaan manusia yang terus dijalankan secara berkelanjutan. Budaya berarti adat istiadat yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah mengakar pada masyarakat. Bentuk kebudayaan berupa fisik atau non fisik. Oleh karena itu, Soelaeman mengatakan budaya mempunyai teori sebagai sesuatu hal yang dapat dipelajari dan diamati, bersumber dari segi biologis, lingkungan, psikologis, dan komponen sejarah manusia, terdapat struktur, bersifat dinamis,

ada ketentuan yang dapat dianalisis dengan metode ilmiah (Irawan & Suriadi, 2019).

Kultur atau budaya terdiri dari nilai-nilai umum yang dipegang dalam suatu kelompok manusia yang menjadi satu norma, kebiasaan, nilai, dan asumsi-asumsi yang mengarahkan perilaku tersebut. Kultur juga dapat mempengaruhi nilai dan keyakinan seseorang. Dalam literatur antropologi terdapat tiga istilah yang semakna dengan kultural yaitu *culture*, *civilization*, dan kebudayaan. Alisyahbana mengemukakan kultur berasal dari bahasa latin yaitu *colo, colere* yang berarti memelihara, mengerjakan, mengolah. Adapun secara istilah Soemardjan dan Soemardi mendefinisikan kultur sebagai semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat, karya yang menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan yang diperlukan manusia untuk menguasai alam sekitarnya (Irawan & Suriadi, 2019).

Hidayat mengemukakan bahwa dakwah kultural adalah jenis dakwah yang melihat potensi dan kecenderungan masyarakat sebagai makhluk berbudaya untuk menjadikan budaya sebagai alternatif dalam menghayati, dan menerapkan ajaran Islam (Adde & Rifa'i, 2022). Sedangkan menurut Arifin Dakwah kultural ialah dakwah yang dilakukan dengan cara mengikuti budaya-budaya kultur masyarakat setempat dengan tujuan supaya dakwahnya dapat diterima di lingkungan masyarakat. Dakwah kultural juga dapat diartikan sebagai kegiatan dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya dalam menciptakan budaya baru yang bernuansa Islami dengan memanfaatkan adat, tradisi, seni, dan budaya lokal dalam mewujudkan kehidupan yang Islami (Husein, 2017).

Maka dakwah kultural merupakan upaya menanamkan nilai-nilai Islam dalam segala dimensi kehidupan dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk secara luas, guna mewujudkan

masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Dakwah kultural mencoba memahami potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya yang berarti memahami ide-ide, gagasan, adat istiadat, kebiasaan, norma, dan simbol-simbol yang mempunyai makna tertentu dalam kehidupan masyarakat. Pemahaman tersebut dibingkai dalam pandangan Islam sebagai pesan Islam *rahmatan lil alamin* (Husein, 2017).

Dengan demikian dakwah kultural menekankan pada dinamisasi dakwah, selain pada purifikasi. Dinamisasi artinya mencoba untuk menghargai potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya dalam arti luas, serta melakukan upaya agar budaya tersebut mengarah pada kemajuan dan pencerahan kehidupan manusia. Sedangkan purifikasi berusaha menghindari pelestarian budaya yang terbukti dari segi ajaran Islam bersifat syirik, takhayul, bid'ah, dan khurafat. Oleh karena itu, dakwah kultural bukan berarti melestarikan atau membenarkan hal-hal yang menyimpang dari ajaran Islam, tetapi menyikapinya dengan menggunakan pendekatan dakwah (Husein, 2017).

Era Digital

Digital merupakan sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis, dari yang semua bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang kompleks namun fleksibel yang menjadikan sesuatu yang membutuhkan banyak tenaga menjadi lebih efisien dan efektif. Teori digital selalu berkaitan dengan media, karena media selalu berkembang seiring dengan majunya teknologi, dari media lama hingga media terbaru, sehingga mempermudah manusia dalam melakukan segala hal yang berkaitan dengan digital (Nikijuluw et al., 6 C.E.).

Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital yaitu sebuah era atau zaman yang di dalamnya sudah

mempunyai kondisi perkembangan yang begitu maju hingga semua kegiatan penting bisa dilakukan secara digital. Perkembangan era digital juga semakin lama semakin berjalan begitu cepat hingga tak bisa dihentikan oleh manusia. Era digital merupakan zaman ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Sedangkan teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung ke internet (Latifah, 2023).

Globalisasi memiliki arti yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Globalisasi mengacu terhadap perkembangan pesat dalam tatanan komunikasi, transportasi, dan teknologi informasi yang dapat membawa bagian dunia dari yang awalnya dirasakan sebagai sesuatu yang jauh menjadi begitu dekat sehingga dapat dijangkau dengan mudah. Selanjutnya akan diulas secara lebih rinci dan lebih detail mengenai perilaku umat Islam terhadap identitas dan modernitas di era digital di tengah era globalisasi, dapat juga dibaca dalam buku Johan Meuleman (Ed), *Islam di Era Globalisasi Sikap Muslim Terhadap Modernitas dan Identitas*.

Kecanggihan teknologi juga turut serta mewarnai segala aspek kehidupan manusia, termasuk dalam proses kegiatan dakwah. Dengan mengetahui kelebihan dari alat digital, kita dapat menggunakan alat ini sebagai media dakwah. Hal ini sangat diharapkan agar dakwah yang dilakukan melalui digital dapat berjalan secara efektif dan efisien sebagai pola penyampaian informasi dan upaya mentransfer ilmu pengetahuan (Jaya & Rosidi, 2022).

Dengan media internet membuat media massa berbondong-bondong pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital, kini membuat perubahan yang sangat besar terhadap dunia. Telah banyak bermunculan berbagai macam teknologi digital yang memudahkan berbagai kalangan dalam mengakses suatu informasi. Era digital merupakan sebuah konsekuensi dari perkembangan

dunia. Teknologi akan terus bergerak ibarat arus laut yang terus berjalan ditengah-tengah kehidupan manusia. Maka tidak ada pilihan lain selain menguasai dan mengendalikan teknologi dengan baik dan benar agar dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat (Nikijuluw et al., 6 C.E.).

Relasi Islam dan Budaya

Agama dan budaya merupakan dua unsur penting dalam masyarakat. Ketika ajaran agama masuk dalam sebuah komunitas yang berbudaya, akan terjadi tarik menarik antara kepentingan agama di satu sisi dengan kepentingan budaya di sisi lain. Dengan demikian sama halnya dengan agama Islam yang diturunkan di tengah-tengah masyarakat Arab yang mempunyai adat istiadat dan tradisi secara turun temurun. Mau tidak mau dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah harus mempertimbangkan aspek budaya masyarakat pada saat itu. Bahkan sebagian ayat al-Qur'an turun melalui tahapan penyesuaian budaya setempat (Nuryani et al., 2019). Hal ini dikarenakan budaya merupakan suatu hal yang sangat lekat dengan kehidupan masyarakat sehingga dalam beragama pun masyarakat masih seringkali terikat dengan budaya (Husein, 2017).

Menurut Nurcholish Madjid agama dan budaya tidak dapat dipisahkan. Namun, seperti yang dikemukakan oleh banyak ahli, meskipun agama dan budaya tidak dapat dipisahkan, keduanya dapat dipisahkan dan tidak dapat dicampur. Agama secara keseluruhan merupakan nilai yang tidak dapat berubah dan bertahan melintasi ruang dan waktu. Sedangkan budaya dapat bergeser dari waktu ke waktu. Terlepas dari kenyataan bahwa mayoritas budaya didasarkan pada agama bukan sebaliknya agama didasarkan pada budaya. Kebudayaan tunduk pada agama dan tidak pernah sebaliknya.

Dalam sebagian besar pandangan orang Islam Indonesia, kehadiran Islam yang dibawa oleh Rasulullah bukanlah untuk menolak tradisi yang telah berlaku dan mengakar menjadi kultur kebudayaan masyarakat, melainkan

sekedar untuk melakukan pembenahan dan pelurusan terhadap tradisi dan budaya yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Budaya lokal yang mapan menjadi nilai normatif masyarakat dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, maka Islam akan mengakulturasikannya sebagai bagian dari budaya dan tradisi Islam itu sendiri (Nuryani et al., 2019).

Jauh di zaman sebelumnya, Wali Songo telah membahas Islam dan budaya yang kemudian dikenal dengan istilah akulturasi budaya. Wali Songo dalam menyebarkan agama Islam di pulau Jawa khususnya dan di Indonesia pada umumnya menggunakan cara yang elegan, tidak menggunakan pendekatan *black and white* apalagi kekerasan. Mereka sangat mengapresiasi budaya lokal yang sudah ada di wilayah tersebut. Para wali dapat menampilkan agama Islam yang sejuk, Islam toleran dan moderat di tengah-tengah masyarakat, mereka dapat mengakulturasi antara agama dan budaya lokal, dengan tidak mengorbankan prinsip-prinsip agama yang pasti petunjuknya. Para wali menunjukkan jalan atau alternatif baru dengan tidak mengusik tradisi atau budaya lokal serta mudah ditangkap oleh orang awam karena pendekatan-pendekatan Wali Songo yang konkret, realistis, dan menyatu dengan kehidupan (Razi, 2011).

Wali Songo dapat memperlihatkan kesantunan ajaran Islam disertai perilaku-perilaku yang ramah dan meneduhkan, Islam didakwahkan kepada masyarakat melalui ruang-ruang dialog, majelis taklim, pagelaran seni dan sastra, serta aktivitas-aktivitas budaya lainnya yang jauh dari unsur paksaan dan konfrontasi sehingga wajah Islam mempunyai daya tarik yang luar biasa kepada penduduk pribumi yang pengaruhnya merambah ke pusat-pusat kerajaan pada masa itu sehingga dalam rentang waktu yang relatif singkat, agama Islam dapat tersebar di Nusantara (Razi, 2011).

Para sejarawan menyebut strategi dakwah walisongo dengan istilah strategi akomodatif. Dari sudut pandang sosiologi, strategi yang diterapkan Walisongo dalam dakwahnya memperhatikan seluruh konteks maupun situasi yang melingkupi masyarakat setempat sehingga tampak jelas mereka tidak mementingkan simbol-simbol Islam yang mencerminkan budaya dari Timur Tengah, justru penekanannya terletak pada nilai-nilai substantif Islam. metode dakwah Walisongo menekankan isi daripada luaran yang diilustrasikan sebagai bumbu dalam suatu masakan (Razi, 2011).

Maka dari penjelasan tersebut dakwah kultural didasarkan pada istilah ma'ruf, yaitu nilai-nilai luhur dan adat istiadat yang diakui masyarakat, selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai ketuhanan. Dalam melaksanakan dakwah budaya harus memperhatikan adat istiadat, konvensi dan budaya dalam arti seluas-luasnya selama budaya itu positif dan tidak melanggar prinsip-prinsip ajaran Islam (Adde & Rifa'i, 2022).

Antara agama dan budaya menjadi sebuah entitas baru yang dikenal dengan akulturasi. Dimana Islam mengilhami terciptanya model budaya baru dari budaya lokal yang ada. Oleh karena itu, meskipun Islam itu satu, bentuknya dapat bermacam-macam dan tidak semua harus dianggap tidak orisinil. Karena jika demikian, kita akan kesulitan menemukan entitas Islam yang asli. Semua bentuk Islam ini dipengaruhi oleh situasi budaya di mana hal tersebut terjadi. Banyak ahli berpendapat bahwa fleksibilitas Islam dalam berdialog dengan budaya lokal menyebabkan keberhasilan dakwah Islam di Timur dan Barat (Adde & Rifa'i, 2022).

Dalam aliran budaya, Islam tidak dapat didakwahkan kecuali dalam sifat pribumi, artinya kedatangan dakwah Islam harus disajikan dalam pendekatan yang mudah dikenal. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. Ibrahim ayat 4.

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

“Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dialah Tuhan Yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.”

Makna *qaumibi* ditafsirkan sebagai budaya setempat atau kebiasaan masyarakat setempat, termasuk bahasa.

Komparasi Komunikasi Dakwah Tradisional dan Komunikasi Dakwah Modern

Komunikasi dakwah tradisional merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan media tradisional yang sudah sejak lama digunakan di suatu tempat. menjadi sarana untuk mentransferkan pengetahuan lokal, nilai-nilai lokal, termasuk nilai-nilai religius yang dianut secara mayoritas masyarakat sebelum budaya komunikasi tersebut mengenal teknologi. Salah satu bentuk komunikasi tradisional adalah tradisi Katoba. Yaitu ritual religi dalam siklus hidup masyarakat Muna (mencakup Masyarakat Pulau Muna, Kota Kendari, Makassar, Gorontalo, Bitung, dan daerah lainnya) yang berkaitan dengan ritual pendewasaan seorang anak.

Tradisi Katoba merupakan salah satu bentuk komunikasi tradisional. Penutur tradisi katoba (imam) menyelipkan pesan-pesan tertentu kepada anak yang dikatoba. Pola komunikasi yang terjadi dalam tradisi katoba adalah komunikasi langsung dan dua arah, yakni komunikasi yang saling memberikan tanggapan satu sama lain. pesan yang disampaikan imam kepada anaka berkenaan dengan sifat kekanak-kanakan menuju dewasa, baik dalam konteks agama maupun adat istiadat. Bahkan, penyampaian pesan dalam tradisi ini dapat membimbing jasmani dan rohani anak pada tingkat kehidupan sosial dan individu untuk mengembangkan fitrah manusia berdasarkan ajaran Islam. Adapun pesan dakwah yang terkandung dalam tradisi Katoba pada masyarakat

Muna memuat nilai-nilai fundamental dalam Islam yaitu syahadat, sholat, zakat, puasa, dan haji (Hadirman et al., 2019).

Contoh lainnya yaitu komunikasi dakwah tradisional di pesantren. Pola komunikasi di pesantren terbagi menjadi tiga macam yaitu komunikasi aksi, interaksi, dan transaksi. Pola komunikasi dakwah secara aksi yaitu proses komunikasi yang tidak memberikan ruang bagi para santri untuk merespon pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh kyai. Hal ini terjadi biasanya pada saat proses belajar mengajar. Seperti pola komunikasi bandongan yaitu komunikasi langsung dan hanya satu pihak tanpa ada keikutsertaan untuk berinteraksi (Rahman et al., 2019).

Pola kedua, komunikasi interaksi, yaitu adanya komunikasi antara dua pihak dalam hal ini kyai dan santri. Interaksi ini sering ditemukan ketika saat proses belajar sorogan. Proses belajar sorogan, santri dapat aktif bertanya maupun diskusi dengan sang kyai. Komunikasi interaksi menuntut adanya umpan balik antara pihak yang terlibat dalam interaksi tersebut. pertukaran pesan komunikasi dapat dilakukan lewat bahasa verbal maupun nonverbal.

Pola ketiga, yaitu komunikasi transaksi yaitu komunikasi yang dilakukan untuk menentukan sebuah hal, misalnya bahtsul masail yaitu salah satu metode pembelajaran yang ada di pesantren. Bahtsul masail dipimpin oleh santri senior yang sudah mahir dalam ilmu agama. pemilihan lurah pondok, dll (Rahman et al., 2019).

Dari beberapa contoh yang telah disebutkan di atas bahwa metode komunikasi dakwah tradisional dilakukan secara langsung (*face to face*) antara dua pihak atau lebih untuk memberikan informasi, pesan, perintah, ataupun diskusi tentang suatu hal tanpa melalui perantara apapun. Sehingga komunikasi tradisional lebih menarik, sederhana, dan mudah dimengerti. Hal tersebut membuat media komunikasi tradisional melekat dalam kehidupan masyarakat dan berdampak pada proses pembangunan sosial masyarakat seperti memupuk

rasa persaudaraan. Namun komunikasi dakwah tradisional ini juga mengalami kekurangan misalnya dalam hal kemampuan dalam menjangkau ruang, waktu, dan audiens yang luas. Karena itulah komunikasi tradisional dianggap kurang efektif dalam hal keterjangkauan.

Sebelum membahas secara mendalam mengenai komunikasi dakwah modern, alangkah baiknya kita pahami terlebih dahulu apa makna dari dakwah modern. Dakwah modern adalah dakwah yang pelaksanaannya disesuaikan dengan keadaan serta kondisi masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang digunakan. Hal tersebut karena mungkin saja materi yang disampaikan itu bagus, namun metode atau media yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi masyarakat modern, maka dakwah akan mengalami kegagalan.

Begitu pun sebaliknya, bisa saja media atau metode yang digunakan sesuai dengan kondisi masyarakat modern, akan tetapi materi yang disampaikan kurang tepat, apalagi bila tampilan kemasannya yang kurang menarik, hal tersebut juga akan mengalami kegagalan dalam berdakwah. Oleh karenanya, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era modern maka para pendakwah sebaiknya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern yang dihadapinya (Zulkarnaini, 2015).

Kemudian komunikasi dakwah modern adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Di era serba teknologi saat ini dipenuhi dengan aktivitas dakwah di berbagai platform digital seperti media sosial, blog, podcast, dan video streaming. Dengan berbagai jenis kontennya. Dengan adanya teknologi memberikan

kemudahan dalam berdakwah dibandingkan dengan media komunikasi tradisional atau konvensional. Beberapa kelebihan berdakwah menggunakan teknologi dapat lebih hemat, banyak pilihan, jangkauan lebih luas, dan dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun.

Adapun gaya komunikasi pendakwah era modern saat ini telah mengadopsi secara luas teknologi informasi sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan keagamaan. Perubahan ini melibatkan berbagai platform populer seperti YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, dan lainnya. Salah satu ciri utama dari transformasi ini adalah pergeseran dari metode dakwah konvensional yang bersifat searah menjadi komunikasi multi arah yang lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan audiens (Rahmawati et al., 2024).

Pendakwah dapat menyampaikan pesan keagamaan secara mendalam dan langsung kepada audiens mereka melalui fitur podcast dan live streaming YouTube. Ini memberikan kesempatan untuk dialog dua arah antara pendakwah dan audiens, dengan pertanyaan, tanggapan, dan diskusi terjadi secara real-time. Pesan keagamaan dapat disampaikan dengan lebih dinamis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens berkat gaya komunikasi yang semakin interaktif ini.

TikTok juga menjadi platform yang sangat efektif untuk menyebarkan dakwah, selain YouTube. Pendakwah dapat menyampaikan pesan penting secara singkat dan menarik dalam video pendek. Dengan kreatif menggunakan efek visual dan musik, pesan dakwah dapat menjadi lebih menarik dan lebih mudah diingat oleh audiens, khususnya generasi muda yang paling banyak menggunakan aplikasi ini.

Sosial media seperti Instagram dan Twitter juga menjadi kanal penting dalam menyampaikan pesan keagamaan. Melalui posting gambar, kutipan, atau thread pendek, pendakwah dapat menciptakan konten yang ringkas namun memiliki dampak besar. Respons audiens yang dapat diungkapkan melalui like,

komentar, dan berbagai bentuk interaksi online lainnya membuat komunikasi antara pendakwah dan audiens semakin terbuka dan akrab (Rahmawati et al., 2024).

Berdasarkan hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2024 bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 64,35% pengguna Facebook, 50,84% pengguna youtube, 34,36% pengguna tiktok, 29,68% pengguna instagram. Hal tersebut menjadi peluang dan tantangan bagi seorang da'i untuk mengemas penyampaian dakwah yang menarik sehingga pesan dakwah akan tersampaikan dengan baik kepada mad'u melalui fitur-fitur internet yang sudah tersedia.

Implementasi Dakwah Kultural di Era Digital

Implementasi dakwah kultural di era digital sangat bergantung pada preferensi pendakwah. Namun secara umum, metode komunikasi dakwah kultural di era digital dapat direalisasikan melalui bentuk-bentuk komunikasi sebagai berikut:

Media Sosial

Pemanfaatan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube, tiktok sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah berbasis kearifan lokal. Melalui konten video, gambar, dan tulisan, pesan dakwah dapat diunggah dan dibagikan kepada pengguna media sosial dengan cara yang menarik dan mudah diakses. Penggunaan bahasa dan simbol lokal dalam konten juga dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman pesan yang disampaikan.

Masduki Baidhowi selaku Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi MUI mengatakan “paradigma berdakwah sudah mengalami pergeseran antara dakwah cetak dengan oral menjadi dakwah lewat media digital salah satunya

melalui media sosial. Dakwah melalui media sosial adalah jalan yang murah, mudah, dan strategis untuk penyampaian pesan dakwah”.

Media sosial merupakan salah cara penyebaran yang efektif. Selain itu juga memungkinkan untuk dijadikan sarana dakwah yang lebih kreatif dengan konten yang menarik seperti infografis, audio, dan sebagainya. Prinsip dasar membangun konten yang menarik di media sosial menurut Chaffey and Smith dalam (Mardiana, 2020) yaitu kreatif, jujur, sopan, memahami audiens, individual, melakukan pembaruan secara berkala.

Dakwah melalui media sosial sudah banyak digunakan para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak umum. Misalnya organisasi dakwah ada beberapa yang memiliki *subscriber* paling banyak seperti organisasi Muhammadiyah dengan channel youtube @Muhammadiyah Channel dengan jumlah *subscriber* 195 orang, Nahdlatul Ulama dengan channel youtube @TVNU Televisi Nahdlatul Ulama dengan 595 ribu *subscriber* dan @NU CHANNEL dengan 1,19 juta *subscriber*, dan lain sebagainya. Sedangkan dakwah di youtube dari personal pendakwah ada beberapa yang terkenal seperti Gus Kautsar dengan channel youtube @terasgubuk dengan 17,1 ribu *subscriber*, Gus Iqdam dengan channel youtube @Gus Iqdam Official dengan 1,42 juta *subscriber*, Gus Muwafiq dengan channel youtube @Gus Muwafiq dengan 345 ribu *subscriber*, channel Buya Yahya dengan channel @Al-Bahjah TV dengan 5,78 juta *subscriber*, Ustadz Abdul Somad dengan @Ustadz Abdul Somad Official dengan 4,65 juta *subscriber*, Ustadz Adi Hidayat dengan channel @Adi Hidayat Official dengan 5,34 juta *subscriber*, dan lain sebagainya.

Merujuk pada hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2024 bahwa pada platform video yang sering dikunjungi adalah youtube dengan persentase 93,63%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan menggunakan platform video terutama youtube. Maka tidak heran apabila banyak sekali ditemui akun-akun

youtube yang menyebarkan dakwah-dakwah Islam karena youtube merupakan media sosial yang sering digunakan dan platform video yang paling banyak ditonton.

Situs Website

Rustandi menjelaskan bahwa dialog tentang Islam dalam dunia internet berkaitan dengan konsep “*cyber religion*” yang berkembang di tengah kancah inovasi internet saat ini. Web sebagai media komunikasi dan data di seluruh dunia telah memberikan dampak penting terhadap penyebaran ajaran Islam di dunia. Kemajuan zaman menuntut setiap individu untuk membuka cakrawala informasi supaya mempunyai pandangan terbuka terhadap realitas yang ada (Andriani, 2023).

Web telah menjadi bagian mendasar bagi kehidupan masyarakat di era digitalisasi ini. Dengan semakin maraknya web, batasan waktu dan jarak yang dulunya menjadi kendala sekarang mulai hilang seiring dengan masifnya web. Dalam kaitannya dengan kehidupan beragama, hadirnya web menjadi referensi terhadap informasi-informasi keagamaan yang semakin terbuka. Web dianggap sebagai media yang mampu mengkomunikasikan pesan dakwah secara luas tanpa ada batasan geografis. Web mengkoordinasikan manusia satu dengan manusia lain, manusia dengan kelompok sosialnya, manusia dengan kebutuhannya. Web sebagai media modern bagi manusia bersifat hukum dan terbuka. Artinya, web dapat diakses oleh siapa saja dan dapat digunakan untuk tujuan apapun. Tentu saja, sebagai ruang terbuka yang diproduksi, web memberikan manfaat tersendiri bagi manusia dalam kehidupannya (Andriani, 2023).

Situs website memungkinkan pengorganisasian konten dakwah dengan baik dan tertata sehingga pengguna dapat dengan mudah menentukan dan mengakses berbagai materi yang berkaitan dengan kearifan lokal. Hal ini dapat

membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan mempermudah mereka untuk menjelajahi konten yang relevan. Beberapa organisasi dan komunitas dakwah telah mengembangkan situs web yang menyediakan konten dakwah kultural. Situs web ini biasanya berisi artikel, video, ceramah, dan informasi terkait kearifan lokal dan budaya Indonesia. Misalnya seperti nu.or.id, islami.co, muhammadiyah.or.id, muslim.or.id, dll.

Podcast

Podcast disebut sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat dipindahkan secara otomatis ke komputer atau media pemutar portable baik yang gratis maupun berlangganan. Konten audio ini merupakan dasar siaran radio yang dikembangkan melalui internet. Podcast muncul seiring dengan kemunculan iPod, perangkat pemutar audio buatan Apple yang diperkenalkan Steve Jobs pada 2001. Podcast kependekan dari iPod broadcasting atau siaran radio non-linier (Fabriar et al., 2022).

Podcast sebagai media audio yang mempunyai karakter seperti radio, yakni personal dan mempunyai nilai *theatre of mind*. Seorang pendengar akan merasa dekat dengan apa yang disampaikan oleh penyiar secara akrab, meskipun tidak bisa melihat secara visual. Media audio dapat membuat pendengar membayangkan apa yang disampaikan, yang terkadang juga apa yang dibayangkan oleh pendengar antara satu dengan yang lain bisa berbeda (Fabriar et al., 2022).

Di platform seperti Spotify, podcast dengan kata kunci dakwah atau ngaji banyak tersaji, seperti “ngaji bersama Gus Uli” dari Ulil Abshar Abdalla, “ngaji Gus Baha” oleh KH. Bahauddin Nursalim, “ngaji Gus Iqdam” oleh Agus Muhammad Idham Khalid, dan lain-lain.

Podcast mempunyai potensi yang besar sebagai sarana berdakwah melalui digital. Para pendakwah mulai memanfaatkan media tersebut disamping media yang sudah ada seperti radio, televisi, Facebook, youtube, dll. Ada beberapa

alasan dakwah melalui media baru seperti podcast diminati. Pertama, orang yang ingin belajar agama, tetapi waktu yang dimiliki terbatas. Kedua, syiar agama dengan gaya baru membuat orang yang sudah lanjut usia bisa terbantu.

Aplikasi Seluler

Aplikasi seluler, juga disebut sebagai aplikasi *mobile*, adalah perangkat lunak yang dimaksudkan untuk berjalan pada perangkat bergerak seperti *smartphone*, *tablet*, dan jam tangan pintar. Aplikasi seluler berbeda dari aplikasi desktop yang berjalan pada komputer meja dan dari aplikasi web yang dapat diakses melalui peramban.

Pada tahun 2009, David Pogue, seorang kolumnis teknologi, menyarankan agar ponsel pintar terbaru disebut sebagai "telepon aplikasi" untuk membedakannya dari ponsel pintar yang kurang canggih sebelumnya. Setelah itu, istilah "*app*", kependekan dari "aplikasi perangkat lunak", menjadi sangat populer. Pada tahun 2010, *American Dialect Society* menobatkannya sebagai "*Word of the Year*".

Pengembangan aplikasi seluler yang menyediakan konten dakwah berbasis kearifan lokal. Aplikasi tersebut dapat berisi materi-materi ceramah, nasihat, tafsir, dan kajian keagamaan yang memperhatikan konteks keIndonesiaan. Selain itu, aplikasi tersebut juga dapat menggabungkan elemen-elemen budaya lokal, seperti adat istiadat, seni, bahasa daerah, untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih menarik dan relevan.

Berikut beberapa contoh aplikasi seluler berbasis dakwah kultural yang dapat ditemui di playstore dan sejenisnya:



Dengan berbagai wujud konkret tersebut, digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal dapat mencapai lebih banyak orang, mempertahankan warisan budaya, dan memperkuat pesan dakwah dengan nilai-nilai lokal yang kaya dalam masyarakat Indonesia.

Tantangan dan Peluang Dakwah Kultural di Era Digital

Tentu menjadi sebuah tantangan besar ketika melihat perkembangan teknologi yang begitu cepat di zaman ini yang berimplikasi pada akulturasi budaya. Akulturasi budaya Islam dengan budaya asing pada saatnya akan melahirkan problematika-problematika sosio kultural masyarakat, antara lain (Amin, 2020): Pergeseran nilai budaya Islam sehingga mengaburkan acuan nilai yang digunakan dalam bermuamalah, dekadensi moral dalam kehidupan sosial umat, khususnya bagi generasi muda, pola hidup yang individualistis dan materialistis.

Namun dengan adanya era digitalisasi ini akan dapat memberikan manfaat yang cukup penting dalam eksistensi dakwah kultural di Indonesia. adapun manfaatnya yaitu dapat menarik perhatian khalayak yang mungkin tidak tertarik atau tidak akrab dengan bahasa dan bentuk komunikasi agama formal, memungkinkan pesan agama disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik dan daya ingat pesan, dapat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, dimana nilai-nilai agama terintegrasi dengan budaya.

PENUTUP

Komunikasi dakwah kultural di era digital mempunyai peranan yang besar dalam konteks masyarakat Indonesia dalam mempertahankan kearifan lokal, menjangkau lebih banyak orang, menyesuaikan dengan perkembangan zaman, memperkaya konten dakwah, dan memperkuat identitas keagamaan dan kebangsaan. Dalam implementasinya, sangat bervariasi tergantung pada preferensi pendakwah, organisasi dakwah, ataupun komunitas dakwah. Namun secara umum dapat diklasifikasikan menjadi beberapa platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler. Dengan memanfaatkan teknologi digital dengan bijak, dakwah kultural dapat terus menyebarkan nilai-nilai kearifan lokal di tengah dinamika modernisasi dan globalisasi.

Walaupun demikian, dakwah kultural di era digital juga dihadapkan dengan berbagai tantangan sehingga diperlukan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang nilai-nilai, norma-norma, dan tradisi, terlebih pada masyarakat yang heterogen. Selain itu, kecakapan menggunakan teknologi digital juga menjadi kendala bagi sebagian pihak, sehingga perlu penguatan literasi dakwah digital.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan pengetahuan bagi akademisi maupun praktisi dalam memahami perkembangan komunikasi dakwah kultural di era digital saat ini.

Saran untuk penelitian selanjutnya, bahwa supaya penelitian tentang topik ini lebih mendalam, alangkah baiknya bagi para peneliti-peneliti selanjutnya objek kajian penelitian lebih dispesifikkan sehingga dapat memberikan kondisi dan bukti yang konkret terhadap realita dakwah kultural yang ada di masyarakat. Misalnya objek kajian penelitian seperti pada masyarakat perkotaan, masyarakat, pedesaan, masyarakat urban, dan lain-lain. Dengan begitu pengetahuan yang akan kita peroleh semakin detail dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Adde, E., & Rifa'i, A. (2022). Strategi Dakwah Kultural Di Indonesia. *Dakwatul Islam*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.46781/dakwatulislam.v7i1.573>
- Amin, H. M. (2020). Dakwah Kultural Menurut Perspektif Pendidikan Islam. *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 71–84.
- Andriani, A. D. (2023). Dakwah Virtual : Internet sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 23(2), 175–188. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.29299>
- AR, N. W., Pababbari, M., Sastrawati, N., & Muliadi. (2023). Fungsionalisasi Budaya Lokal Sebagai Alternatif Sarana Dakwah di Era Digital. *SHOUTIKA: Jurnal Studi Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 1–10.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah* (6th ed.). Kencana.
- Bungo, S. (2014). Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2), 209–219.
- Fabiar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *Jurnal An-Nida*, 14(1), 1–6.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (I). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hadirman, Ardianto, & Musafar. (2019). Analisis Pesan Dakwah Islam Dalam Komunikasi Tradisional Katoba Pada Masyarakat Muna. *Jurnal Potret Pemikiran*, 23(2), 74–86.
- Husein, A. (2017). Dakwah Kultural Muhammadiyah Terhadap Kaum Awam. *Ath-Thariq*, 1(1).
- Irawan, D., & Suriadi. (2019). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millenial. *Jurnal Albadharah*, 18(1), 86–96.
- Jaya, C. K., & Rosidi. (2022). Community Media and Communitarianization of Dakwah Radio Rodja 756 AM. *Jurnal Komunika*, 5(2).
- Latifah, N. (2023). Strategi Dakwah Islam di Era Digital. *Al-Insan*, 4(1), 104–116.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 1041–1048. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468>

- Nikijuluw, G. M. E., Rorong, A., & Londa, V. Y. (6 C.E.). Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Jurnal Administrasi Publik*, 92.
- Nuryani, Syufa'at, M. A., & Fajar, M. S. (2019). Konsep Dakwah Kultural Nahdlatul 'Ulamâ. *AL-IDZA'AH: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 23–40. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v1i02.242>
- Rahman, T., AS, E., & Sarbini, A. (2019). Komunikasi Dakwah Pesantren Tradisional Dalam Penyebaran Agama Islam. *Al-Mizan: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(Juni), 46–66.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities And*, 3(1).
- Razi, F. (2011). Nu dan Kontinuitas Dakwah Kultural. *Jurnal Komunikasi Islam*, 1(2), 161–171.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.)). Alfabeta.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Risalah*, 26(3), 151–158.