

FENOMENA DAKWAH DIGITAL DI KALANGAN SANTRI: SUATU ANALISIS ERA SWIPE DAN SCROLL

Fitriah¹, Syafin Mansur², Umu Hani³, Rizka Najiyah⁴, Muthia Rizky Nabila⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

231320016.fitriah@uinbanten.ac.id¹, safin@uinbanten.ac.id²,

231250091.umu@uinbanten.ac.id³, rizkanajiah@gmail.com⁴, muthiarizky61@gmail.com⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma dakwah di Indonesia, termasuk di kalangan santri. Fenomena dakwah digital ditandai dengan pemanfaatan platform media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan podcast, seiring dengan budaya “swipe dan scroll” dalam konsumsi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk, pola, motivasi, strategi, dan dampak dakwah digital yang dilakukan oleh santri di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi konten digital, yaitu analisis konten dakwah yang diproduksi dan dibagikan santri di berbagai platform media sosial. Analisis tematik dilakukan untuk mengidentifikasi pola komunikasi, strategi, motivasi, serta dampak dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa santri menyampaikan dakwah melalui bentuk visual, audio-visual, dan interaktif yang edukatif, persuasif, dan inspiratif. Motivasi dakwah digital santri meliputi spiritual, sosial, dan pengembangan diri, meskipun mereka menghadapi tantangan seperti tekanan popularitas, risiko penyederhanaan materi, dan menjaga nilai keikhlasan. Strategi dakwah digital yang efektif mencakup pemahaman karakter audiens, pemilihan media yang tepat, penyajian konten kreatif dan komunikatif, serta literasi digital yang kuat. Dampak dakwah digital bagi santri dan pesantren bersifat positif dan signifikan, antara lain memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan kompetensi santri, dan memperkuat citra pesantren sebagai institusi adaptif, sekaligus menimbulkan tantangan etis dan strategis yang memerlukan pembinaan agar dakwah tetap relevan dan bermakna.

Kata kunci: Dakwah digital, santri, media sosial, strategi dakwah, literasi digital, swipe, scroll.

Abstract

The development of digital technology has changed the paradigm of da'wah in Indonesia, including among students. The phenomenon of digital da'wah is characterized by the use of social media platforms such as YouTube, TikTok, Instagram, and podcasts, along with the culture of "swipe and scroll" in information consumption. This research aims to analyze the forms, patterns, motivations, strategies, and impacts of digital da'wah carried out by students in the digital era. The research method used is qualitative descriptive with data collection through digital content studies, namely the analysis of da'wah content produced and shared by students on various social media platforms. Thematic analysis was carried out to identify communication patterns, strategies, motivations, and impacts of digital da'wah. The results of the study show that students convey da'wah through visual, audio-visual, and interactive forms that are educational, persuasive, and inspiring. The motivation of digital da'wah students includes spiritual, social, and self-development, even though they face

challenges such as popularity pressure, the risk of simplifying materials, and maintaining the value of sincerity. An effective digital da'wah strategy includes understanding the audience's character, choosing the right media, presenting creative and communicative content, and strong digital literacy. The impact of digital da'wah for students and pesantren is positive and significant, including expanding the reach of da'wah, improving the competence of students, and strengthening the image of pesantren as adaptive institutions, while at the same time creating ethical and strategic challenges that require guidance so that da'wah remains relevant and meaningful.

Keywords: Digital da'wah, students, social media, da'wah strategy, digital literacy, swipe, scroll.

Pendahuluan

Perkembangan Teknologi Digital dalam beberapa dekade terakhir telah memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam Bidang Dakwah (Ahsanul Izzah, 2025). Dalam Kegiatan Dakwah, seorang da'i berupaya mengubah kondisi seseorang atau sekelompok orang dari keadaan yang kurang baik menjadi lebih baik, dengan cara menegakkan kebaikan, melawan keburukan, serta membela kebenaran dari segala bentuk kebatilan (Fauzi, 2023). Dakwah di zaman dulu banyak dilakukan secara langsung melalui Majelis Ta'lim, Ceramah di Masjid, atau Kajian Keagamaan. Berbeda dengan sekarang, justru Dakwah sudah banyak dilakukan di Media Sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Podcast yang menjadi tempat baru bagi para da'i untuk menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat luas.

Perubahan Pola Dakwah tersebut sejalan dengan perkembangan Teknologi Digital yang semakin meluas dalam kehidupan masyarakat modern. Ditinjau dari data yang valid awal tahun 2025, pengguna internet di Indonesia mencapai 212 juta, atau 74,6% dari total populasi (Haryanto, 2025). Di Indonesia Penetrasi Media Sosial sangat tinggi, dengan WhatsApp (90,9%), Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), dan TikTok (73,5%) menjadi platform yang paling banyak digunakan (Asharani, 2024). Data ini menunjukkan bahwa ruang digital kini menjadi medan dakwah yang strategis dan efektif, karena memungkinkan pesan keagamaan tersebar secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Masifnya penggunaan media digital tersebut secara tidak langsung mendorong terjadinya pergeseran paradigma dakwah, baik dari segi medium, metode, maupun aktor dakwah itu sendiri. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang fisik dan forum formal, melainkan bergerak ke ruang virtual yang bersifat cair, interaktif, dan kompetitif. Kondisi ini melahirkan apa yang sering disebut sebagai era swipe dan scroll, yaitu era ketika masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi secara cepat melalui gerakan menggeser dan menggulir layar gawai. Dalam konteks ini, pesan dakwah harus mampu bersaing dengan beragam konten hiburan, informasi populer, dan tren viral yang mendominasi linimasa media sosial.

Fenomena tersebut turut dirasakan oleh kalangan santri di pondok pesantren yang selama ini identik dengan kehidupan sederhana, disiplin keilmuan, serta pembelajaran

agama yang bersifat mendalam dan bertahap. Keterlibatan santri dalam dakwah digital menunjukkan adanya adaptasi pesantren terhadap perubahan sosial dan teknologi. Di satu sisi, dakwah digital membuka peluang besar bagi santri untuk memperluas jangkauan dakwah, menjangkau generasi muda, serta menyampaikan nilai-nilai Islam secara lebih kontekstual dan relevan dengan realitas kekinian. Di sisi lain, budaya digital yang serba cepat, instan, dan berorientasi pada popularitas menghadirkan tantangan tersendiri bagi santri, khususnya dalam menjaga kedalaman materi, etika berdakwah, serta nilai keikhlasan yang menjadi ruh utama dakwah Islam (Friyansyah, n.d.).

Selain itu, dakwah digital juga berimplikasi pada konstruksi otoritas keagamaan. Media sosial memungkinkan siapa pun untuk berbicara atas nama agama, sehingga batas antara otoritas keilmuan dan popularitas menjadi semakin kabur (Ulyan, 2023). Dalam kondisi ini, santri sebagai kelompok yang memiliki latar belakang pendidikan agama formal di pesantren diharapkan mampu menjadi penyeimbang, dengan menghadirkan dakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga bertanggung jawab secara ilmiah dan moral.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana fenomena dakwah digital di kalangan santri berlangsung, meliputi bentuk dan karakteristik dakwah yang mereka lakukan, motivasi yang melatarbelakangi keterlibatan mereka di ruang digital, serta tantangan dan dampak yang ditimbulkan terhadap nilai-nilai pesantren. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan studi dakwah dan komunikasi Islam, sekaligus menjadi bahan refleksi bagi pesantren dalam merespons dinamika dakwah di era digital.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis fenomena dakwah digital di kalangan santri. Data dikumpulkan melalui studi konten digital, yaitu konten dakwah yang diproduksi dan dibagikan santri di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan podcast. Peneliti menyeleksi konten yang relevan dengan kriteria tertentu, seperti konten yang bersifat edukatif, persuasif, atau inspiratif, serta yang menunjukkan interaktivitas dengan audiens.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik, yaitu mengidentifikasi tema, pola komunikasi, dan strategi dakwah yang digunakan santri dalam konten digital. Untuk menjaga validitas dan akurasi temuan, peneliti melakukan triangulasi lintas platform, membandingkan konten sejenis di berbagai media sosial untuk melihat konsistensi pola dan strategi dakwah. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang bentuk, pola, strategi, motivasi, dan dampak dakwah digital santri.

Pembahasan

Bentuk dan Pola Dakwah Digital di Kalangan Santri

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam praktik dakwah, termasuk di lingkungan pesantren. Digitalisasi media

komunikasi menyebabkan dakwah tidak lagi bergantung pada ruang dan waktu tertentu, melainkan dapat berlangsung secara fleksibel melalui platform berbasis internet (Ahsanul Izzah, 2025). Berdasarkan temuan penelitian ini, media digital dimanfaatkan oleh santri sebagai ruang baru untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang bersifat edukatif, persuasif, dan inspiratif kepada masyarakat luas.

Pemanfaatan media digital dalam dakwah santri menunjukkan adanya adaptasi pesantren terhadap perubahan sosial dan teknologi. Sejalan dengan Fauzi (Fauzi, 2023), dakwah di era digital mengalami pergeseran dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif. Jika sebelumnya dakwah identik dengan ceramah tatap muka di masjid atau majelis taklim, kini dakwah dapat disampaikan melalui media sosial yang memungkinkan audiens berinteraksi secara langsung dengan da'i.

Berdasarkan hasil pengamatan, bentuk dakwah digital yang dilakukan oleh santri dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa pola. Pertama, dakwah visual, yaitu penyampaian pesan keislaman melalui konten grafis berupa kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, atau nasihat Islami yang dikemas secara sederhana dan menarik. Pola ini dinilai efektif karena sesuai dengan karakter media sosial yang menekankan visualisasi dan kecepatan konsumsi informasi (Asharani, 2024).

Kedua, dakwah audio-visual, yang diwujudkan dalam bentuk video ceramah singkat berdurasi 1-2 menit. Konten ini umumnya membahas tema-tema ringan dan kontekstual seperti kesabaran, keikhlasan, tawakal, serta pentingnya menjaga akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan durasi singkat menunjukkan kesadaran santri terhadap budaya scrolling audiens media sosial yang cenderung menyukai konten ringkas dan langsung pada inti pesan (Haryanto, 2025).

Ketiga, dakwah interaktif, yaitu dakwah yang memanfaatkan fitur komentar, siaran langsung (live streaming), dan sesi tanya jawab secara daring. Pola ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara santri sebagai dai dan audiens, sehingga dakwah tidak hanya bersifat penyampaian pesan, tetapi juga dialog keagamaan. Pola dakwah semacam ini dinilai mampu meningkatkan kedekatan emosional dan partisipasi audiens dalam proses dakwah (Wijaya, 2025).

Selain bentuknya, pola dakwah santri di era digital juga mengalami perubahan dalam aspek bahasa dan gaya komunikasi. Santri cenderung menggunakan bahasa yang lebih ringan, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat umum. Strategi ini dilakukan agar pesan dakwah dapat diterima oleh audiens yang berasal dari berbagai latar belakang sosial dan pendidikan, tanpa kehilangan substansi ajaran Islam.

Pola dakwah digital yang dilakukan santri dapat dipahami sebagai kelanjutan dari tradisi dakwah kultural dalam sejarah Islam di Indonesia. Sebagaimana Sunan Kalijaga menggunakan media budaya seperti wayang sebagai sarana dakwah yang kontekstual pada masanya, santri masa kini memanfaatkan media digital sebagai medium dakwah yang relevan dengan realitas sosial kontemporer (Wijaya, 2025). Dengan demikian, dakwah digital bukan merupakan bentuk penyimpangan dari tradisi dakwah, melainkan adaptasi metodologis terhadap perubahan zaman.

Namun demikian, dakwah digital juga menghadirkan tantangan etis dan keilmuan. Budaya media sosial yang menekankan popularitas dan viralitas berpotensi memengaruhi orientasi dakwah, termasuk munculnya praktik plagiarisme konten atau penyampaian materi keagamaan yang kurang terverifikasi (Wijaya, 2025). Oleh karena itu, santri tidak hanya dituntut memiliki kompetensi keagamaan, tetapi juga literasi digital dan etika bermedia agar dakwah tetap berlandaskan pada nilai keilmuan dan akhlak pesantren.

Motivasi dan Tujuan Dakwah Digital Santri

Di era digital, dakwah digital berkembang sebagai media yang strategis dalam menyampaikan informasi serta nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Keterlibatan santri dalam dakwah digital didorong oleh berbagai motivasi, yang pada umumnya berlandaskan pada niat untuk menyebarkan kebaikan serta menanamkan ajaran Islam melalui ruang digital (Pratama, et al., 2024). Sebagian santri mengaku terdorong karena melihat media sosial dipenuhi oleh konten negatif seperti ujaran kebencian, perundungan, atau gaya hidup yang jauh dari nilai Islam. Dari situlah muncul semangat untuk ikut “membersihkan” media sosial dengan menghadirkan konten dakwah yang menyejukkan.

Selain motivasi spiritual, santri juga terdorong oleh motivasi sosial. Dari segi etimologi, pondok pesantren merupakan lembaga kuno yang telah lama mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan agama (Wulandari, 2022). Namun, santri ingin menunjukkan bahwa pesantren tidak sekadar lembaga kuno, melainkan bisa tampil modern, kreatif, dan produktif. Dengan memanfaatkan media digital untuk berdakwah, mereka berupaya menjembatani jarak antara masyarakat pesantren dan masyarakat umum, sekaligus mengubah persepsi yang mungkin menganggap santri sebagai sosok yang kolot.

Ada pula santri yang termotivasi untuk mengembangkan potensi diri di bidang komunikasi dan media. Namun, santri juga perlu memahami berbagai platform media sosial beserta karakteristik penggunaannya. Selain itu, santri perlu mengembangkan keterampilan digital, seperti content creation, desain grafis, dan video editing (Darunnajah, 2024). Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga berfungsi sebagai wadah pengembangan keterampilan yang relevan di era modern.

Namun di sisi lain, perlu disadari bahwa motivasi ini juga bisa bergeser. Dalam beberapa kasus, muncul kecenderungan sebagian pelaku dakwah digital untuk mengejar popularitas dan jumlah pengikut. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena dapat menggeser niat dakwah yang seharusnya lillahi ta'ala menjadi sekadar pencarian eksistensi. Oleh karena itu, penting bagi santri untuk terus menata niat dan menjaga kemurnian tujuan dakwahnya agar tetap berorientasi pada keridhaan Allah, bukan pada jumlah likes dan views.

Strategi Dakwah Santri di Era Swipe dan Scroll

Kata swipe merupakan kata kerja yang berarti menggerakkan tangan atau jari melintasi suatu permukaan. Dalam konteks teknologi, istilah ini digunakan untuk menggambarkan tindakan menggesek pada layar sentuh perangkat, seperti smartphone atau tablet, guna membuka aplikasi, berpindah antar-layar, atau menjalankan perintah

tertentu (Goong, n.d.). Sementara itu, scroll merujuk pada aktivitas menggulir layar secara vertikal atau horizontal untuk menjelajahi konten digital yang tersaji secara berkelanjutan, khususnya pada media sosial. Aktivitas ini kemudian melahirkan apa yang dikenal sebagai scroll culture, yakni kebiasaan pengguna mengonsumsi konten secara terus-menerus tanpa batas yang jelas (Tsani et al., 2025).

Kebiasaan swipe dan scroll telah membentuk pola baru dalam konsumsi informasi masyarakat digital yang serba cepat, visual, dan instan. Di tengah lautan konten hiburan, pesan dakwah harus bersaing dengan video lucu, tren musik, dan drama singkat yang terus bermunculan. Kondisi ini menuntut pesan dakwah tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga menarik dari segi penyajian agar mampu menghentikan gerakan swipe audiens dan membuat mereka bertahan untuk scroll lebih jauh.

Oleh karena itu, strategi dakwah santri di era digital harus disusun secara cerdas dan adaptif dengan memperhatikan karakteristik media serta memperhatikan kebiasaan konsumsi konten generasi digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Bayanuni yang menegaskan bahwa strategi dalam dakwah merupakan sarana efektif untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya kalangan muda. Dengan demikian media digital dapat menjadi jembatan penting dalam memperluas cakupan dakwah jika digunakan dengan bijak dan bertanggung jawab (Asbi et al., 2025).

Namun, Al-Bayanuni juga mengingatkan bahwa esensi ajaran Islam tidak boleh dikorbankan hanya demi popularitas atau jumlah penonton. Konten dakwah harus tetap bermutu, bermakna, serta disampaikan dengan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami (Asbi et al., 2025). Selain berperan sebagai penyampai pesan, seorang da'i juga diharapkan mampu menjadi fasilitator dialog dan sumber inspirasi. Interaktivitas yang ditawarkan media digital menjadi kunci untuk mempererat hubungan antara da'i dan audiens. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog yang menumbuhkan kesadaran dan memperkuat keimanan.

Strategi utama dakwah digital adalah memahami karakteristik audiens, terutama generasi milenial dan generasi Z yang dikenal sebagai digital natives yang aktif di berbagai platform digital. Penelitian di Indonesia menegaskan bahwa strategi dakwah yang efektif harus disesuaikan dengan preferensi media audiens serta gaya komunikasi yang komunikatif, kreatif, dan kontekstual agar pesan keagamaan dapat dipahami secara menarik tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman (Tsani et al., 2025).

Pemilihan media dakwah menjadi komponen penting dari strategi ini. Setiap media digital memiliki karakteristik unik sehingga konten dakwah harus disesuaikan. Misalnya konten video pendek, infografis, atau micro-learning untuk Instagram dan TikTok, serta kajian lebih mendalam pada platform seperti YouTube atau blog dakwah. Studi kasus menunjukkan bahwa dakwah berbasis media digital tidak hanya menyampaikan nilai keagamaan, tetapi juga dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens karena sifatnya yang interaktif dan mudah dibagikan (Tebba, 2023).

Strategi konten yang berkualitas dan terencana juga merupakan kunci keberhasilan dakwah digital. Penelitian tentang manajemen konten dakwah menyatakan bahwa konten dakwah digital yang efektif adalah yang menyajikan materi secara edukatif, kontekstual, dan responsif terhadap kebutuhan audiens, sekaligus mampu mengedukasi serta memotivasi audiens dalam kehidupan spiritual dan sosial mereka (Sofiananda et al., 2025).

Selain itu, keterlibatan audiens melalui interaksi digital merupakan strategi penting dalam dakwah modern. Media digital memberikan peluang bagi dai dan pengikutnya untuk berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar, sesi tanya jawab, live streaming, dan diskusi daring, sehingga menciptakan ruang dialog yang memperkuat pemahaman keagamaan, membangun komunitas dakwah, dan meningkatkan loyalitas audiens terhadap pesan yang disampaikan (Hasibuan & Jaya, 2025).

Kompetensi literasi digital bagi dai menjadi semakin penting dalam menjalankan strategi dakwah digital yang efektif. Dalam artikel ilmiah disebutkan bahwa tantangan terbesar adalah perluasan akses informasi yang tidak terfilter, sehingga para dai harus mampu menyaring, memproduksi, dan menyajikan konten dakwah yang valid, sesuai dengan prinsip syariat, serta mampu menghadapi disinformasi maupun informasi yang berpotensi menyesatkan di ruang digital (Septyawan et al., 2025).

Akhirnya, dakwah digital harus dilakukan secara profesional dan sistematis, dengan perencanaan konten yang matang, pemilihan media yang tepat, serta pengukuran dampak dakwah melalui metrik digital seperti jangkauan, interaksi, dan pertumbuhan audiens. Ini penting agar dakwah digital tidak berhenti sekadar penyebaran pesan, tetapi juga mampu mendukung proses pembelajaran, pemahaman ajaran Islam, dan penguatan nilai moral di masyarakat modern (Kahfi, 2024).

Tantangan dan Problematika Dakwah Digital

Meski penuh peluang, dakwah digital juga menghadirkan banyak tantangan bagi santri, tantangan makna dan kedalaman konten. Karena platform digital menuntut konten yang cepat dan singkat, pesan dakwah sering kali diringkas sedemikian rupa hingga kehilangan kedalaman ilmiahnya. Akibatnya, makna dakwah bisa disalahpahami oleh audiens yang kurang memahami konteks. Persaingan dengan berbagai konten hiburan menuntut para da'i untuk lebih kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah. Mereka tidak bisa lagi hanya mengandalkan metode ceramah satu arah, tetapi perlu menghadirkan pendekatan yang lebih interaktif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan serta gaya komunikasi masyarakat masa kini (Ummah et al., 2020).

Godaan popularitas juga mempengaruhi dunia digital identik dengan angka jumlah penonton, like, followers, dan komentar. Banyak santri yang awalnya berdakwah karena niat baik, tapi kemudian terjebak dalam keinginan untuk viral. Di sinilah muncul bahaya riya' digital, yakni ingin dikenal karena kontennya, bukan karena keikhlasan menyebarkan dakwah.

Media sosial juga membuka ruang bagi audiens untuk memberikan komentar secara bebas; hal ini bisa menjadi peluang dialog, namun juga sering menimbulkan debat yang tidak produktif, komentar negatif, bahkan hujatan. Seorang santri atau da'i yang

tidak siap secara emosional dapat dengan mudah terpancing emosi atau terjebak dalam perdebatan yang justru mengganggu tujuan dakwah. Ini menunjukkan perlunya etika komunikasi Islam dalam ruang digital, di mana santri harus mampu menjaga adab kesantunan dan hikmah saat berinteraksi dengan berbagai reaksi audiens di media sosial (Syaifulloh, 2024).

Untuk menghadapi tantangan ini, pesantren perlu mengambil peran aktif dalam memberikan pendampingan dan pembinaan digital bagi para santri agar mereka tetap mampu berdakwah dengan nilai-nilai pesantren yang santun, jujur, dan beradab, sekaligus profesional dalam pengelolaan konten.

Dampak Dakwah Digital terhadap Santri dan Pesantren

Fenomena dakwah digital memberikan dampak yang signifikan bagi dunia pesantren, baik dari sisi positif maupun tantangan yang perlu diwaspadai. Dari sisi positif, dakwah digital memungkinkan santri untuk menjangkau audiens yang jauh lebih luas, bahkan lintas negara, sehingga meningkatkan eksistensi pesantren di ruang publik sebagai lembaga yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Keberadaan konten dakwah digital juga membuka kesempatan bagi pesantren untuk dikenal sebagai institusi yang tidak hanya tradisional tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan media modern, sehingga citra pesantren lebih terbuka dan progresif (Yuli Eviyanti, et al., 2024).

Selain itu, dakwah digital turut mendorong munculnya kemampuan dan kreativitas baru di kalangan santri. Mereka belajar berbicara di depan kamera, menulis naskah dakwah yang efektif, mendesain visual yang menarik, dan mengedit video agar konten lebih komunikatif. Keterampilan ini tidak hanya bermanfaat untuk dakwah, tetapi juga memperluas kompetensi santri sehingga lebih siap menghadapi dunia kerja dan masyarakat modern yang sangat bergantung pada kemampuan digital. Penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran media digital di pesantren mampu meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kesiapan santri menghadapi tantangan zaman (Ferty Deseliyana Srigita, 2025)

Di sisi lain, dakwah digital juga membawa beberapa dampak negatif. Beberapa santri menjadi terlalu fokus pada aktivitas digital sehingga mengurangi waktu untuk kegiatan tradisional pesantren, seperti ngaji kitab, dzikir, dan riyadhah. Fenomena ini berpotensi menggeser keseimbangan antara kegiatan spiritual dan aktivitas media digital. Selain itu, ada risiko sebagian santri terlalu mengejar ketenaran dan popularitas, sehingga dakwah beralih dari niat keikhlasan menjadi ajang pencitraan (*image-building*), yang dapat menimbulkan konflik nilai dan etika dakwah di pesantren (Ulyan, 2023).

Meski demikian, secara umum dakwah digital memberikan angin segar bagi pembaruan pesantren. Dakwah digital menjadi simbol bahwa Islam dapat disampaikan dengan cara yang ramah, menarik, dan sesuai dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan makna spiritualnya. Lebih jauh, dakwah digital membantu membangun jembatan antara tradisi dan modernitas, menghubungkan nilai-nilai pesantren yang klasik dengan dunia digital yang futuristik (Ibad & Dakwah, 2024). Dengan demikian, pesantren

tidak hanya mempertahankan identitas spiritualnya, tetapi juga mampu tampil sebagai institusi yang adaptif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Kesimpulan

Fenomena dakwah digital di kalangan santri menunjukkan transformasi signifikan dalam praktik dakwah pesantren, di mana santri tidak hanya menjadi penerima ilmu, tetapi juga subjek aktif dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui media sosial. Dakwah yang dilakukan mencakup bentuk visual, audio-visual, dan interaktif, yang disesuaikan dengan karakteristik platform digital dan budaya “swipe dan scroll”. Motivasi santri dalam berdakwah digital beragam, termasuk niat spiritual untuk menyebarkan kebaikan, tujuan sosial untuk menampilkan pesantren yang progresif, serta pengembangan keterampilan digital.

Strategi dakwah yang efektif menekankan pemahaman audiens, pemilihan media yang tepat, penyajian konten yang kreatif dan komunikatif, serta kompetensi literasi digital untuk menjaga akurasi dan etika dakwah. Secara umum, dakwah digital memberikan dampak positif berupa perluasan jangkauan dakwah, peningkatan kompetensi santri, dan penguatan citra pesantren sebagai lembaga yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Namun, dakwah digital juga menghadirkan tantangan, seperti tekanan popularitas, risiko penyederhanaan materi, dan potensi konflik nilai, sehingga memerlukan pembinaan, strategi, dan kesadaran etis agar dakwah tetap bermakna, relevan, dan sesuai dengan prinsip pesantren.

Referensi

- Ahsanul Izzah, A. M. (2025). TRANSFORMASI AKHLAK SANTRI DI ERA DIGITAL : STRATEGI DAKWAH HUMANISTIK SANTRI SENIOR DI PESANTREN. *Jurnal An-Nida*, 17(2).
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni. *Jurnal An-Nida*, 17(1), 15–26. <https://www.wattpad.com/683564280->
- Asharani, L. (2024). *Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024*. Pantau.Com. <https://www.pantau.com/teknologi-sains/242835/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-2024>
- Darunnajah. (2024). *Inovasi Dakwah Digital untuk Santri*. Darunnajah.Com. <https://darunnajah.com/inovasi-dakwah-digital-untuk-santri/>
- Eviyanti, yuli., Ricka Handayani, R. (2024). SOCIAL MEDIA IS A MEANS OF DA’WAH IN THE DIGITAL ERA. *JWD : Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 106–113.
- Fauzi. (2023). Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 13(1), 35–55. <https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433>
- Ferty Deseliyana Srigita, A. R. (2025). CONTEMPORARY ISLAMIC THOUGHT : Challenges and Solutions in Da ’ wah in the Digital Era. *JURNAL PENELITIAN DAN PEMIKIRAN KEISLAMAN*, 12(1), 51–61.
- Friyansyah. (n.d.). Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan Menyebarkan Islam di Media Sosial. *JUPSI : Jurnal Pusat Studi Islam*, 36–40.

- Goong. (n.d.). *swipe Dalam Bahasa Indonesia*. Goong.Com. https://goong.com/id/word/swipe_dalam_bahasa_indonesia/
- Haryanto, A. T. (2025). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025*. Detikinet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7816040/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-di-2025.%0A>
- Hasibuan, I. A., & Jaya, C. K. (2025). Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860>
- Ibad, M. N., & Dakwah, F. (2024). *Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok Tantangan dan Peluang*. 1(2), 102–114.
- Kahfi, A. (2024). TRANSFORMATION OF DA'WAH IN THE DIGITAL ERA: MODERN STRATEGIES IN OPTIMIZING TECHNOLOGY-BASED DA'WAH MANAGEMENT. *JDK: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 63–79.
- Pratama, A. R., Aprison, W., Yulius, N., Latifa, N., & S. (2024). DAKWAH DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM DI ERA DIGITAL. *TABAYYUN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 45–53. https://www.researchgate.net/publication/384546306_Dakwah_Digital_Dalam_Penyebaran_Nilai-Nilai_Islam_di_Era_Digital
- Septyawan, D., Saputra, F. D., & Herdiansyah, A. (2025). Strategi komunikasi dakwah digital di kalangan santri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(7).
- Sofiananda, K., Faraba, A., Fathurrohman, M., & Safitri, D. A. (2025). Strategi Manajemen Konten Dakwah Digital dalam Menjangkau Generasi Milenial. *Jurnal Gramaswara*, 219–228. <https://doi.org/10.21776/ub.gramaswara.2025.005.02.09>
- Syaifulloh, M. R. (2024). ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM ERA DIGITAL: TANTANGAN DAN PELUANG DAKWAH KONTEMPORER. *Jurnal Media Jaza Utama*, 1(1).
- Tebba, S. (2023). Dakwah Online Melalui Media Sosial. *SALAM: Jurnal Sosial Budaya Syar-I*, 10(3), 787–800. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i3.33725>
- Tsani, K. I., Aly, M., Garini, S. A., & Putri, N. A. (2025). Dampak Scroll Culture terhadap Daya Konsentrasi Generasi Z : Tinjauan Literatur Psikologi dan Media Digital. 5(4), 2723–2730.
- Ulyan, M. (2023). *Digital Da ' wah and Religious Authority : A Narrative Review of Islamic Preaching in the Social Media Era*. 3, 110–123.
- Ummah, A. H., Khairul Khatoni, M., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *Komunike*, 12(2), 210–234. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>
- Wijaya, G. (2025). *Pola Dakwah dan Tantangan Era Digital*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/gentawijaya3446/67cd5267c92c51430734102/pola-dakwah-dan-tantangan-era-digital>.
- Wulandari, S. D. (2022). PENGEMBANGAN MOTIVASI DAN KAPASITAS REMAJA MASJID DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PELATIHAN DAKWAH DIGITAL (STUDI KASUS PADA REMAJA MUSHOLA BAITURRAHIM TAMAN SIDOARJO). 97–118. <https://doi.org/10.15642/acce.v3i>