

Received: 08-09-2025 | **Accepted:** 16-12-2025 | **Published:** 03-01-2026

MODEL KOMUNIKASI DAKWAH ADAPTIF PADA MASYARAKAT
KONTEMPORER DENGAN INTENSITAS AKTIVITAS TINGGI

Anita

Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Email: anita@ar-raniry.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of time constraints among individuals with high activity intensity reveals a gap between spiritual needs and access to da'wah. Full-time workers, full-day students, and highly mobile urban communities often experience physical fatigue and psychological pressure that limit participation in conventional da'wah forums. These conditions require a more adaptive, contextual, and experience-oriented approach to da'wah communication. This study aims to formulate an **Adaptive Da'wah Communication Model** as a conceptual framework responsive to the realities of contemporary society characterized by high activity intensity. Employing a qualitative approach through library research and thematic-constructive analysis within the perspective of da'wah communication, data were derived from scholarly literature in the fields of da'wah, communication, digital media, and social transformation. The findings indicate that the Adaptive Da'wah Communication Model is structured upon six core elements: (1) the existential condition of mad'u, (2) activity-based segmentation, (3) psychological message adjustment, (4) micro-content utilization, (5) digital media transformation, and (6) on-demand accessibility. The model is operationalized through a six-stage cyclical process, ranging from identifying the condition of mad'u to evaluating audience responses. This model enables da'wah communication to remain relevant, flexible, and effective within time-constrained and high-pressure social environments. The study contributes theoretically to the development of a more contextual, adaptive, and responsive framework in da'wah communication studies.

Keywords: *Adaptive Da'wah Communication Model, Da'wah Communication, Activity-Based Segmentation, Micro-Content, Accessibility, Contemporary Society*

ABSTRAK

Fenomena keterbatasan waktu pada masyarakat dengan intensitas aktivitas tinggi menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan spiritual dan akses terhadap dakwah. Pekerja dengan ritme kerja penuh, pelajar dengan sistem sekolah sepanjang hari, serta masyarakat urban dengan mobilitas tinggi kerap mengalami kelelahan fisik dan tekanan psikologis yang membatasi partisipasi dalam forum dakwah konvensional. Kondisi ini menuntut pendekatan komunikasi dakwah yang lebih adaptif, kontekstual, dan berorientasi pada pengalaman hidup mad'u. Penelitian ini bertujuan merumuskan **Model Komunikasi Dakwah Adaptif** sebagai konstruksi konseptual komunikasi dakwah yang responsif terhadap realitas masyarakat kontemporer dengan intensitas aktivitas tinggi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) serta analisis tematik-konstruktif dalam perspektif komunikasi dakwah. Data bersumber dari literatur ilmiah di bidang dakwah, komunikasi, media digital, dan perubahan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Komunikasi Dakwah Adaptif dibangun atas enam elemen utama: (1) kondisi eksistensial mad'u, (2) segmentasi berbasis aktivitas, (3) penyesuaian pesan secara psikologis, (4)

penggunaan micro-content, (5) transformasi media digital, dan (6) aksesibilitas berbasis on-demand. Model ini dirumuskan dalam enam tahap operasional yang bersifat siklik dan dinamis, mulai dari identifikasi kondisi mad'u hingga evaluasi respons. Model tersebut memungkinkan komunikasi dakwah tetap relevan, fleksibel, dan efektif dalam konteks keterbatasan waktu dan tekanan aktivitas tinggi. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi dakwah yang lebih kontekstual, adaptif, dan responsif terhadap dinamika masyarakat modern.

Kata kunci: *Model Komunikasi Dakwah, Dakwah Adaptif, Segmentasi Mad'u, Micro-Content, Aksesibilitas Dakwah, Masyarakat Kontemporer*

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat kontemporer bergerak dalam ritme aktivitas yang padat dan berorientasi pada produktivitas. Waktu banyak dihabiskan untuk bekerja, belajar, serta memenuhi tuntutan profesional dan sosial, sementara ruang untuk jeda reflektif dan pemenuhan kebutuhan spiritual semakin terbatas. Kondisi ini terutama terlihat pada pekerja penuh waktu, pelajar dengan sistem sekolah sepanjang hari, serta masyarakat urban dengan mobilitas tinggi. Intensitas aktivitas tersebut kerap menimbulkan kelelahan fisik dan tekanan psikologis yang berdampak pada terbatasnya kesiapan individu dalam menerima pesan keagamaan.

Perkembangan struktur kehidupan modern yang ditandai oleh percepatan sosial dan tuntutan efisiensi (Rosa, 2013; Schulte et al., 2015) membentuk pola kehidupan berkecepatan tinggi yang memengaruhi distribusi waktu individu antara aktivitas produktif, interaksi sosial, istirahat, dan pemenuhan kebutuhan spiritual. Dalam situasi demikian, keterlibatan dalam forum dakwah konvensional yang memerlukan kehadiran fisik dan durasi tertentu tidak selalu memungkinkan. Keterbatasan ini bukan menunjukkan penolakan terhadap dakwah, melainkan persoalan aksesibilitas dan kesesuaian desain komunikasi dengan kondisi kehidupan mad'u. (Aziz, 2017)

Fenomena tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara kebutuhan spiritual masyarakat dan akses terhadap komunikasi dakwah yang relevan dengan ritme kehidupan mereka. Padahal, komunikasi dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam bertujuan memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku mad'u sesuai nilai ajaran Islam (Aziz, 2017). Dalam perspektif komunikasi, efektivitas pesan sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis penerima. Perhatian, kesiapan mental, dan kondisi emosional berperan dalam menentukan keberhasilan penerimaan pesan (Rakhmat, 2018). Oleh karena itu, kelelahan dan tekanan aktivitas yang dialami masyarakat dengan intensitas tinggi dapat memengaruhi efektivitas komunikasi dakwah apabila tidak dirancang secara kontekstual.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, berbagai kajian telah membahas transformasi dakwah di ruang digital serta pemanfaatan media baru dalam strategi komunikasi dakwah (Hefni, 2020; Hidayat, 2021; Zaini, 2022). Namun, sebagian besar

penelitian masih menekankan aspek instrumental—seperti penggunaan platform digital atau variasi teknik penyampaian—tanpa merumuskan model komunikasi dakwah yang secara sistematis dibangun dari kondisi eksistensial mad'u sebagai titik tolak perancangan pesan, metode, dan media.

Secara teoretis, kebutuhan akan Model Komunikasi Dakwah Adaptif menjadi mendesak karena kajian komunikasi dakwah selama ini lebih banyak berfokus pada dimensi normatif pesan atau efektivitas teknis media, sementara kondisi kehidupan mad'u sebagai subjek penerima pesan belum sepenuhnya dijadikan basis konstruksi model. Dalam konteks masyarakat dengan intensitas aktivitas tinggi, keberhasilan komunikasi dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, tetapi juga oleh kesesuaian desain komunikasi dengan keterbatasan waktu, tekanan psikologis, dan pola konsumsi media audiens. Dengan demikian, pengembangan model komunikasi dakwah yang berbasis pada pengalaman hidup mad'u merupakan kebutuhan konseptual untuk menjembatani dinamika sosial masyarakat modern (Creswell & Poth, 2018)

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan merumuskan **Model Komunikasi Dakwah Adaptif pada masyarakat kontemporer dengan intensitas aktivitas tinggi** sebagai konstruksi konseptual yang menempatkan kondisi kehidupan mad'u—terutama keterbatasan waktu dan tekanan aktivitas—sebagai basis perancangan pesan, metode, dan media. Model ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan komunikasi dakwah yang lebih kontekstual, fleksibel, dan responsif terhadap perubahan struktur kehidupan masyarakat kontemporer. (Hefni, 2017)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif dalam perspektif komunikasi dakwah. Penelitian kepustakaan digunakan untuk mengkaji dan mensintesis konsep-konsep komunikasi dakwah, kondisi mad'u dalam masyarakat kontemporer dengan intensitas aktivitas tinggi, serta teori-teori komunikasi dan perubahan sosial sebagai dasar perumusan model konseptual. Penelitian kepustakaan menekankan pada pengumpulan, telaah kritis, dan analisis sistematis terhadap sumber-sumber tertulis untuk membangun konstruksi teoretis (Moleong, 2017)

Pendekatan analisis yang digunakan bersifat fenomenologis-interpretatif. Fenomenologi dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai metode pengumpulan data empiris, melainkan sebagai kerangka konseptual untuk memahami makna pengalaman eksistensial mad'u—khususnya terkait keterbatasan waktu, tekanan aktivitas, dan kesiapan psikologis dalam menerima pesan dakwah—berdasarkan literatur yang relevan (Creswell & Poth, 2018; Moleong, 2017). Pendekatan ini memungkinkan

peneliti menafsirkan realitas sosial masyarakat kontemporer dalam perspektif komunikasi dakwah secara mendalam dan kontekstual.

Sumber data penelitian terdiri atas buku-buku ilmu dakwah, komunikasi dakwah, psikologi komunikasi, media digital, serta jurnal ilmiah yang relevan dengan tema dakwah kontemporer dan dinamika perubahan sosial (Aziz, 2017; Hefni, 2020). Literatur dipilih berdasarkan kriteria relevansi konseptual, kredibilitas akademik, dan kontribusinya terhadap pengembangan model komunikasi dakwah. (Zed, 2018)

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan berikut:

1. **Identifikasi dan seleksi literatur**, yaitu menelusuri dan memilih sumber-sumber ilmiah yang relevan dengan komunikasi dakwah, kondisi masyarakat kontemporer, serta transformasi media.
2. **Kategorisasi konsep**, yaitu mengelompokkan teori dan temuan literatur ke dalam tema-tema utama seperti kondisi eksistensial mad'u, segmentasi audiens, penyesuaian pesan, media digital, dan aksesibilitas.
3. **Analisis tematik-interpretatif**, yaitu menafsirkan keterkaitan antar-konsep untuk menemukan pola dan hubungan konseptual dalam perspektif komunikasi dakwah.
4. **Sintesis dan konstruksi model**, yaitu merumuskan Model Komunikasi Dakwah Adaptif secara sistematis berdasarkan integrasi temuan literatur.

Melalui tahapan tersebut, penelitian ini menghasilkan model konseptual komunikasi dakwah yang adaptif terhadap dinamika kehidupan masyarakat kontemporer dengan intensitas aktivitas tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telaah terhadap literatur menunjukkan bahwa masyarakat kontemporer hidup dalam ritme aktivitas yang cepat, produktif, dan berorientasi pada efisiensi (Rosa, 2013). Percepatan sosial tersebut berdampak pada keterbatasan waktu luang serta meningkatnya tekanan psikologis akibat tuntutan performativitas (Han, 2015). Dalam konteks ini, partisipasi dalam forum dakwah konvensional yang memerlukan kehadiran fisik dan durasi panjang menjadi semakin terbatas

Di sisi lain, transformasi media digital mengubah pola konsumsi informasi masyarakat dari format panjang menuju konten ringkas, visual, dan mudah diakses melalui perangkat mobile (Nasrullah, 2018). Perubahan ini tidak hanya berkaitan dengan medium, tetapi juga memengaruhi cara pesan diproses, dipahami, dan dimaknai.

Dalam perspektif komunikasi dakwah, efektivitas pesan sangat ditentukan oleh kesesuaian antara pesan dengan kondisi psikologis dan sosial mad'u (Hefni, 2020; Rakhmat, 2018). Ketika mad'u berada dalam kondisi lelah, tertekan, dan memiliki keterbatasan waktu, desain komunikasi yang tidak adaptif berpotensi mengurangi efektivitas penerimaan pesan keagamaan. Berdasarkan integrasi literatur yang telah dianalisis, penelitian ini merumuskan suatu konstruksi konseptual yang disebut sebagai Model Komunikasi Dakwah Adaptif. Model ini menempatkan kondisi kehidupan mad'u sebagai titik tolak utama dalam perancangan pesan, strategi, serta pemilihan media dakwah. Dengan demikian, dakwah tidak lagi dipahami semata sebagai proses penyampaian ajaran secara normatif, melainkan sebagai praktik komunikasi yang mempertimbangkan dinamika sosial, psikologis, dan kultural audiensnya. Orientasi ini menegaskan pentingnya sensitivitas kontekstual dalam merancang komunikasi keagamaan yang relevan dan efektif. (Narulita, 2024)

Proposisi pertama menyatakan bahwa kehidupan masyarakat kontemporer yang ditandai dengan intensitas aktivitas tinggi berpengaruh terhadap kesiapan psikologis mad'u dalam menerima pesan keagamaan. Ritme hidup yang cepat, tekanan pekerjaan, serta paparan informasi yang berlimpah membentuk kondisi mental yang berbeda dibandingkan dengan masyarakat pada era sebelumnya. Dalam situasi demikian, mad'u cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek dan selektivitas yang lebih tinggi terhadap pesan yang diterimanya. Oleh karena itu, pendekatan dakwah perlu mempertimbangkan aspek kesiapan psikologis ini agar pesan tidak terabaikan atau ditolak secara implisit.

Proposisi kedua menegaskan bahwa efektivitas komunikasi dakwah berkorelasi dengan tingkat relevansi pesan terhadap kondisi eksistensial mad'u. Pesan yang mampu menjawab persoalan konkret—seperti kecemasan, tekanan sosial, krisis makna, maupun problem relasional—akan lebih mudah diterima dan diinternalisasi. Relevansi menjadi kunci karena komunikasi dakwah bukan hanya proses transmisi nilai, melainkan juga proses dialogis yang menyentuh realitas kehidupan penerima pesan. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap konteks sosial dan pengalaman hidup mad'u menjadi prasyarat utama dalam perumusan materi dakwah. (Narulita, n.d.)

Selanjutnya, proposisi ketiga menunjukkan bahwa model dakwah berbasis forum fisik dengan durasi panjang tidak selalu kompatibel dengan ritme kehidupan modern. Meskipun forum tatap muka tetap memiliki nilai strategis, keterbatasan waktu dan mobilitas masyarakat sering kali menjadi kendala partisipasi. Pola dakwah konvensional yang menuntut kehadiran fisik dalam waktu lama cenderung kurang efektif bagi kelompok masyarakat dengan jadwal padat dan mobilitas tinggi. Hal ini mengindikasikan perlunya inovasi dalam format dan durasi penyampaian pesan agar selaras dengan pola kehidupan kontemporer.

Proposisi keempat dan kelima menegaskan bahwa media digital dan format micro-content merupakan bentuk adaptasi komunikatif yang sesuai dengan pola konsumsi informasi masa kini, sekaligus menuntut lahirnya model komunikasi dakwah yang kontekstual, fleksibel, dan berbasis aksesibilitas. Platform digital memungkinkan distribusi pesan yang lebih luas, cepat, dan tersegmentasi, sementara konten berdurasi singkat lebih mudah diakses dan dicerna. Oleh karena itu, Model Komunikasi Dakwah Adaptif menawarkan pendekatan yang tidak kaku terhadap medium maupun metode, melainkan terbuka terhadap perubahan sosial dan teknologi, dengan tetap menjaga substansi ajaran sebagai inti komunikasi dakwah. (Zaini, 2022)

Struktur Model Komunikasi Dakwah Adaptif

Integrasi keenam proposisi yang telah dirumuskan sebelumnya melahirkan enam elemen utama dalam Model Komunikasi Dakwah Adaptif. Keenam elemen ini membentuk suatu kerangka konseptual yang saling terhubung dan dirancang untuk menjawab tantangan komunikasi dakwah di tengah dinamika kehidupan masyarakat kontemporer. Model ini tidak hanya menekankan perubahan medium, tetapi juga merekonstruksi cara pandang terhadap mad'u sebagai subjek aktif yang memiliki kondisi eksistensial, ritme hidup, serta kebutuhan psikologis tertentu. Dengan demikian, model ini bergerak dari pendekatan normatif-transmisif menuju pendekatan kontekstual-adaptif. (Miftahuddin, 2025)

Pada elemen ini kondisi eksistensial mad'u. Model Komunikasi Dakwah Adaptif menempatkan realitas kehidupan mad'u sebagai titik tolak dalam mendesain komunikasi. Keterbatasan waktu, tekanan pekerjaan, mobilitas tinggi, serta kelelahan psikologis bukan dipandang sebagai hambatan semata, melainkan sebagai variabel dasar yang harus diperhitungkan dalam menentukan format, durasi, dan pendekatan pesan. Dalam perspektif teori komunikasi, kesiapan mental merupakan prasyarat utama efektivitas pesan, karena pesan hanya dapat diproses secara optimal ketika penerima berada dalam kondisi psikologis yang memungkinkan (Rakhmat, 2018). Oleh sebab itu, model ini menolak pendekatan seragam dalam dakwah dan menekankan pentingnya sensitivitas terhadap beban kognitif serta emosi mad'u. Dakwah yang adaptif bukan hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga memahami ruang batin audiensnya.

Selanjutnya adalah segmentasi berbasis aktivitas. Berbeda dengan segmentasi konvensional yang umumnya bertumpu pada aspek demografis seperti usia, jenis kelamin, atau tingkat pendidikan, model ini mengembangkan segmentasi berdasarkan pola aktivitas, ketersediaan waktu, serta kebiasaan konsumsi media. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi audiens yang menekankan pentingnya kesesuaian pesan dengan karakteristik penerima (Littlejohn & Foss, 2017). Dalam konteks

masyarakat modern, seseorang dapat memiliki identitas demografis yang sama, tetapi memiliki ritme hidup dan pola konsumsi media yang sangat berbeda. Dengan segmentasi berbasis aktivitas, strategi komunikasi dakwah dapat dirancang secara lebih kontekstual—misalnya membedakan pendekatan bagi pekerja dengan jam kerja padat, mahasiswa dengan mobilitas tinggi, atau ibu rumah tangga dengan pola waktu fleksibel. Diferensiasi ini memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara lebih tepat sasaran dan efektif.(MUSLIM, 2025)

Pada tahap ini adalah penyesuaian pesan secara psikologis. Dalam situasi tekanan aktivitas yang tinggi, pesan yang panjang, terlalu normatif, atau bernada menggurui cenderung kurang efektif dan berpotensi menimbulkan resistensi. Oleh karena itu, Model Komunikasi Dakwah Adaptif menekankan desain pesan yang empatik, solutif, dan dialogis. Empati menjadi fondasi utama karena komunikasi dakwah tidak hanya bertujuan mentransmisikan nilai, tetapi juga membangun kedekatan emosional. Pesan yang dirancang dengan mempertimbangkan kondisi psikologis mad'u akan lebih mudah diterima, dipahami, dan diinternalisasi. Penyesuaian ini juga mencakup penggunaan bahasa yang sederhana, relevan dengan pengalaman sehari-hari, serta menghindari diksi yang terlalu abstrak atau konfrontatif. Dengan demikian, pesan dakwah menjadi bagian dari solusi atas problem kehidupan, bukan sekadar penegasan norma.

Dalam pemanfaatan micro-content. Perubahan pola konsumsi informasi di era digital menunjukkan kecenderungan pada konten singkat, padat, dan mudah diakses. Micro-content—berupa video pendek, audio singkat, kutipan reflektif, atau infografik ringkas—menjadi bentuk adaptasi komunikatif terhadap keterbatasan waktu mad'u. Format ini meningkatkan peluang atensi dan pemrosesan pesan dalam lingkungan komunikasi yang serba cepat dan kompetitif. Dalam perspektif psikologi komunikasi, durasi yang singkat membantu menjaga fokus dan mengurangi beban kognitif, sehingga pesan lebih mudah dipahami dan diingat. Namun demikian, penggunaan micro-content bukan berarti penyederhanaan substansi ajaran, melainkan penataan ulang struktur penyampaian agar tetap esensial tanpa kehilangan kedalaman makna.

Selanjutnya transformasi media digital. Model ini mengakui bahwa media digital telah mengubah pola interaksi dan distribusi informasi secara fundamental. Dakwah tidak lagi bergantung sepenuhnya pada forum fisik atau pertemuan tatap muka, melainkan dapat disampaikan melalui platform digital yang bersifat asinkron dan fleksibel. Transformasi ini menandai pergeseran dari dakwah berbasis kehadiran menuju komunikasi dakwah berbasis akses. Media digital memungkinkan pesan disebarkan secara luas, cepat, dan tersegmentasi sesuai kebutuhan audiens. Selain itu, sifat asinkron memberi keleluasaan bagi mad'u untuk mengakses materi dakwah pada waktu yang paling sesuai dengan kondisi mereka. Hal ini menjadikan komunikasi dakwah lebih inklusif dan adaptif terhadap berbagai ritme kehidupan.

Pada tahap ini sekaligus menjadi pembeda utama model ini adalah aksesibilitas berbasis on-demand. Dalam paradigma ini, dakwah tidak lagi terikat oleh ruang dan waktu tertentu, tetapi tersedia secara fleksibel sesuai kebutuhan mad'u. Prinsip on-demand memungkinkan individu mengakses pesan keagamaan ketika mereka merasa membutuhkan—baik dalam situasi refleksi pribadi, menghadapi masalah, maupun mencari penguatan spiritual. Dimensi aksesibilitas ini memperkuat relevansi komunikasi dakwah dalam masyarakat dengan intensitas aktivitas tinggi, karena ia menyesuaikan diri dengan realitas kehidupan modern tanpa kehilangan esensi nilai-nilai ajaran. Dengan demikian, Model Komunikasi Dakwah Adaptif menawarkan kerangka komunikasi yang kontekstual, fleksibel, dan responsif terhadap dinamika sosial, sekaligus tetap berakar pada tujuan utama dakwah sebagai proses transformasi nilai dan kesadaran.(Auliani et al., 2025)

Model Operasional

Berdasarkan enam elemen konseptual yang telah dirumuskan, Model Komunikasi Dakwah Adaptif kemudian diterjemahkan ke dalam enam tahap operasional yang bersifat siklik. Sifat siklik ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah bukanlah proses linear yang berhenti pada penyampaian pesan, melainkan proses berkelanjutan yang terus diperbarui melalui evaluasi dan penyesuaian. Model ini berorientasi pada pengalaman mad'u sebagai pusat proses komunikasi, sehingga setiap tahapan dirancang untuk memastikan kesesuaian antara pesan dakwah dan realitas kehidupan audiens.(Ginting & Abdullah, 2025)

Tahap pertama adalah identifikasi kondisi eksistensial mad'u. Pada tahap ini, komunikator dakwah melakukan pemetaan terhadap realitas kehidupan audiens, termasuk intensitas aktivitas, tekanan pekerjaan, dinamika keluarga, serta kondisi psikologis yang menyertainya. Identifikasi ini tidak sekadar bersifat deskriptif, tetapi analitis—mencakup pemahaman terhadap tantangan eksistensial yang dihadapi mad'u, seperti kecemasan, kejenuhan, krisis makna, atau kebutuhan akan ketenangan spiritual. Tahap ini menjadi fondasi utama karena desain komunikasi yang efektif hanya dapat dibangun di atas pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi penerima pesan. Tanpa identifikasi yang akurat, pesan dakwah berpotensi kehilangan relevansi dan gagal menjangkau dimensi pengalaman audiens.(Hanum, 2025)

Tahap kedua adalah segmentasi berbasis aktivitas. Setelah kondisi eksistensial terpetakan, langkah berikutnya adalah mengelompokkan mad'u berdasarkan pola aktivitas, ketersediaan waktu, dan kebiasaan konsumsi media. Segmentasi ini memungkinkan diferensiasi pendekatan komunikasi secara lebih kontekstual. Misalnya, kelompok profesional dengan mobilitas tinggi mungkin lebih responsif terhadap konten singkat yang dapat diakses melalui perangkat seluler, sementara kelompok dengan waktu lebih fleksibel dapat menerima format yang sedikit lebih panjang.

Dengan segmentasi berbasis aktivitas, strategi dakwah tidak lagi bersifat seragam, melainkan disesuaikan dengan ritme kehidupan masing-masing kelompok. Hal ini meningkatkan peluang keterjangkauan dan efektivitas pesan.(Munahar, 2025)

Tahap ketiga adalah penyesuaian pesan secara kontekstual dan psikologis. Pada tahap ini, materi dakwah dirancang dengan mempertimbangkan bahasa, nada, serta pendekatan yang empatik dan solutif. Penyesuaian kontekstual berarti pesan dikaitkan dengan realitas konkret yang dihadapi mad'u, sehingga ajaran agama hadir sebagai jawaban atas persoalan aktual. Sementara itu, penyesuaian psikologis menekankan pentingnya sensitivitas terhadap kondisi emosi dan beban kognitif audiens. Pesan yang terlalu panjang, normatif, atau bernada menghakimi cenderung kurang efektif dalam konteks masyarakat dengan aktivitas tinggi. Oleh karena itu, desain pesan diarahkan agar ringkas, jelas, relevan, dan mampu membangun kedekatan emosional.

Tahap keempat adalah pemilihan media digital yang fleksibel. Model ini mengakui bahwa media merupakan bagian integral dari efektivitas komunikasi. Pemilihan platform digital dilakukan dengan mempertimbangkan aksesibilitas, kebiasaan penggunaan, serta karakteristik masing-masing segmen audiens. Media digital memungkinkan komunikasi bersifat asinkron, sehingga mad'u dapat mengakses pesan sesuai waktu luang mereka. Fleksibilitas ini menjadi kunci dalam menjawab keterbatasan ruang dan waktu yang sering menjadi hambatan dalam model dakwah konvensional. Dengan memanfaatkan media digital secara strategis, dakwah tidak lagi bergantung pada kehadiran fisik, melainkan pada kemudahan akses.

Tahap kelima adalah penyampaian micro-content adaptif. Pada tahap ini, pesan dakwah dikemas dalam format singkat dan padat, seperti video pendek, audio reflektif, kutipan inspiratif, atau infografik ringkas. Micro-content dirancang agar mampu menarik perhatian dalam waktu singkat sekaligus menyampaikan inti pesan secara jelas. Adaptif berarti konten tersebut disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen serta dinamika isu yang sedang berkembang. Penyampaian dalam format ini meningkatkan kemungkinan pesan diproses dan diinternalisasi, terutama dalam lingkungan komunikasi digital yang kompetitif dan serba cepat.

Tahap keenam adalah evaluasi respons dan umpan balik mad'u. Sebagai model yang bersifat siklik, proses komunikasi tidak berhenti pada distribusi pesan. Respons audiens—baik dalam bentuk interaksi digital, komentar, tingkat keterlibatan, maupun perubahan sikap—menjadi bahan refleksi untuk penyempurnaan tahap berikutnya. Evaluasi ini memungkinkan komunikator memahami sejauh mana pesan diterima, dipahami, dan dirasakan relevan oleh mad'u. Umpan balik tersebut kemudian digunakan untuk memperbarui identifikasi kondisi eksistensial dan strategi komunikasi, sehingga siklus adaptasi terus berlangsung.(Taufiqi, 2025)

Dengan demikian, Model Komunikasi Dakwah Adaptif menegaskan bahwa persoalan utama komunikasi dakwah dalam masyarakat dengan intensitas aktivitas

tinggi bukanlah minimnya pesan keagamaan, melainkan ketidaksesuaian desain komunikasi dengan kondisi kehidupan audiens. Pesan agama tersedia dalam jumlah melimpah, tetapi tanpa pendekatan yang kontekstual, fleksibel, dan berbasis pengalaman mad'u, pesan tersebut berisiko terabaikan. Model ini menawarkan paradigma bahwa keberhasilan dakwah di era modern ditentukan oleh kemampuan beradaptasi terhadap dinamika kehidupan, tanpa kehilangan substansi nilai yang disampaikan (Yudhi et al., 2016).

KESIMPULAN

Penelitian ini merumuskan **Model Komunikasi Dakwah Adaptif** sebagai konstruksi konseptual yang menempatkan kondisi kehidupan mad'u dalam masyarakat kontemporer dengan intensitas aktivitas tinggi sebagai basis utama perancangan komunikasi dakwah. Model ini berangkat dari asumsi bahwa efektivitas komunikasi dakwah tidak semata ditentukan oleh substansi pesan, melainkan oleh kesesuaian antara pesan, strategi, media, dan kondisi eksistensial mad'u.

Kajian menunjukkan bahwa percepatan sosial, keterbatasan waktu, kelelahan fisik dan mental, serta perubahan pola konsumsi media merupakan faktor signifikan yang memengaruhi akses dan penerimaan mad'u terhadap pesan dakwah. Oleh karena itu, komunikasi dakwah tidak lagi dapat sepenuhnya bertumpu pada pola konvensional berbasis forum fisik dan durasi panjang, melainkan perlu dirancang secara kontekstual, fleksibel, dan berbasis aksesibilitas.

Model Komunikasi Dakwah Adaptif yang dirumuskan dalam penelitian ini dibangun atas enam elemen utama, yaitu: (1) kondisi eksistensial mad'u, (2) segmentasi berbasis aktivitas, (3) penyesuaian pesan secara psikologis, (4) pemanfaatan micro-content, (5) transformasi media digital, dan (6) aksesibilitas berbasis on-demand. Keenam elemen tersebut dioperasionalkan melalui enam tahap siklus: identifikasi kondisi mad'u, segmentasi aktivitas, penyesuaian pesan, pemilihan media fleksibel, penyampaian micro-content adaptif, serta evaluasi respons mad'u.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi dakwah dengan menegaskan pentingnya menjadikan pengalaman hidup mad'u sebagai fondasi konstruksi model komunikasi. Model ini memperkaya khazanah teori komunikasi dakwah dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan responsif terhadap dinamika masyarakat modern.

REKOMENDASI

Karena penelitian ini bersifat konseptual berbasis studi kepustakaan, diperlukan penelitian lanjutan untuk memperkuat dan menguji Model Komunikasi Dakwah Adaptif secara empiris. Pertama, penelitian empiris perlu dilakukan untuk

menguji efektivitas elemen-elemen model, khususnya terkait pengaruh keterbatasan waktu, kelelahan psikologis, dan format micro-content terhadap penerimaan pesan dakwah.

Kedua, pengembangan panduan implementatif diperlukan agar model ini dapat diterjemahkan secara praktis dalam perencanaan program dakwah, desain konten digital, serta pelatihan da'i berbasis komunikasi adaptif.

Ketiga, penelitian lintas konteks sosial—seperti masyarakat rural, komunitas digital, serta kelompok generasi tertentu—perlu dilakukan untuk menguji fleksibilitas dan daya adaptasi model dalam berbagai karakteristik sosial yang berbeda. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat memperkuat validitas konseptual sekaligus mengembangkan Model Komunikasi Dakwah Adaptif menjadi kerangka yang lebih terukur, aplikatif, dan relevan dengan dinamika masyarakat kontemporer yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliani, N., Ma'arif, B. S., & Siddiq, A. A. (2025). Pola Komunikasi Dakwah DKM Baiturrahim dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah. In *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast*
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu dakwah*. Kencana.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Ginting, A. F., & Abdullah, A. (2025). Dinamika Partisipasi Pemuda dan Transformasi Sosial Berbasis Masjid: Studi Kasus di Masjid Raya Gunung Tua. ... *Kajian Dakwah Dan Masyarakat*
<https://journal.uinsuna.ac.id/index.php/liwauldakwah/article/view/7033>
- Hanum, S. Z. (2025). Transformasi Dakwah Komunitas Muslimah: Komunikasi Dialogis-Adaptif pada Masyarakat Multikultural. *Pawarta: Journal of Communication and Da'*
<http://jurnal.iimsurakarta.ac.id/index.php/pawarta/article/view/835>
- Hefni, H. (2017). Komunikasi Islam di era digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(2), 145–160.
- Miftahuddin, M. (2025). Strategi Dakwah Kreatif dalam Merespons Dinamika Sosial Kontemporer. ... *An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*.
<https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jian/article/view/1107>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Munahar, M. (2025). Manajemen Dakwah Dalam Menghadapi Krisis Identitas Dan Spiritual Generasi Milenial: Pendekatan Psikososial Di Era Digital. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan*
<https://www.ejournal.staimnglawak.ac.id/index.php/lentera/article/view/1237>
- MUSLIM, T. (2025). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH DIGITAL DI TIKTOK TERHADAP PENGAMALAN KEAGAMAAN MASYARAKAT MUSLIM KELURAHAN TANJUNG In ... *Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. jurnal.staibslg.ac.id.
<https://jurnal.staibslg.ac.id/index.php/khabar/article/download/1177/510>
- Narulita, S. (n.d.). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku adaptif lintas budaya dai melalui sikap moderat. In *Sekolah Pascasarjana UIN Syarif*
- Narulita, S. (2024). *Perilaku Adaptif Lintas Budaya Dai: Menelusuri Peran Persepsi, Motif, dan Kompetensi melalui Sikap Moderat*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=HPMFEEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=model+komunikasi+dakwah+adaptif+pada+masyarakat+kontemporer+dengan+intensitas+aktivitas+tinggi&ots=UusjLncpf_&sig=8WAZoXWqcHSrkEcbUSj_nqqSXWs
- Taufiqi, M. A. (2025). KONSTRUKSI DAKWAH ISLAM MODERAT NAHDLATUL ULAMA DI MEDIA SOSIAL NU ONLINE PADA ERA SOCIETY 5.0. *Jurnal Komunikasi*.
<https://ecosemica.net/index.php/KOMUNIKASI/article/view/1033>
- Yudhi, L., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2016). Adaptasi Disiplin Ilmu Komonikasi Di Masa Normal Baru. In *CV. Purta Media Nusantara*. researchgate.net.
https://www.researchgate.net/profile/Teguh-Rachmad/publication/367962844_ADAPTASI_ILMU_KOMUNIKASI/links/63db3931c97bd76a82561918/ADAPTASI-ILMU-KOMUNIKASI.pdf
- Zaini, A. (2022). Strategi komunikasi dakwah di era masyarakat digital. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 17(1), 33–49.
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.