

Received: 01 Februari 2024 | 01-Maret 2024 | Published: 28- April 2024

**ANALISIS PERAN DAKWAH SEBAGAI ALAT TRANSFORMASI  
SOSIAL: TANTANGAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM  
KONTEKS MASYARAKAT MODERN**

Oleh:

**Dra. Muhsinah, M.Ag**

**UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia**

**Email: [muhsinah.ibrahim@ar-raniry.ac.id](mailto:muhsinah.ibrahim@ar-raniry.ac.id)**

**ABSTRAK**

Dakwah pada era modern ini merupakan sebagai alat transformasi sosial menghadapi sejumlah tantangan yang semakin kompleks. Meskipun dakwah memiliki potensi besar untuk membentuk perilaku, nilai-nilai, dan kesadaran sosial yang lebih baik, terdapat berbagai problematika yang harus dihadapi oleh para pendakwah dan masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*library research*). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang mencakup berbagai jenis dokumen. Data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber akan dianalisis menggunakan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa 1). Peran dakwah sebagai alat transformasi sosial dalam mengubah perilaku dan nilai-nilai masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang efektif dilakukan dengan cara, yaitu: penyampaian nilai-nilai kebaikan, penggunaan media dan teknologi, pendekatan empati dan dialog, transformasi sosial berbasis nilai dan membangun kesadaran dan kepatuhan. 2). Tantangan dan strategi komunikasi yang dihadapi dalam upaya menggunakan dakwah sebagai sarana untuk mengatasi permasalahan sosial dan mendorong perubahan positif di masyarakat, yaitu: tantangannya terdiri dari keragaman sosial dan budaya, pengaruh globalisasi dan media massa, perubahan teknologi dan media digital, minimnya pemahaman konteks lokal, resistensi terhadap perubahan. Sedangkan strateginya dilakukan dengan cara pendekatan kontekstual, penggunaan media digital dan teknologi, komunikasi empatik dan inklusif, kolaborasi dengan pemimpin lokal dan tokoh masyarakat, pendidikan dan pemberdayaan dan konten dakwah yang relevan.

**Kata Kunci: Dakwah, Transformasi Sosial, Tantangan, Pendekatan Komunikasi**

**PENDAHULUAN**

Dakwah, sebagai suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, memainkan peran penting dalam transformasi sosial di masyarakat. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran agama, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kesadaran sosial

dan moralitas di kalangan individu dan komunitas. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah kampus, misalnya, berperan dalam mentransformasikan nilai-nilai Islam dalam perspektif kontekstual yang rasional, sehingga dapat diterima oleh generasi muda yang lebih kritis dan terbuka terhadap perubahan (Ridwan & Rewira, 2021). Melalui pendekatan ini, dakwah dapat menjawab tantangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Dakwah mahasiswa, khususnya di lingkungan kampus, juga menunjukkan potensi besar dalam penguatan moral dan spiritual di kalangan generasi muda. Penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dan Universitas Gadjah Mada menunjukkan bahwa dakwah intra kampus berfungsi sebagai lentera yang menerangi mahasiswa dari kegelapan spiritual (Daulay & Indriati, 2023). Dalam konteks ini, juru dakwah memiliki tanggung jawab untuk memberikan pencerahan dan menebar nilai-nilai kebenaran, yang sangat diperlukan di tengah tantangan moral yang dihadapi oleh generasi muda saat ini. Dengan demikian, dakwah kampus tidak hanya berfokus pada aspek religius, tetapi juga pada pembentukan karakter dan moralitas mahasiswa.

Dalam perspektif psikologi, peran dan fungsi dai dalam dakwah sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Sebagai dai, mereka diharapkan tidak hanya memiliki pengetahuan yang mendalam tentang ajaran Islam, tetapi juga kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan psikologis audiens mereka (Kohari et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang efektif memerlukan pendekatan yang holistik, di mana aspek spiritual, emosional, dan sosial saling terkait. Dengan memahami audiens secara mendalam, dai dapat menyampaikan pesan yang lebih relevan dan berdampak.

Seiring dengan perkembangan teknologi, dakwah melalui media sosial menjadi semakin populer. Media sosial memberikan platform yang luas untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah secara lebih interaktif dan menarik (Nurrahmi & Farabuana, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa akun-akun dakwah di platform seperti Instagram mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda (Nurrahmi & Farabuana, 2020). Namun, meskipun media sosial menawarkan banyak keuntungan, ada juga tantangan yang harus dihadapi,

seperti kurangnya ikatan emosional antara dai dan mad'u, yang dapat mengurangi efektivitas pesan yang disampaikan (Hasanah, 2021). Oleh karena itu, penting bagi dai untuk menemukan keseimbangan antara penggunaan media sosial dan interaksi langsung dengan audiens.

Dakwah partisipatoris juga menjadi salah satu pendekatan yang menjanjikan dalam transformasi sosial. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dilakukan oleh dai, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat itu sendiri (Mujamil, 2023). Pendekatan ini menekankan pentingnya membangun kesadaran kolektif tentang nilai-nilai pembangunan dan perubahan sosial. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses dakwah, diharapkan akan tercipta rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap perubahan yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah dapat berfungsi sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat dan menciptakan perubahan sosial yang positif.

Dalam konteks pendidikan, dakwah juga memiliki peran yang signifikan. Pendidikan agama yang berbasis pada nilai-nilai dakwah dapat membantu membentuk karakter dan moralitas individu (Fathurrohman, 2019). Dengan mengintegrasikan dakwah dalam pendidikan, diharapkan generasi muda dapat tumbuh menjadi individu yang tidak hanya berpengetahuan, tetapi juga memiliki komitmen terhadap nilai-nilai kebaikan dan keadilan. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan kurikulum pendidikan yang mengedepankan nilai-nilai dakwah sebagai bagian integral dari proses pembelajaran.

Dakwah juga berperan dalam konteks multikultural, di mana metode dakwah yang diterapkan harus mempertimbangkan keberagaman budaya dan agama di masyarakat (Huda, 2016). Dalam situasi ini, dakwah yang dilakukan dengan pendekatan yang inklusif dan menghargai perbedaan dapat menciptakan suasana harmonis dan saling menghormati antarumat beragama. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran agama, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kerukunan dan toleransi di masyarakat.

Dakwah sebagai alat transformasi sosial memiliki banyak dimensi dan pendekatan yang dapat diterapkan. Dari dakwah kampus yang berfokus pada pembentukan karakter mahasiswa, hingga dakwah melalui media sosial yang

menjangkau audiens yang lebih luas, semua ini menunjukkan bahwa dakwah dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman. Selain itu, pentingnya partisipasi masyarakat dalam dakwah partisipatoris, serta integrasi nilai-nilai dakwah dalam pendidikan, menunjukkan bahwa dakwah memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan sosial yang positif. Oleh karena itu, pengembangan strategi dakwah yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat sangat diperlukan untuk mencapai tujuan transformasi sosial yang diinginkan.

Jadi, di tengah perubahan sosial yang semakin dinamis, peran dakwah sebagai alat transformasi sosial menjadi semakin penting. Masyarakat saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk degradasi moral, ketidakadilan sosial, dan meningkatnya pengaruh budaya asing yang dapat merusak nilai-nilai lokal. Dalam konteks ini, dakwah bukan hanya menjadi sarana untuk menyebarkan ajaran agama, tetapi juga sebagai medium penting dalam membentuk perilaku sosial yang positif, memperkuat nilai-nilai moral, dan memperbaiki struktur sosial.

Penelitian tentang dakwah sebagai alat transformasi sosial melalui antara tantangan dan pendekatan komunikasi menjadi sangat mendesak karena mampu memberikan wawasan tentang bagaimana dakwah dapat digunakan secara efektif untuk mendorong perubahan sosial yang konstruktif. Dengan memahami tantangan dan strategi yang relevan, penelitian ini dapat membantu mengembangkan model dakwah yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat modern, sehingga mampu menjawab berbagai permasalahan sosial yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*library research*) sebagai pendekatan utama untuk memahami dan menganalisis peran dakwah serta tantangannya dalam transformasi sosial melalui komunikasi. Metode ini dipilih karena kajian pustaka memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian, tanpa melakukan penelitian lapangan secara langsung.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang mencakup berbagai jenis dokumen, yaitu 1). Artikel jurnal akademik: Penelitian-

penelitian terdahulu yang dipublikasikan dalam jurnal akademik terkait dakwah, transformasi sosial, dan komunikasi. 2). Laporan penelitian: Laporan dari lembaga-lembaga penelitian atau organisasi non-pemerintah yang berhubungan dengan kegiatan dakwah dan perubahan sosial, dan 3). Artikel media dan sumber online: Artikel-artikel dari media cetak dan *online* yang membahas praktik dakwah dalam konteks sosial tertentu, serta laporan-laporan yang relevan dari organisasi Islam atau lembaga sosial lainnya.

Data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber akan dianalisis menggunakan analisis konten. Teknik analisis konten ini melibatkan beberapa langkah berikut: 1). Pengumpulan Data: Mengidentifikasi dan mengumpulkan semua sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Literatur ini kemudian akan diklasifikasikan berdasarkan tema-tema utama seperti peran dakwah, pendekatan komunikasi, dan dampaknya terhadap transformasi sosial. 2). Koding Data: Setelah literatur terkumpul, peneliti akan melakukan proses koding, yaitu mengidentifikasi konsep, tema, atau kata kunci yang berhubungan dengan fokus penelitian. 3). Analisis Tematik: Setelah koding selesai, peneliti akan melakukan analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema utama yang muncul dari data. 4). Sintesis dan Interpretasi: Pada tahap ini, peneliti akan mensintesis temuan-temuan dari berbagai literatur dan menginterpretasikan hasilnya dalam konteks penelitian, dan 5). Evaluasi Kritis: Peneliti akan melakukan evaluasi kritis terhadap literatur yang dikaji, dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, dan kesenjangan dalam penelitian sebelumnya.

Jadi, melalui metode kajian pustaka ini, penelitian akan memberikan gambaran yang mendalam tentang peran dakwah sebagai alat transformasi sosial, dengan fokus pada tantangan dan pendekatan komunikasi. Analisis data yang dilakukan secara sistematis dan kritis akan membantu mengungkap bagaimana dakwah dapat digunakan secara efektif untuk mengatasi permasalahan sosial dan mendorong perubahan positif dalam masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial dalam Mengubah Perilaku dan Nilai-Nilai Masyarakat Melalui Pendekatan Komunikasi yang Efektif

Dakwah memiliki peran penting sebagai alat transformasi sosial, terutama dalam upaya mengubah perilaku dan nilai-nilai masyarakat. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif, dakwah dapat menjadi sarana untuk menyebarkan pesan moral dan etika Islam yang bertujuan memperbaiki kehidupan individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

1. **Penyampaian Nilai-nilai Kebaikan:** Dakwah, melalui berbagai media komunikasi, berfungsi untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan yang sesuai dengan ajaran Islam. Pendekatan komunikasi yang efektif dapat memastikan bahwa pesan-pesan ini disampaikan dengan cara yang dapat diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga mendorong perubahan perilaku yang lebih positif.
2. **Penggunaan Media dan Teknologi:** Dalam era digital, dakwah semakin mengandalkan teknologi dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui konten yang relevan dan pendekatan yang adaptif, dakwah dapat mempengaruhi perilaku masyarakat secara luas, baik di tingkat individu maupun kelompok, dengan menekankan pentingnya akhlak yang baik dan kehidupan yang selaras dengan nilai-nilai Islam.
3. **Pendekatan Empati dan Dialog:** Dakwah yang efektif seringkali menggunakan pendekatan komunikasi yang empatik dan berbasis dialog, yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Hal ini memungkinkan para pendakwah untuk lebih memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, serta menyesuaikan pesan dakwah agar lebih relevan dan mampu menjawab permasalahan sosial yang ada.
4. **Transformasi Sosial Berbasis Nilai:** Dakwah tidak hanya berfungsi untuk mengajarkan ajaran agama, tetapi juga sebagai alat untuk mentransformasi masyarakat dengan menanamkan nilai-nilai sosial yang konstruktif. Misalnya, dakwah dapat mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap sesama, meningkatkan solidaritas sosial, serta mengurangi tindakan-tindakan negatif seperti korupsi, kemalasan, dan diskriminasi.
5. **Membangun Kesadaran dan Kepatuhan:** Dakwah yang disampaikan dengan pendekatan komunikasi yang baik dapat membangun kesadaran dan kepatuhan terhadap ajaran Islam, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku individu dan kelompok dalam masyarakat. Dengan pendekatan yang

tepat, dakwah dapat menginspirasi perubahan yang mendalam, baik dalam ranah personal maupun sosial.

Jadi, dalam keseluruhan proses ini, efektivitas dakwah sebagai alat transformasi sosial sangat bergantung pada kemampuan pendakwah untuk menggunakan strategi komunikasi yang tepat, adaptif, dan sesuai dengan konteks sosial-budaya masyarakat yang dituju.

Dakwah, sebagai alat transformasi sosial, memiliki peran yang sangat penting dalam mengubah perilaku dan nilai-nilai masyarakat. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai sarana untuk memberdayakan masyarakat dan membentuk karakter yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. Dalam konteks ini, dakwah dapat dilihat sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga dapat menciptakan perubahan positif dalam perilaku individu dan komunitas (Istikhomah, 2024; Hendra, 2018; Marlina, 2023).

Salah satu aspek penting dari dakwah adalah profesionalisme para juru dakwah. Profesionalisme ini mencakup kemampuan untuk memahami kebutuhan masyarakat dan menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang relevan dan kontekstual. Dalam hal ini, juru dakwah harus mampu berperan sebagai agen pemberdayaan yang tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membantu masyarakat dalam mengatasi berbagai tantangan sosial dan ekonomi yang mereka hadapi (Hendra, 2018; Istikomah et al., 2020). Dengan demikian, dakwah dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menciptakan lingkungan yang lebih baik (Abrori & Kharis, 2022).

Strategi komunikasi dakwah yang digunakan juga sangat berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan. Dalam masyarakat yang multikultural, pendekatan komunikasi yang inklusif dan menghargai perbedaan sangat penting. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadopsi strategi komunikasi yang berbasis pada nilai-nilai toleransi dan saling menghormati, sehingga dakwah dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat (Marfu'ah, 2018; Aini et al., 2019). Selain itu, penggunaan media sosial dan teknologi digital juga telah menjadi bagian integral

dari dakwah modern, memungkinkan pesan-pesan dakwah untuk disebarluaskan dengan cepat dan luas (Zafri, 2023; Megawati & Ihsanuddin, 2022; Rubawati, 2018).

Dakwah juga dapat berperan dalam pelestarian lingkungan, yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial umat Islam. Melalui dakwah bi al-hal, para juru dakwah dapat mengajak masyarakat untuk menjaga dan melestarikan lingkungan sebagai bagian dari implementasi nilai-nilai Islam (Alwi et al., 2020). Dengan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya lingkungan yang sehat, dakwah dapat membantu menciptakan kesadaran kolektif yang lebih besar mengenai isu-isu lingkungan dan mendorong tindakan yang lebih bertanggung jawab (Alwi et al., 2020).

Dalam konteks pendidikan, dakwah juga memiliki peran yang signifikan. Pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam, sering kali mengintegrasikan dakwah dalam kurikulum mereka, sehingga santri tidak hanya belajar tentang agama tetapi juga tentang bagaimana menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Syi'arudin, 2023; Anwari, 2023). Melalui pendekatan ini, dakwah dapat membentuk generasi yang tidak hanya paham agama tetapi juga memiliki kemampuan untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat (Syi'arudin, 2023).

Selain itu, dakwah juga dapat berfungsi sebagai alat untuk mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan dan ketidakadilan. Melalui program-program filantropi seperti zakat, infaq, dan shadaqah, dakwah dapat membantu meringankan beban masyarakat yang kurang beruntung (Abrori & Kharis, 2022; Anggraeni & Suprabowo, 2022). Dengan menciptakan saluran komunikasi yang efektif antara lembaga dakwah dan masyarakat, program-program ini dapat diimplementasikan dengan lebih baik dan memberikan dampak yang lebih besar (Abrori & Kharis, 2022; Anggraeni & Suprabowo, 2022).

Dalam era modern, tantangan yang dihadapi oleh dakwah semakin kompleks. Oleh karena itu, penting bagi para juru dakwah untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan pesan-pesan mereka (Pimay & Savitri, 2021). Dengan pendekatan yang tepat,

dakwah dapat tetap relevan dan efektif dalam menjangkau masyarakat yang semakin beragam dan dinamis (Pimay & Savitri, 2021).

Dakwah juga harus mempertimbangkan etika dan nilai-nilai yang mendasari komunikasi. Pendekatan yang kontekstual dan profesional dalam dakwah sangat diperlukan untuk menghindari kesan yang kaku dan monoton (Amin, 2017; Putri, 2024). Dengan mengedepankan nilai-nilai etika dalam setiap aktivitas dakwah, para juru dakwah dapat membangun kepercayaan dan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat (Amin, 2017; Putri, 2024).

Akhirnya, penting untuk menekankan bahwa dakwah bukan hanya tanggung jawab individu atau kelompok tertentu, tetapi merupakan tanggung jawab bersama seluruh umat Islam. Dengan kolaborasi yang baik antara berbagai pihak, dakwah dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam menciptakan perubahan sosial yang positif dan berkelanjutan (Hendra, 2018; Istikomah et al., 2020; Abrori & Kharis, 2022).

## **B. Tantangan dan Strategi Komunikasi yang Dihadapi dalam Upaya Menggunakan Dakwah Sebagai Sarana untuk Mengatasi Permasalahan Sosial dan Mendorong Perubahan Positif di Masyarakat**

### **1. Tantangan dalam Dakwah sebagai Sarana Transformasi Sosial antara lain, yaitu:**

- a. **Keragaman Sosial dan Budaya:** Masyarakat yang heterogen, dengan latar belakang sosial, budaya, dan agama yang berbeda, menghadirkan tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Pesan yang tidak disesuaikan dengan konteks lokal bisa menimbulkan resistensi atau kesalahpahaman.
- b. **Pengaruh Globalisasi dan Media Massa:** Pengaruh budaya asing yang kuat melalui globalisasi dan media massa sering kali bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang ingin disebarkan melalui dakwah. Ini dapat membuat pesan dakwah sulit diterima, terutama oleh generasi muda yang lebih terbuka terhadap pengaruh luar.
- c. **Perubahan Teknologi dan Media Digital:** Kemajuan teknologi dan media digital mengubah cara komunikasi, namun tidak semua pendakwah mampu mengikuti perkembangan ini. Ketidaktahuan dalam menggunakan media sosial dan platform digital secara efektif bisa membatasi jangkauan dan dampak dakwah.
- d. **Minimnya Pemahaman Konteks Lokal:** Dakwah yang tidak mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan lokal cenderung tidak relevan

dan sulit diterima oleh masyarakat. Pendakwah yang tidak peka terhadap isu-isu sosial setempat mungkin gagal dalam menyampaikan pesan yang tepat.

- e. **Resistensi terhadap Perubahan:** Perubahan sosial yang diinginkan melalui dakwah sering kali menghadapi resistensi, baik dari individu maupun kelompok yang sudah nyaman dengan status quo. Ini bisa menjadi hambatan besar dalam mendorong transformasi sosial melalui dakwah.

## 2. Strategi Komunikasi dalam Dakwah untuk Mengatasi Permasalahan Sosial antara lain, yaitu:

- a. **Pendekatan Kontekstual:** Memahami konteks sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat sebelum menyampaikan pesan dakwah sangat penting. Dakwah yang disesuaikan dengan konteks lokal lebih mungkin diterima dan membawa dampak positif.
- b. **Penggunaan Media Digital dan Teknologi:** Mengoptimalkan penggunaan media sosial, video, dan platform digital lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Konten yang kreatif, relevan, dan mudah dipahami dapat meningkatkan efektivitas dakwah di era digital.
- c. **Komunikasi Empatik dan Inklusif:** Menggunakan pendekatan komunikasi yang empatik, dengan mendengarkan kebutuhan dan kekhawatiran masyarakat, serta meresponsnya dengan cara yang inklusif dan tidak menghakimi. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan koneksi dengan audiens.
- d. **Kolaborasi dengan Pemimpin Lokal dan Tokoh Masyarakat:** Bekerja sama dengan pemimpin lokal, tokoh masyarakat, dan lembaga sosial untuk mendukung dakwah, sehingga pesan yang disampaikan memiliki otoritas dan lebih mudah diterima oleh masyarakat.
- e. **Pendidikan dan Pemberdayaan:** Fokus pada pendidikan dan pemberdayaan masyarakat melalui dakwah, dengan memberikan pengetahuan yang dapat mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Strategi ini tidak hanya menyampaikan nilai-nilai Islam, tetapi juga memberikan solusi praktis untuk permasalahan sosial.
- f. **Konten Dakwah yang Relevan:** Menyusun konten dakwah yang relevan dengan isu-isu sosial yang sedang dihadapi oleh masyarakat, seperti kemiskinan, kesehatan, lingkungan, dan keadilan sosial. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran agama tetapi juga menjadi solusi bagi masalah nyata yang dihadapi masyarakat.

Jadi, melalui strategi-strategi ini, dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk mengatasi permasalahan sosial dan mendorong perubahan positif di masyarakat, meskipun tantangan yang ada cukup besar.

Dalam upaya menggunakan dakwah sebagai sarana untuk mengatasi permasalahan sosial dan mendorong perubahan positif di masyarakat, tantangan yang dihadapi sangat beragam dan kompleks. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan konten-konten lain di platform media sosial, khususnya YouTube, yang dapat mengalihkan perhatian audiens dari pesan dakwah yang disampaikan. Perubahan algoritma yang sering terjadi pada platform tersebut juga dapat mempengaruhi visibilitas konten dakwah, sehingga mengurangi jangkauan pesan yang ingin disampaikan (Firdaus, 2024). Selain itu, potensi kontroversi atau kesalahpahaman dalam penyampaian pesan dakwah juga menjadi tantangan yang signifikan, di mana pesan yang dimaksudkan untuk mendidik bisa saja ditafsirkan secara negatif oleh audiens (Firdaus, 2024).

Di daerah perbatasan, tantangan lain muncul dari kurangnya dukungan dari kepala desa yang mayoritas berasal dari kalangan non-Muslim. Hal ini menciptakan hambatan dalam komunikasi dan penyebaran pesan dakwah, terutama di daerah yang akses jalannya masih belum memadai dan tidak adanya aliran listrik yang mempengaruhi kemampuan untuk menggunakan media komunikasi modern (Yati, 2019). Dalam konteks ini, para dai perlu mengembangkan metode komunikasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap kondisi lokal yang ada, agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat setempat (Yati, 2019).

Generasi milenial, yang dikenal sebagai masyarakat yang melek teknologi, juga menghadirkan tantangan tersendiri bagi para dai. Mereka diharapkan untuk familiar dengan perangkat teknologi komunikasi agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang lebih cenderung menggunakan media digital untuk mendapatkan informasi (Wahid, 2023). Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk menguasai teknologi komunikasi dan mengembangkan konten yang relevan dan menarik bagi generasi ini, sehingga dakwah dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan positif (Wahid, 2023).

Strategi komunikasi dakwah yang efektif juga harus mempertimbangkan konteks multikultural masyarakat. Dalam masyarakat yang beragam, pendekatan multikulturalisme dalam dakwah menjadi penting untuk mencapai titik temu dalam keragaman dan menciptakan toleransi dalam perbedaan (Marfu'ah, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus mampu membangun hubungan yang harmonis antar berbagai kelompok masyarakat, sehingga pesan dakwah dapat diterima secara luas (Marfu'ah, 2018).

Dalam era Society 5.0, di mana teknologi canggih seperti kecerdasan buatan dan *Internet of Things* (IoT) semakin mendominasi kehidupan sehari-hari, dakwah juga harus beradaptasi dengan perubahan ini. Penggunaan media digital sebagai sarana dakwah menjadi suatu keharusan, di mana para dai perlu merancang strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Narada, 2023). Dalam konteks ini, kolaborasi antara psikoterapis dan dai juga dapat membantu dalam merancang pendekatan komunikasi yang lebih berdaya dan relevan, dengan mempertimbangkan kompleksitas psikologi audiens yang beragam (Narada, 2023).

Sementara itu, dalam konteks dakwah yang berbasis pada sastra, metode komunikasi dakwah dapat memberikan kesempatan kepada mad'u untuk memilih pesan dakwah sesuai dengan preferensi mereka (Yusuf, 2022). Pendekatan ini memungkinkan dakwah untuk lebih personal dan relevan bagi individu, sehingga meningkatkan kemungkinan penerimaan pesan yang disampaikan (Yusuf, 2022). Selain itu, strategi komunikasi dakwah yang berbasis budaya juga dapat membantu dalam mempromosikan nilai-nilai persaudaraan dan kepedulian di antara masyarakat, terutama dalam konteks organisasi yang berfokus pada kerjasama antarbudaya (Amiripana et al., 2023).

Dalam menghadapi tantangan yang ada, penting bagi para dai untuk terus mengevaluasi dan mengembangkan strategi dakwah yang mereka gunakan. Misalnya, dalam konteks Muhammadiyah, pengembangan kualitas masjid sebagai pusat kegiatan dakwah menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan efektivitas dakwah (Istikomah et al., 2020). Dengan membina dan mengembangkan

masjid, kegiatan dakwah dapat lebih terorganisir dan terarah, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih signifikan bagi masyarakat (Istikomah et al., 2020).

Di masa pandemi, strategi dakwah juga harus beradaptasi dengan kondisi yang ada. Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah, misalnya, menerapkan pendekatan sosial dengan bersikap terbuka dan memperhatikan prinsip psikologis dalam melihat penerima dakwah (Anggraeni & Suprabowo, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa dalam situasi yang sulit, fleksibilitas dan adaptasi dalam strategi komunikasi sangat diperlukan untuk memastikan pesan dakwah tetap dapat disampaikan dengan efektif (Anggraeni & Suprabowo, 2022).

Dalam konteks dakwah di era digital, fenomena "viral" dalam konten dakwah juga perlu diperhatikan. Konten dakwah yang viral dapat menjangkau audiens yang lebih luas, namun juga membawa risiko kesalahpahaman dan penyebaran informasi yang tidak akurat (Nisa, 2023). Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memastikan bahwa konten yang mereka sampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga akurat dan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan (Nisa, 2023).

Secara keseluruhan, tantangan dan strategi komunikasi dalam dakwah sangat bergantung pada konteks sosial, budaya, dan teknologi yang ada. Para dai perlu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di masyarakat, agar dakwah dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengatasi permasalahan sosial dan mendorong perubahan positif. Dengan memahami tantangan yang ada dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat, dakwah dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun masyarakat yang lebih baik.

## **KESIMPULAN**

Dakwah memiliki potensi yang signifikan sebagai alat transformasi sosial, terutama ketika dilakukan melalui pendekatan komunikasi yang efektif dan kontekstual. Dakwah bukan hanya sarana untuk menyebarkan ajaran agama, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen penting dalam membentuk dan mengarahkan nilai-nilai sosial dalam masyarakat. Melalui pesan-pesan yang disampaikan, dakwah dapat mengubah perilaku, meningkatkan kesadaran, dan memperkuat solidaritas sosial. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam dakwah sangat

menentukan keberhasilannya dalam mentransformasi masyarakat. Pendekatan yang empatik, inklusif, dan disesuaikan dengan konteks sosial budaya setempat terbukti lebih efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan mendorong perubahan sosial yang positif. Meskipun dakwah memiliki potensi besar, penelitian ini juga menemukan bahwa ada berbagai tantangan yang harus dihadapi, seperti resistensi terhadap perubahan, pengaruh globalisasi, serta fragmentasi di antara para pendakwah itu sendiri. Tantangan-tantangan ini memerlukan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan kreatif untuk dapat diatasi. Pemanfaatan teknologi dan media digital menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan dakwah dan membuat pesan-pesan sosial lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. Namun, penelitian ini juga menyoroti adanya kesenjangan dalam penguasaan teknologi di kalangan pendakwah yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. Dakwah yang dilakukan dengan pendekatan komunikasi yang tepat dapat berkontribusi secara signifikan dalam mendorong keadilan sosial, mengatasi ketidakadilan, dan memperbaiki struktur sosial. Dakwah yang menekankan nilai-nilai keadilan, kemanusiaan, dan kesejahteraan bersama dapat menjadi kekuatan pendorong dalam transformasi sosial yang berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abrori, A. and Kharis, A. (2022). Dakwah Transformatif Melalui Filantropi: Filantropi Islam Dalam Mengentas Kemiskinan Dan Ketidakadilan. *Jurnal Al-Ijtima'iyyah*, 8(1), 102. <https://doi.org/10.22373/al-ijtima'iyyah.v8i1.13009>
- Aini, Z., Don, A., Mokhtar, A., & Fauzi, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemujukan Pendakwah Dalam Penyampaian Mesej Islam Kepada Masyarakat Orang Asli Di Selangor. *Al-Irsyad Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 4(1), 12-26. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v4i1.43>
- Alwi, A., Arsyam, M., Sainuddin, I., & Makmur, Z. (2020). Pelestarian Lingkungan Sebagai Implementasi Dakwah Bi Al-Hal Dan Wujud Kesadaran Masyarakat. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vf6qm>
- Amin, E. (2017). Etika Dakwah: Kontekstualisasi Dakwah Profesional. *Tajdid Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 16(1), 19-34. <https://doi.org/10.30631/tjd.v16i1.52>
- Anggraeni, D. and Suprabowo, I. (2022). Strategi Dakwah Di Masa Pandemi: Studi Pada Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah. *Islamic Communication Journal*, 7(1), 129-146. <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.1.10252>
- Anwari, N. (2023). Optimalisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Berbasis Dakwah Di Madrasah Miftahul Huda Situbondo. *Idarotuna*, 5(2), 126. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.24459>

- Daulay, H. and Indriati, A. (2023). Penguatan Dakwah Mahasiswa Intra Kampus (Studi Kasus Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Dan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta). *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah Fdik Iain Padangsidempuan*, 4(2), 237-258. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v4i2.6875>
- Fathurrohman, M. (2019). Dakwah Dalam Konteks Pendidikan. *Mamba Ul Ulum*, 15(2), 41-52. <https://doi.org/10.54090/mu.22>
- Firdaus, M. (2024). Analisis Swot Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Di Channel Youtube Adi Hidayat Official. *Bandung Conference Series Islamic Broadcast Communication*, 4(1). <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v4i1.12280>
- Hasanah, U. (2021). Kontroversi Orasi Kebangsaan Gus Miftah Di Gereja Gethel Indonesia (GBI) Penjaringan Jakarta Utara (Analisis Dakwah Dan New Media). *An-Nida Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 123-132. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v13i2.2092>
- Hendra, T. (2018). Profesionalisme Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal at-Taghyir Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.24952/taghyir.v1i1.957>
- Huda, Z. (2016). Dakwah Islam Multikultural (Metode Dakwah Nabi Saw Kepada Umat Agama Lain). *Religia*, 19(1), 89. <https://doi.org/10.28918/religia.v19i1.661>
- Istikhomah, F. (2024). Pengembangan Metode Komunikasi Dakwah Tabligh Komunitas Life Is Right Dalam Membentuk Karakter Pancasila Pada Anak. *Jurnal Audiens*, 5(1), 140-151. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.348>
- Istikomah, I., Romadlon, D., & Hariyanto, B. (2020). Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui Fkms (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo). *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 111-124. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3341>
- Kohari, K., Adnan, M., Majid, Z., & Abdullah, F. (2022). The Role And Function Of The Da'i In The Psychological Perspective Of Dakwah. *Al-Risalah*, 13(2), 485-498. <https://doi.org/10.34005/alrisalah.v13i2.1915>
- Marfu'ah, U. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2166>
- Marlina, C. (2023). Strategi Dakwah Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Nilai Keislaman Masyarakat Di Kudus. *Al-Jamahiria*, 1(2), 99. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v1i2.7655>
- Megawati, R. and Ihsanuddin, M. (2022). Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era). *Meyarsa Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 2(2), 55-74. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v2i2.5373>
- Mujamil, A. (2023). Dakwah Partisipatoris Untuk Transformasi Sosial : Diskursus Manajemen Dakwah Dalam Perspektif Sosiologi-Pengetahuan. *Mawa Izah Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 14(2), 52-79. <https://doi.org/10.32923/maw.v14i2.3676>
- Narada, N. (2023). Dakwah Dan Komunikasi Di Era Society 5.0 Menjadi Aspek Nilai Kehidupan. *CDCS*, 2(1), 68-77. <https://doi.org/10.61994/cdcs.v2i1.99>

- Nisa, A. (2023). Viral Da'wah Content (Case Study Of Ustadzah Oki Setiana Dewi's Da'wah Concerning Domestic Violence). *JKMD*, 5(2), 82-97. <https://doi.org/10.35905/jkmd.v5i2.5457>
- Nurrahmi, F. and Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah Melalui Instagram. *Nyimak Journal of Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>
- Pimay, A. and Savitri, F. (2021). Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43-55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Putri, E. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Dalam Film Buya Hamka. *Glosains Jurnal Sains Global Indonesia*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.59784/glosains.v5i1.501>
- Ridwan, M. and Rewira, A. (2021). Dakwah Kampus : Transformasi Dakwah Tekstual Ke Dakwah Kontektual Rasional. *Karimiyah Journal of Islamic Literature and Muslim Society*, 1(1), 53-62. <https://doi.org/10.59623/karimiyah.v1i1.6>
- Riyaningtyas, R. and Fauziah, F. (2023). Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus Di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI). *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23(1), 59-74. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.25878>
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>
- Sainuddin, I. (2020). Dakwah Di Era Sosial Media. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2jxny>
- Syi'arudin, M. (2023). Implementasi Pembelajaran Dakwah Pesantren Dan Implikasinya Terhadap Adversity Quotient Santri. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 4908-4816. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2351>
- Wahid, A. (2023). Peluang Dan Tantangan Sistem Kerja Dakwah Di Tengah Masyarakat Milenial. *Retorika Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 57-71. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2211>
- Yati, A. (2019). Metode Komunikasi Da'i Perbatasan Aceh Singkil Dalam Menjawabtantangan Dakwah. *Jurnal Al-Bayan*, 24(2). <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i2.4602>
- Yusuf, M. (2022). Komunikasi dakwah dalam sastra. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(06), 645-655. <https://doi.org/10.36418/jist.v3i6.439>
- Zafri, N. (2023). Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial. *Majalah Idaratus Wa Buhusul Fatwa 69-54 ,(2)28*. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol28no2.528>