



Komunikasi Dakwah Digital dalam Penguatan Moderasi Beragama

Farikhatur Rohmah^{1*}, Win Usuluddin², Siti Raudhatul Jannah³ & Kun Wazis⁴

¹²³⁴UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia

*farikamfd@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan cara dai menggunakan teknologi komunikasi digital dalam penguatan moderasi beragama serta upaya dai mengambil peluang dan menghadapi tantangan dalam penguatan moderasi agama melalui komunikasi dakwah digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui studi kepustakaan. Data penelitian ini didapat dari beragam literatur meliputi buku, jurnal, *website*, dan dokumen lainnya yang relevan. Hasil penelitiannya yakni dalam penguatan moderasi beragama melalui komunikasi dakwah digital, dai harus memilih platform digital yang tepat, membuat konten menarik dan relevan, interaktif, menjaga kredibilitas isi pesan dakwah, dan meningkatkan aksesibilitas informasi. Upaya dai dalam menghadapi peluang dan tantangan, yakni memahami audien, optimalisasi media digital, mengantisipasi banjir informasi, fokus pada substansi pesan, serta berdiskusi dan bertemu dengan masyarakat. Implikasi penelitian ini yakni pengetahuan baru bagi dai dalam berdakwah di era digital serta peningkatan kemampuan dai dalam menggunakan media digital untuk memberikan penguatan moderasi beragama kepada masyarakat.

Kata Kunci: Dakwah digital; komunikasi dakwah; moderasi beragama.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe how preachers use digital communication technology in strengthening religious moderation and preachers' efforts to take opportunities and face challenges in strengthening religious moderation through digital da'wah communication. This study uses qualitative research method through library studies. The data this study were obtained from various literature such as books, journals, and other relevant documents. The results of study strengthening religious moderation through digital da'wah communication, preachers must choose right digital platform, create interesting, interactive, maintain credibility contents of the da'wah message, and increase accessibility of information. Efforts of preachers facing opportunities and challenges, namely understanding audience, optimizing digital media, anticipating flood information, focusing on substance the message, and discussing and meeting with the community. The implications this study are new knowledge for preachers in preaching in digital era and increasing ability of preachers using digital media to provide strengthening religious moderation to community.

Keywords: *Digital Communication; Da'i; Religious Moderation.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang multikultural dengan beragam agama, suku, budaya, ras, dan bahasa yang menjadikan Indonesia sebagai negara yang begitu unik. Indonesia juga dikenal sebagai negara yang religius. Terdapat enam agama yang telah diakui secara resmi di Indonesia yakni Islam, Kristen, Hindu, Budha, Katholik, dan Konghucu. Keragaman ini perlu dijaga dan dikelola dengan mengutamakan sikap saling menghormati. Sebab, tidak sedikit konflik terjadi akibat adanya perbedaan pikiran atau pendapat yang biasanya sering terjadi di negara-negara multicultural (Anwar, et.al., 2022: 3044).

Agama mempunyai banyak aspek yang dapat dihubungkan dengan semua aspek kehidupan manusia juga memberikan kebijaksanaan di tengah-tengah misi terselubung oleh persaingan kelompok tertentu. Namun, faktanya agama justru kerap kali dituding menjadi salah satu penyebab utama terjadinya kekerasan, sehingga saat ini sulit memilah mana isu kekerasan, kekejaman, intoleransi, terorisme, prasangka, genosida dari perspektif agama (Hufron, 2024: 309).

Banyak kasus, konflik atau permasalahan agama yang masih terjadi di Indonesia dari tahun ke tahun. Tercatat sepanjang tahun 2023 lalu, masih terdapat kasus penolakan pendirian rumah ibadah, penodaan agama di media sosial, dan diskriminasi terhadap penganut kepercayaan sehingga Koalisi Advokasi menyatakan bahwa Kebebasan Beragama atau Berkeyakinan yang menyatakan bahwa situasi kebebasan beragama dan berkeyakinan di Indonesia pada 2023 itu tidak mengalami perubahan besar (Bbc.com, 2024).

Sementara di tahun 2024 ini ternyata konflik beragama juga masih terjadi seperti pada 30 Juni 2024 terjadi penghentian ibadah Minggu di gereja Pantekosta di Sidoarjo, Jawa Timur oleh seorang Kepala Desa (Halim, 2024). Selanjutnya, pada 1 Juli 2024 lalu Pj. Walikota Bandung mendapat seruan menolak perayaan Asyura dari Paguyuban Pengawal Negara Kesatuan Republik Indonesia (PPNKRI). Hasil catatan Amnesty sejak Januari 2021 hingga Juli 2024, telah terjadi sekitar 123 kasus intoleransi, termasuk penolakan, penutupan atau perusakan tempat ibadah, serta serangan fisik (Halim, 2024). Konflik yang terjadi tersebut merupakan akibat dari sikap intoleransi, radikalisme, hingga terorisme (Kusumawijayanti, 2022: 24). Di samping itu, menurut Liliweri sebagaimana dikutip oleh Hamdi bahwa terjadinya konflik umat beragama disebabkan karena kurangnya pemahaman dan sikap acuh umat atau kelompok agama tertentu terhadap umat atau kelompok agama lainnya yang memiliki perbedaan ideologi (Hamdi, et.al., 2020: 342).

Untuk menumbuhkan dan meningkatkan pemahaman serta praktik ajaran agama, memajukan kehidupan beragama dan meningkatkan kerukunan antar umat beragama, di Indonesia dijalankan konsep moderasi beragama yang merupakan upaya untuk memberikan bimbingan kepada masyarakat agar mempunyai

pemahaman moderat terhadap agama, tidak bersikap ekstrem, serta menjauhi pemikiran yang sepenuhnya rasional tanpa adanya batasan (Hefni, 2020: 2). Penyampaian pesan moderasi beragama dapat dilakukan dengan berdakwah. Berdakwah di era masa kini tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional seperti ceramah dari mimbar ke mimbar melainkan sudah beralih ke ranah digital yakni dakwah dengan menggunakan media-media digital. Sebab, masyarakat saat ini lebih menyukai media digital untuk pemenuhan kebutuhan informasi maupun berkomunikasi karena mereka dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi serta melakukan informasi hanya dengan satu genggam gadget atau telepon seluler, proses inilah yang disebut komunikasi digital yakni proses pengiriman pesan atau data dari komunikator kepada komunikan melalui media yang kompleks serta memungkinkan adanya kemudahan berkomunikasi, tidak terbatas jarak dan waktu (Asari, et.al., 2023:6).

Konsep komunikasi digital ini dapat diterapkan dalam aktivitas dakwah dai untuk penguatan moderasi beragama, mengingat fakta di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat saat ini aktif menggunakan media digital untuk pemenuhan kebutuhan informasi yang diakses dengan bantuan teknologi internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah melakukan survey mengenai pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024. Hasil survey tersebut menyatakan bahwa sebanyak 79,5% tingkat penetrasi internet di Indonesia yang mana pada periode ini mengalami peningkatan sebanyak 1,4% daripada periode sebelumnya (APJII, 2024).

Penelitian Ismiati,dkk menyatakan bahwa dakwah yang dilakukan secara digital seperti melalui media sosial dapat memperluas jangkauan dakwah dan bersaing di era digital (Ismiati, et.al., 2024: 22). Kemunculan dakwah yang dikemas menarik dalam media digital seperti dakwah Ustadz Hanan Attaki, Gus Iqdam, Buya Yahya, Ustadz Abdul Somad, dan dai lainnya menjadi bukti dakwah di era saat ini menjadi lebih dinamis dan mempermudah masyarakat menemukan konten dakwah maupun pilihan cara dari dalam berdakwah (Deslima, 2018: 25). Dakwah semacam inilah yang sering ditonton oleh masyarakat (Rizqy, et.al., 2023: 23). Maka, pesan-pesan moderasi beragama akan dapat disampaikan dengan mudah dan lebih efektif melalui komunikasi digital dakwah.

Penelitian Fuadul dan Riski menyatakan bahwasannya terdapat potensi dari internet dan media sosial di era digital menjadi wadah untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan-pesan moderasi (Umam & Koestanto, 2024: 247). Sementara itu, dalam penelitian Astri Dwi Andriani menyatakan bahwa melalui adanya media-media masa kini, referensi terhadap informasi keagamaan menjadi lebih terbuka (Andriani, 2023: 184). Dengan demikian, melalui komunikasi dakwah digital ini dapat dipilih sebagai cara baru bagi para dai untuk penguatan moderasi beragama.

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan kebaruan penelitian ini di

antaranya seperti penelitian Fathurrahman, dkk dengan judul Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama di kalangan pemuda. Hasil penelitian menyatakan bahwa penyampaian urgensi moderasi beragama sangat terdukung dengan adanya media digital sehingga konflik yang muncul dalam kehidupan masyarakat dapat tercegah (Fathurrahman, 2021: 172). Berikutnya penelitian Fuadul Umam dan R. Riski Dwi Koestanto dengan judul Konsep Dan Implementasi Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa media digital dapat memperkuat kerukunan dan toleransi masyarakat melalui konten-konten moderasi yang dipromosikan di media sosial (Umam & Koestanto, 2024: 240). Selanjutnya penelitian Adi Fadli dengan judul Transformasi Digital dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa transformasi digital mempunyai dampak yang cukup kompleks terhadap moderasi beragama di Indonesia (Fadli, 2023: 1).

Penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaharuan dengan penelitian terdahulu. Pada penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, mengkaji terkait dampak dakwah digital terhadap pemahaman moderasi beragama di kalangan pemuda, mengkaji implementasi moderasi beragama di ruang digital. Serta peran media digital dalam penguatan moderasi beragama. Sedangkan penelitian ini mengkaji dua hal penting; pertama, cara dai dalam menggunakan teknologi digital dalam penguatan moderasi beragama di ruang maya. Kedua, upaya dai mengambil peluang serta menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan-pesan moderasi beragama di ruang maya. Untuk menganalisis fenomena komunikasi digital dakwah dai untuk penguatan moderasi beragama, peneliti meminjam teori difusi inovasi dari Everett M Rogers. Pada teori ini disebutkan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang (Nurudin, 2007: 187). Dalam konteks dakwah digital, penggunaan teknologi baru dan platform media sosial dapat dianggap sebagai inovasi dalam metode penyampaian pesan agama. Dai perlu memahami proses difusi ini untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam dakwah mereka, sehingga pesan moderasi beragama dapat diterima dengan baik oleh audiens. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif melalui studi kepustakaan yakni penelitian dengan memanfaatkan strategi pengumpulan informasi kepustakaan. Peneliti menggunakan strategi naratif untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian ini, yakni dengan mencari informasi yang berkaitan dengan suatu isu atau variabel berupa buku, jurnal, surat kabar harian, berita, majalah, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan isu penelitian. Metode yang digunakan adalah pemeriksaan substansi atau investigasi substansi. Menurut Weber sebagaimana dikutip Lexy J Moleong bahwasannya investigasi substansi ialah strategi investigasi yang menggunakan serangkaian strategi untuk menarik kesimpulan penting,

seperti sebuah buku atau arsip.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi menjadi hal penting mengingat manusia merupakan makhluk sosial yang perlu berinteraksi sehingga tidak dapat terlepas dari proses komunikasi (Asari, et.al., 2023: 40). Persepsi komunikasi telah mengalami transisi dari konvensional menuju digital. Masa konvensional dirasa sudah tidak relevan dengan masa sekarang. Sehingga bentuk komunikasi berevolusi menjadi komunikasi dengan bentuk yang baru dengan menyampaikan pesan dalam pola dan ranah digital atau yang saat ini disebut dengan komunikasi digital. Masyarakat saat ini juga telah beralih ke media digital untuk melakukan interaksi atau komunikasi dengan orang lain karena aksesnya yang mudah, tidak terbatas ruang dan waktu serta memiliki banyak fitur serta manfaat lainnya. Sehingga komunikasi melalui media digital ini dinilai efektif dan efisien untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan terutama bagi kalangan pendakwah atau dai. Di samping itu, menurut Chairawati sebagaimana dikutip Dede Irawan bahwa dakwah juga merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat terutama untuk pemenuhan kesejahteraan spiritualnya, maka agar hal ini dapat tetap berlangsung, salah satu yang menjadi pilihan alternatif adalah media digital (Irawan, et.al., 2024: 82).

Komunikasi digital menjadi salah satu cara baru untuk berdakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan termasuk pesan moderasi beragama. Menurut Kosasih sebagaimana dikutip Fathur Rohman, moderasi beragama dalam pandangan Islam dikenal dengan istilah *Al-Wasathiyah* yang berarti terbaik, paling sempurna, sementara pelakunya disebut moderat (Rohman, 2023: 336). Dalam implementasinya, pada ajaran Islam bentuk moderat itu ada empat bidang yang meliputi persoalan akidah, ibadah, *tasyri'*, dan budi pekerti. Saat ini sering dijumpai para dai yang menggaungkan moderasi beragama melalui platform digital. Tidak hanya dari kalangan dai, dari kalangan pengguna platform digital juga sudah mulai turut menggaungkan moderasi beragama di platform digital. Beberapa contohnya seperti Habib Husein Ja'far yang melakukan kunjungan ke salah satu daerah di Jember yang di dalamnya terdapat 3 agama, kunjungan itu lalu diunggah di media sosial *Youtube*. Selanjutnya dalam kanal *Youtube* pribadinya, Habib Ja'far juga sering mengunggah video *podcast* dengan tokoh agama lain. Berikutnya di platform *Instagram*, sebagai contoh akun @sendioakta98 mengkampanyekan pesan moderasi beragama melalui unggahan poster dan video pendek atau *short video*. Konten-konten tersebut tentunya bermuatan pesan nilai-nilai moderasi dalam beragama. Akun TikTok @kang.jays juga melakukan hal yang sama, yakni mengkampanyekan pesan moderasi beragama melalui unggahan konten bermuatan nilai-nilai moderasi beragama di akunnya.

Sebagaimana dikutip Adi Fadli dalam penelitian Washilatun dan Wasehudin bahwasannya media digital seperti media sosial memiliki peran penting untuk menyampaikan nilai-nilai toleransi dan pemahaman moderasi dalam beragama (Fadli, 2023: 5). Pemahaman tentang moderasi beragama penting untuk ditumbuhkan dan dikuatkan dalam diri masyarakat mengingat hingga saat ini masih ada peristiwa atau konflik-konflik agama. Salah satu pihak yang berperan penting dalam penguatan moderasi beragama ini adalah para dai. Sehingga dengan adanya era digital dan perkembangan teknologi yang ada, para dai dapat melakukan penguatan moderasi agama melalui komunikasi dakwah digital dan harus bisa membaca peluang dan tantangan. Pemilihan media digital yang tepat oleh dai juga menentukan kesuksesan dakwah yang dilakukan dalam menyampaikan pesan moderasi beragama. Berdakwah di ranah digital menuntut dai untuk dapat membaca peluang dan tantangan yang ada, sebab seiring berjalannya waktu konten-konten dakwah yang dikemas semakin menarik, sehingga perlu upaya seperti penggunaan media yang tepat, pemahaman terhadap audiens, serta mengemas dakwah dengan menarik.

Upaya Dai dalam Menggunakan Teknologi Digital Untuk Penguatan Moderasi Beragama

Komunikasi dakwah Islam telah mengalami transformasi yang begitu signifikan di era digital saat ini. Transformasi ini telah memberikan banyak pengaruh terhadap pandangan dan perilaku masyarakat dalam konteks moderasi beragama di tanah air (Fadli, 2023: 6). Awal permulaan dakwah dilakukan hanya terbatas dengan lisan, tulisan dan perbuatan (Rustandi & Hendrawan, 2022: 29) yang dilakukan secara konvensional. Namun, kini banyak dai yang telah menggunakan media digital sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan-pesan agama, termasuk moderasi beragama. Untuk menciptakan masyarakat yang moderat sangat penting untuk menyebarluaskan pentingnya dari moderasi dalam beragama melalui media atau platform-platform digital. Hal ini agar masyarakat semakin familiar dengan konsep moderasi beragama agar tercipta harmonisasi antar umat beragama (Sanmas, 2020: 191). Agama Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* sangat menekankan pentingnya untuk bersikap dan berperilaku toleran terhadap sesama. Perbedaan bukan dijadikan alasan untuk mencela satu sama lain, justru melalui perbedaan itulah yang menjadi penguat tali persaudaraan. Media sosial sebagai salah satu platform komunikasi digital memberikan ruang untuk individu agar dapat berinteraksi dan terlibat dalam diskusi keagamaan, moderasi, serta memperluas pemahaman. Maka dari itu, dai dan pengguna media digital sangat perlu untuk berkolaborasi sebab keduanya menjadi kunci untuk tercapainya pesan moderasi beragama. Dai dapat memanfaatkan media digital untuk menyebarluaskan pesan moderasi, prinsip-prinsip moderasi, serta membangun

dialog antaragama. Sementara itu bagi para pengguna media digital lainnya harus dapat berperan aktif dalam menyebarkan konten-konten yang bermuatan moderasi beragama dan tentunya dengan ikut serta melibatkan diri di dalamnya.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan dai dalam menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan moderasi beragama, di antaranya; *pertama*, memilih platform digital yang tepat. Untuk mengkomunikasikan pesan moderasi beragama, dai harus memilih platform media digital yang tepat sebab penggunaan media menjadi poin penting dalam dakwah (Yahya, et.al., 2020: 5). Dai juga harus bisa mengoptimalkan penggunaan media tersebut (Fauzi, 2023: 266). Beberapa platform yang paling populer dan efektif dalam dakwah Islam adalah media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, TikTok* dan *Youtube*. Setiap platform tersebut tentunya memiliki kekuatan tersendiri. Media sosial seperti inilah yang menjadi kunci mudahnya proses interaksi dan pertukaran pesan. Sehingga dengan memanfaatkan platform digital yang tepat untuk menyampaikan pesan moderasi beragama agar berjalan efektif. Selain itu, dai harus memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media seperti fitur komentar dan siaran langsung. Dai dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan menjawab keraguan secara langsung. Hal inilah yang dapat memungkinkan para dai dapat menyebarkan pesan-pesan moderasi beragama dengan jelas dan mendalam di era saat ini.

Kedua, membuat konten yang relevan dan menarik. Dai harus memahami selera dan kondisi audiensnya serta menyajikan konten yang akrab atau yang sesuai dengan kondisi audiensnya (Lestari, 2024: 41). Konten yang relevan berarti harus sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens, seperti isu-isu moderasi beragama yang terkini. Selain itu, konten harus disajikan dalam format yang menarik, seperti video dengan visual yang atraktif, infografis, atau artikel blog yang ringkas dan mudah dipahami. Konten dapat dikemas seperti *podcast*, video inspiratif, atau gambar-gambar yang menarik. Selain itu, dai juga harus membuat konten yang informatif namun ringkas, sehingga audiens tetap fokus dan tidak bosan, sebab di era digital saat ini sangat membutuhkan konten yang menarik dan relevan (Surbakti, et.al., 2023: 302). Maka dari itu dalam penguatan moderasi beragama melalui komunikasi digital ini dai harus membuat konten tentang moderasi beragama yang dikemas secara relevan dan menarik. harus menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dicerna dan mudah dipahami atau menggunakan bahasa-bahasa sedang tren sehingga menarik perhatian audiens (Rosidi, et.al., 2023: 27), berikutnya juga dapat menggunakan komunikasi dua arah seperti menyampaikan pertanyaan dan jawaban, kuis, atau sesi tanya jawab langsung (Rumata, et.al., 2021: 175). Melalui Dengan demikian, konten moderasi beragama tidak hanya informatif saja tetapi juga menarik, sehingga audiens tetap terlibat dan termotivasi untuk mempelajari dan menerapkan nilai-nilai moderasi. Melalui hal itulah nantinya akan meningkatkan efektivitas dakwah dan memperkuat pemahaman audiens tentang

moderasi beragama.

Ketiga, interaktif melalui fitur media sosial. Media sosial memberikan berbagai fitur interaktif yang tentunya sangat bermanfaat bagi proses komunikasi dakwah, sebab media sosial ini dirancang untuk memberikan fasilitas komunikasi dua arah dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya (Lestari, 2024: 39), sehingga antara dai sebagai komunikator dapat berinteraksi dengan audiensnya sebagai komunikannya melalui fitur-fitur tersebut. Contohnya, dai dapat menggunakan kolom komentar, pesan pribadi, dan siaran langsung untuk berinteraksi langsung dengan audiens. Fitur-fitur ini meningkatkan keterlibatan audiens dan memberikan kesempatan bagi dai untuk menjawab berbagai pertanyaan secara langsung. Contohnya, menggunakan *Instagram Stories* untuk melakukan tanya jawab tentang isu-isu moderasi beragama terkini atau *Twitter Threads* untuk membahas topik-topik moderasi beragama secara detail.

Konten-konten yang diunggah di TikTok juga tidak kalah menariknya dengan di media lain. Tentunya konten harus dikemas dengan menarik dan tidak dengan tampilan yang monoton yang dapat menyebabkan kebosanan dan menggugurkan minat audiens. Tidak lupa juga merespon beberapa komentar audiens, seperti menjawab pertanyaan audiens di kolom komentar apabila menanyakan tentang isu-isu keagamaan termasuk isu moderasi beragama. Maka, interaksi seperti ini tidak hanya meningkatkan keterikatan, tetapi juga memungkinkan audiens untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban langsung mengenai isu-isu keagamaan termasuk isu tentang moderasi beragama.

Melalui interaktifitas semacam ini dapat membangun dan menciptakan koneksi yang lebih kuat dan mendalam antara dai dan audiensnya. Dai juga dapat memanfaatkan kuis untuk membuat konten lebih menarik dan mendidik. Dengan cara ini, pesan moderasi beragama disampaikan dengan cara yang lebih dinamis dan mudah dipahami. Selain itu, konten yang bersifat visual seperti video pendek atau infografis dapat membantu menjelaskan konsep-konsep kompleks dengan lebih sederhana. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, dai dapat menjangkau audiensnya dengan lebih luas dan memperkuat pemahaman tentang moderasi dalam beragama.

Keempat, meningkatkan aksesibilitas informasi dakwah. Dai harus memanfaatkannya untuk menyebarkan materi moderasi beragama yang mendalam dan informatif. Dalam era digital yang semakin canggih ini, para dai harus meningkatkan aksesibilitas dalam menyampaikan materi moderasi beragama untuk memastikan pesan mereka dapat dicapai oleh audiens luas. Melalui internet, informasi keagamaan dapat dan dakwah menjadi lebih mudah untuk dijangkau (Surbakti, et.al., 2023: 302). Salah satu strategi efektifnya adalah dengan menggunakan platform media sosial yang fleksibel dan mudah diakses seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Youtube*. Situs web dan blog bisa digunakan dai

untuk menulis artikel-artikel yang mendalam tentang berbagai aspek ajaran Islam termasuk tentang moderasi beragama.

Selain itu, *podcast* dan webinar juga efektif karena memungkinkan penonton mendengarkan ceramah dan diskusi keagamaan di mana saja dan kapan saja. Video *podcast* atau webinar diposting melalui akun media sosial yang tentunya dikemas secara menarik dengan informatif. Audiens dapat menyimak informasi mengenai moderasi beragama melalui video tersebut. Selain itu, dai juga dapat memanfaatkan fitur *live streaming Youtube* atau di *Instagram* agar audiens dapat menonton dan menyimak materi moderasi beragama dan dapat berinteraksi langsung melalui kolom komentar.

Penggunaan bahasa dalam menyampaikan dakwah juga penting untuk diperhatikan untuk memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipahami dan dimengerti oleh audiens dari semua lapisan masyarakat. Fitur-fitur interaktif di media sosial memungkinkan dai untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan mendapat *feedback* atau respon yang cepat. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan keterlibatan audiens tetapi juga memungkinkan dai untuk menyesuaikan strategi dakwah mereka secara dinamis berdasarkan respons dari audiensnya. Dengan demikian, meningkatkan aksesibilitas materi moderasi beragama melalui media digital dapat membantu memperluas jangkauan dakwah dan memastikan bahwa pesan moderasi beragama dapat diterima oleh orang-orang dari segala lapisan masyarakat, serta meningkatkan pemahaman dan praktik moderasi beragama secara lebih luas.

Kelima, menjaga otentitas dan kredibilitas pesan dakwah. Salah satu tantangan besar dalam era digital adalah menjaga otentisitas dan kredibilitas pesan dakwah. Banyaknya informasi yang berseliweran, dan jika tidak diperhatikan, maka kesalahpahaman dapat terjadi. Oleh karena itu, para dai harus memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan tentang moderasi beragama melalui media digital sesuai dengan ajaran Islam yang benar. Dai harus mengacu pada teks agama, tradisi, dan ijtihad tokoh agama yang terjamin kredibilitasnya untuk mendukung argumennya sehingga dapat membantu dai dalam membangun kepercayaan audiens dan meningkatkan dampak positif dari materi moderasi yang disampaikan.

Dai memiliki tanggung jawab untuk senantiasa menjaga kredibilitas materi moderasi beragama yang disampaikan kepada audiensnya. Kredibilitas ini merupakan pondasi utama agar pesan moderasi dapat diterima dan dihargai oleh audiens. Maka, dalam hal ini kredibilitas dai sangat mempengaruhi keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah (Tahir, et.al., 2023:66). Dai harus memastikan bahwa materi moderasi beragama didasarkan pada prinsip-prinsip dasar agama yang adil dan seimbang, sebab saat ini masyarakat lebih menyukai pesan dakwah berupa motivasi agama, menghargai sesama, dan tema lain yang relevan dengan

kondisi masyarakat (Rosmalina, 2022: 68). Hal ini berarti menjaga keseimbangan antara akal dan wahyu, jasmani dan rohani, hak dan kewajiban, serta antara kepentingan individual dan kemaslahatan bersama. Dengan demikian, dai dapat menyajikan materi moderasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan dan realita di masyarakat, sehingga materi tersebut lebih mudah diterima dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dengan menjaga kredibilitas materi moderasi, dai juga dapat memastikan bahwa pesan moderasi beragama yang mereka sampaikan tidak hanya diterima tetapi juga dihargai dan diimplementasikan secara luas, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih harmonis, toleran, dan damai.

Upaya Dai dalam Menghadapi Peluang dan Tantangan

Era digital ini telah membawa transformasi yang signifikan dalam cara komunikasi yang dilakukan, terutama dalam konteks berdakwah. Terdapat peluang besar untuk menyebarkan ajaran agama dengan lebih luas dan efektif, tetapi juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang terkait dengan teknologi modern terutama dalam penyampaian pesan dakwah untuk penguatan moderasi beragama. Beberapa peluang tersebut di antaranya; *pertama*, jangkauan yang luas. Teknologi digital telah memungkinkan penyiaran informasi secara menyeluruh tanpa ada batasan geografis. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan platform-video seperti *Youtube* dan *TikTok* memungkinkan para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dari sebelumnya sehingga target dakwah dapat menjangkau semua lapisan masyarakat serta dapat berulang (Suriani, 2018: 261). Di samping itu media-media tersebut dianggap sesuai dan baik untuk berdakwah karena tidak adanya batasan negara atau perpecahan (Fajrussalam, et.al., 2023: 2337).

Kedua, interaktivitas yang tinggi. Platform-media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Interaksi ini tidak hanya memungkinkan umat Islam untuk mendapatkan pengetahuan moderasi beragama, tetapi juga membangun komunitas yang solid dan aktif. Melalui interaktivitas ini dapat membangun dan menciptakan koneksi yang lebih kuat dan mendalam. Dalam komunikasi dakwah digital, dai harus mendorong terjadinya dialog yang baik dan konstruktif. Dengan begitu, audiens dapat terlibat secara aktif, mengajukan pertanyaan, serta memberikan masukan. Komunikasi dakwah digital ini bersifat dua arah, sehingga penting bagi dai untuk memantau respons dan umpan balik dari audiens.

Ketiga, Alat-alat analisis data yang tersedia saat ini memungkinkan para dai untuk mengukur efektivitas dakwah yang dilakukan. Efektivitas ini berarti ukuran keberhasilan dalam mencapai target atau sesuatu hal (Rianto, 1996: 742). Dengan menggunakan alat seperti *Google Analytics*, mereka dapat melihat statistik

kunjungan situs web, tayangan video, dan tingkat keterlibatan kontennya. Informasi ini berguna untuk menyesuaikan strategi komunikasi dan meningkatkan kualitas konten.

Sementara itu, tantangan yang dihadapi dai dalam penguatan moderasi beragama melalui komunikasi digital ini meliputi; *pertama*, adanya kepadatan informasi. Salah satu tantangan utama dalam komunikasi digital adalah banjir informasi yang sulit diprediksi. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk menghasilkan konten yang unik dan informatif agar tidak terlupakan di tengah kepadatan informasi yang ada. *Kedua*, menjaga akhlak dan etika. Para dai harus berhati-hati dalam mengekspresikan diri secara virtual sebab dai menjadi uswah atau contoh bagi para audiens atau mad'unya. Para dai harus mematuhi rambu-rambu etika yang ada di dalam Al-Quran dan yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW (Munir, 2006: 329). Pesan-pesan yang disampaikan harus menekankan pentingnya hidup damai dalam keberagaman dan menolak segala bentuk ekstremisme dan radikalisme. Dai sebaiknya menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang positif dan memberikan solusi atas berbagai persoalan.

Ketiga, keaslian informasi. Adanya informasi palsu yang mudah disebarkan di internet merupakan ancaman serius bagi kepercayaan publik. Untuk menghindari penyelewengan informasi, penting bagi para dai untuk memastikan kebenaran dan kesahihan sumber-sumber informasi sebelum menyebarkannya. Dai harus mampu menggunakan teknologi untuk mengatasi adanya kesalahan dalam pemahaman agama dengan menyajikan penjelasan yang akurat dan jelas serta berdasar pada sumber yang terpercaya (Suratmadji, 2010: 23). *Keempat*, Perkembangan teknologi digital terus berlanjut dengan kecepatan yang luar biasa. Oleh karena itu, para dai harus terus belajar dan beradaptasi dengan alat-alat baru serta platform-platform digital yang muncul. Adaptasi dalam hal ini juga termasuk dalam salah satu kompetensi dasar dai yaitu harus mampu mengenal kondisi lingkungan agar pesan dakwah dapat tersampaikan sesuai dengan kemaslahatan umat (Nawawi, 2009: 289).

Berbagai peluang komunikasi digital dalam dakwah yang telah dijelaskan di atas, tentu harus dapat diambil dan dimanfaatkan oleh para dai guna memaksimalkan upaya penguatan moderasi beragama. Selain itu, tantangan yang ada juga harus mampu dihadapi oleh para dai. Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan dai untuk mengambil peluang komunikasi dakwah digital dalam penguatan moderasi beragama; *pertama*, membangun *personal branding*. Di era digital, hal ini dapat dilakukan dengan membuat profil yang profesional di media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* dan media sosial lainnya. Profil harus mencerminkan visi dan misi dakwah yang dilakukan, serta menampilkan karya-karya yang relevan dengan tema dakwah.

Kedua, memanfaatkan media sosial. Media sosial telah menjadi platform utama bagi para dai untuk menjangkau generasi milenial. Platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *facebook* dan *Youtube* sangat populer hampir di seluruh kalangan. Dai harus memahami karakteristik pendengarnya, seperti preferensi konten dan gaya komunikasi yang paling efektif. Dai harus membuat konten moderasi beragama yang menarik, seperti video pendek yang inspiratif, postingan blog yang informatif, dan postingan media sosial yang interaktif. Media sosial seperti inilah yang menjadi kunci mudahnya proses interaksi dan pertukaran pesan. Interaksi dengan audiens juga sangat penting; jawaban pertanyaan dan respon komentar dapat membangun hubungan yang lebih personal dengan pendengar.

Ketiga, meningkatkan kualitas konten. Produksi konten yang bermanfaat dan menunjukkan nilai-nilai keislaman sangat esensial. Konten harus relevan dengan kebutuhan dan minat audiens. Generasi muda tidak hanya menjadi penikmat konten tetapi juga aktor yang berkontribusi dalam menyebarkan pesan-pesan Islami melalui media sosial. Perlu juga adanya kreativitas dalam membuat konten untuk menarik perhatian audien (Surbakti, et.al., 2023: 302). *Podcast*, video tutorial, dan infografis dapat menjadi alternatif yang menarik untuk menyampaikan informasi agama dalam bentuk yang lebih interaktif dan mudah dipahami.

Keempat, mengukur efektivitas dakwah. Mengukur efektivitas dakwah di era digital adalah langkah penting untuk mengetahui sejauh mana pesan dakwah telah disampaikan dan diterima oleh pendengar sasaran. Cara yang dapat dilakukan antara lain memonitor interaksi di media sosial, mengukur interaksi pendengar, menganalisis lalu lintas data web atau blog, memperhatikan *feedback* dan testimoninya dari pendengar, serta melakukan survei atau polling secara *online*. Dengan demikian, dai dapat menyesuaikan strategi komunikasi mereka untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas dakwah. Efektivitas ini berarti ukuran keberhasilan dalam mencapai target atau sesuatu hal (Rianto, 1996: 742). Sehingga dalam hal ini berarti terkait keberhasilan dakwah tersebut.

Selanjutnya, tantangan yang ada dapat dihadapi dengan melakukan beberapa upaya, diantaranya; *pertama*, memahami audien. Para dai harus memahami audiens mereka dengan baik. Di era digital, audiens tidak lagi terbatas pada wilayah lokal saja, tetapi telah menjadi global. Dai harus tahu bagaimana cara menyampaikan pesan agama dalam bahasa yang relevan dan menarik bagi audiensnya. Pemahaman mengenai karakteristik audiens dapat membantu dai untuk mengembangkan strateginya dalam menyampaikan pesan moderasi beragama secara efektif dan relevan (Lestari, 2024: 40).

Kedua, optimalisasi media digital. Dalam menghadapi tantangan komunikasi digital, optimasi media digital menjadi sangat penting. Para dai harus menggunakan berbagai platform media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*, dan media sosial lainnya untuk menyebarkan pesan moderasi beragama.

Para dai harus membuat konten yang menarik dan relevan, seperti video pendek, *podcast*, dan infografis, untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dai perlu mengoptimalkan penggunaan media digital terutama pada media sosial tersebut sebab akan menjadi kunci mudahnya proses interaksi dan pertukaran pesan dengan audiens.

Ketiga, mengantisipasi banjir informasi dan fokus pada substansi pesan dakwah. Banjir informasi di internet merupakan salah satu tantangan besar dalam berdakwah digital. Para dai harus memiliki kemampuan untuk menyaring informasi yang relevan dan akurat dari sekumpulan informasi yang berlimpah serta harus memiliki kemampuan dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi (Fauzi, 2023: 266). Dai harus memproduksi konten dakwah yang unik dan informatif agar tidak terlupakan di tengah kepadatan informasi. Orientasi dakwah yang dimainkan oleh para dai harus tetap fokus pada transmisinya ajaran agama yang benar-benar sesuai dengan syariat Islam. *Keempat*, berdiskusi dan bertemu dengan masyarakat. Interaksi langsung dapat membantu audiens untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang kebutuhan dan harapan yang diinginkan sehingga para dai dapat menyesuaikan strategi komunikasi mereka untuk lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka moderasi beragama tidak dapat berjalan sendiri, namun harus berjalan beriringan dengan semua lapisan masyarakat agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Berada di era digital saat ini para dai harus dapat memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan tidak terkecuali pesan-pesan moderasi beragama. Adanya peluang dakwah di era digital ini melahirkan banyak manfaat seperti tidak adanya batas ruang dan waktu serta dapat diakses dengan cepat. Sementara itu masyarakat juga harus turut andil dalam upaya penguatan moderasi beragama dengan turut menyebarluaskan informasi atau konten-konten moderasi.

PENUTUP

Era digital dan perkembangan teknologi komunikasi melahirkan banyak perubahan dan manfaat dalam kehidupan. Masyarakat banyak yang beralih kepada media digital untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Hal ini tentu juga harus menjadi perhatian penting bagi dai agar dapat menyampaikan dan memberikan penguatan moderasi beragama kepada masyarakat melalui komunikasi digital, mengingat kasus atau konflik agama masih sering terjadi hingga saat ini. Penguatan moderasi beragama dapat lebih efektif dan efisien jika dilakukan melalui komunikasi digital (penyampaian informasi moderasi beragama melalui platform atau media digital). Tentunya dai harus memiliki cara yang tepat dalam menggunakan teknologi digital untuk penguatan moderasi beragama. Dai harus memilih platform digital yang tepat, seperti media sosial, untuk menjangkau

audiens lebih luas. Pembuatan konten yang menarik dan relevan, penggunaan fitur-fitur interaktif, serta peningkatan aksesibilitas informasi adalah beberapa cara yang dapat dilakukan untuk memperkuat penyampaian pesan moderasi agama. Tantangan yang dihadapi para dai dalam konteks ini adalah banjir informasi yang dapat mengurangi kredibilitas pesan yang disampaikan jika tidak dikelola dengan baik. Peluang yang diperoleh dalam penggunaan media digital untuk dakwah meliputi jangkauan luas, interaktivitas yang tinggi, dan fleksibilitas format konten. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube* memungkinkan dai untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas tanpa ada batasan geografis. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara dai dan audiens melalui komentar, pesan pribadi, dan siaran langsung. Namun, ada beberapa tantangan yang muncul meliputi kebanjiran informasi yang membuat audiens kesulitan membedakan antara informasi yang relevan dan tidak. Selain itu, penyebaran informasi palsu (hoaks) dapat mengganggu kepercayaan publik, sehingga dai harus memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan akurat dan kredibel. Para dai harus terus belajar dan beradaptasi dengan teknologi baru agar dakwah mereka tetap relevan. Strategi adaptasi ini meliputi pemilihan platform yang tepat, pembuatan konten yang menarik dan interaktif, serta menjaga kredibilitas pesan dakwah. Dengan begitu, pesan moderasi agama dapat disampaikan secara efektif dan diterima oleh audiens yang lebih luas. Maka dengan demikian teknologi komunikasi digital memberikan peluang besar bagi dai untuk memperkuat moderasi beragama di tengah masyarakat. Namun, dibutuhkan kemampuan untuk menghadapi tantangan yang muncul, terutama terkait dengan banjir informasi dan menjaga kredibilitas pesan. Melalui strategi yang tepat, dakwah digital dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan pesan moderasi agama dan memperkuat kerukunan di masyarakat.

Terdapat dua saran yang dihasilkan dalam kajian ini, yakni *pertama*, sebagai rujukan bagi para dai atau pihak yang membuat konten dalam menyampaikan pesan-pesan moderasi beragama melalui platform digital agar dapat lebih komprehensif, inklusif, informatif, dan kreatif. *Kedua*, sebagai rujukan bagi para peneliti, pegiat media digital, serta sebagai pengetahuan bagi masyarakat luas agar senantiasa menanamkan pemahaman moderasi dalam beragama. Implikasi dari penelitian ini yakni pengetahuan baru bagi dai dalam berdakwah di era digital serta peningkatan kemampuan dai dalam menggunakan media digital untuk memberikan penguatan moderasi beragama kepada masyarakat. Penelitian ini dapat memberikan rujukan kepada para dai untuk berdakwah menyesuaikan dengan perkembangan zaman serta mendorong para dai untuk dapat berinovasi dalam berdakwah untuk penguatan pemahaman moderasi beragama masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D. (2023). Dakwah Virtual: Internet sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 23(2): 175–88. DOI: <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.29299>
- Anwar, A. S., et. al. (2022). Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Abad 21 Melalui Media Sosial, *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8): 3044–52 DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.795>.
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.* <<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>>
- Asari, A., et.al. (2023). *Komunikasi Digital*, Klaten: Lakeisha.
- Bbc.com. (2024). *Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan di Indonesia Tahun 2023: Pendirian Rumah Ibadah Masih Sulit,* <<https://www.bbc.com/indonesia/articles/cl79d v4x8lyo.amp>>
- Deslima, Y. D. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1): 21-41. DOI: <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151>.
- Fadli, A. (2023). Transformasi Digital dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan di Indonesia, *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram*, 12(1): 1–14. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773>.
- Fajrussalam, H., et.al. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2): 2337–2447. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/318>.
- Fathurrahman, et.al. (2021). Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama di Kalangan Pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah* 41(2):172–83. DOI: <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>.
- Fauzi. (2023). Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(2): 254–270. DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i2.24171>.
- Halim. (2024). *Paus Fransiskus Harus Desak Indonesia Hormati Martabat Manusia Dan Keadilan Sosial dalam Pembangunan,* <<https://kalanganjambi.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-3828527413/paus-fransiskus-harus-desak-indonesia-hormati-martabat-manusia-dan-keadilan-sosial-dalam-pembangunan?page=all>>
- Hamdi, S., et. al. (2020). Penyuluhan Moderasi Beragama Pada Kalangan Pemuda Nahdlatul Wathan di Desa Darul Hijrah Anjani Lombok Timur, *Prosiding Pepadu: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*: 341-347.

- <http://jurnal.lppm.unram.ac.id/index.php/prosidingpepadu/article/view/216/153>.
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri, *Jurnal Bimas Islam*, 13(1): 1–22. DOI: <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i1.182>.
- Hufron. (2024). Penerapan Konsep Komunikasi dalam Moderasi Beragama Untuk Meningkatkan Kerukunan Antar Umat Beragama di Desa Kayukebek Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan, *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2): 308–317. DOI: <https://doi.org/10.51339/ittishol.v5i2.2208>.
- Irawan, D. (2024). Transformasi Dakwah Live Streaming pada Masyarakat Urban di Kota Bandung, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24(1):: 79–100. DOI: <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.35549>.
- Ismiati, et. al. (2024). Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram@ ayah_amanah, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24(1): 21–42. DOI <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>.
- Kusumawijayanti, A. R. (2022). Pola Komunikasi Antar Umat Beragama (Studi Pada Masyarakat Muslim dan Non Muslim di Desa Balerejo Wlingi Blitar, *Sinda: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies* 2 (3): 18–27. DOI: <https://doi.org/10.28926/sinda.v2i3.630>.
- Lestari, N. (2024). Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial, *Qawwam: The Leader's Writing*, 5(1): 35–42. DOI: <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>.
- Munir, M. (2006). *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, Edisi Revisi, Cet.” Ke-2.
- Nawawi, N. (2009). Kompetensi Juru Dakwah, *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(2): 287–297. DOI: <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2>.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rianto, S. A. (1996). *Kamus Bahasa Indonesia Terbaru*, Surabaya: Surabaya Indah.
- Rizqy, M., et. al. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0, *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1): 22–42. DOI: <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>.
- Rohman, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Sosialisasi Moderasi Beragama, *Scholastica: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 3(2): 332–349.. <https://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/scholastica/article/view/1858>.
- Rosidi, et.al. (2023). Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu*

- Dakwah*, 23(1): 21–36. DOI: <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698>.
- Rosmalina, A. (2022). Sosial Digital Literacy Da'wah On The Behavior Of The Millennial Generation In Social Media, *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(1): 64–77. <https://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/10443/4554>.
- Rumata, F., et. al. (2021). Dakwah digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2): 172–183. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>.
- Rustandi, R., & Hendrawan, A. (2022). Konstruksi Simbolik Mubaligh Pop pada Film Sang Pencerah, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 22(1): 22–44. DOI : <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18474>.
- Sanmas, M. (2020). Analisis Harmonisasi Komunikasi Antara Nelayan Jaring Bobo dalam Usaha Penangkapan Ikan di Kabupaten Seram Bagian Barat (SBB), *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2): 186–200. DOI: <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.690>.
- Suratmadji, T. (2010). *Dakwah di Dunia Cyber*. Jakarta: Madani Institute.
- Surbakti, M. F. A., et. al. (2023). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital, *Al-Dyas: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2): 298–306. DOI: <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153>.
- Suriani, J. (2018). Komunikasi dakwah di Era Cyber, *An-Nida': Jurnal Pemikiran Islam*, 42(1): 30–51. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/an-nida.v41i2.4657>.
- Tahir, A., et. al. (2023). Dai Sebagai Komunikator: Peranan dan Kredibilitas dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Komunitas Muallaf di Kawasan Pegunungan Karomba, Kabupaten Pinrang, *Jurnal Pekommas*, 6(1): 65–73. DOI: <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060107>.
- Umam, F., & Koestanto, R. R. D. (2024). Konsep Dan Implementasi Moderasi Beragama dalam Ruang Digital, *Afkaruna: International Journal of Islamic Studies (AIJIS)*, 1(2): 240–251. DOI: <https://doi.org/10.38073/aijis.v1i2.1555>.
- Yahya, Y. K., et. al. (2020). Da'wah di Youtube: Upaya Representasi Nilai Islam oleh Para Content-Creator, *Anida: Aktualiasasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 20(1):1–22. DOI: <https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8888>.

