

## Studi Sosiologis Dakwah Digital dan Kesalehan Sosial Muslim di Semarang

<sup>1</sup>Wachid Erwanto, <sup>2</sup>Asmaji Mochtar, <sup>3</sup>Syahril Siddik

<sup>1,2</sup>Universitas Sultan Agung Semarang, Indonesia, <sup>3</sup>UIN Sayyid Ali Rahmatullah, Indonesia  
Email: [wachidervantoo@gmail.com](mailto:wachidervantoo@gmail.com)

### Abstract

*Digital da'wah that has grown through social media and various technological platforms has become an effective means of disseminating Islamic values and fostering social awareness among Muslims in Semarang, Central Java. Using a qualitative approach, this study explores the experiences of preachers, social media managers, and da'wah followers to understand how technology-based religious outreach influences their religious practices. The findings reveal that all respondents perceived tangible benefits from digital da'wah. They reported gaining a deeper understanding of Islamic teachings and feeling more motivated to participate in social activities. Approximately 40% of communities adopted short video content as their primary strategy for delivering religious messages, while Instagram emerged as the most frequently used platform, accounting for 38%. Additionally, 60% of the audience expressed greater enthusiasm for engaging in religious social activities promoted through digital channels. Despite these positive outcomes, several challenges persist. A small portion of respondents (20%) noted algorithm-related constraints that limited the reach of their da'wah content. Overall, the study indicates that digital da'wah holds significant potential to strengthen social piety within the community. However, broader impact requires enhanced creativity and adaptability in responding to the rapid development of digital technologies.*

**Keywords:** Digital Da'wah, Social Media, Social Piety, Sociological Study

### ABSTRAK

Dakwah digital yang berkembang melalui media sosial dan berbagai platform teknologi kini menjadi salah satu cara yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan menumbuhkan kepedulian sosial di kalangan Muslim Semarang, Jawa Tengah. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali pengalaman para dai, pengelola media sosial, dan para pengikut dakwah untuk memahami bagaimana aktivitas dakwah berbasis teknologi memengaruhi kehidupan keberagamaan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden merasakan manfaat nyata dari dakwah digital. Mereka mengaku semakin memahami ajaran Islam dan lebih terdorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Sebanyak 40% komunitas memanfaatkan konten video pendek sebagai strategi utama dalam menyampaikan pesan keagamaan, sementara Instagram menjadi platform yang paling sering digunakan dengan persentase mencapai 38%. Selain itu, 60% audiens merasa lebih semangat untuk mengikuti kegiatan sosial keagamaan yang disebarkan melalui kanal digital. Meski demikian, beberapa tantangan tetap muncul. Sebagian kecil responden (20%) menyoroti kendala algoritma media sosial yang dianggap menghambat jangkauan dakwah mereka. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki potensi kuat dalam memperkuat kesalehan sosial masyarakat. Namun, agar dampaknya lebih luas, diperlukan kreativitas dan kemampuan adaptasi yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Kesalehan Sosial, Media Sosial, Studi Sosiologis

## A. Pendahuluan

Dalam satu dekade terakhir, teknologi informasi dan komunikasi mengubah lanskap dakwah Islam dari metode konvensional menuju dakwah digital melalui media sosial, blog, dan aplikasi pesan.<sup>1</sup> Di Semarang, organisasi keagamaan seperti NU dan Muhammadiyah telah aktif memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan pesan Islam moderat.<sup>2</sup> Dinamika ini menjadi semakin relevan ketika melihat karakter generasi muda saat ini. Mereka lebih sering berinteraksi di ruang digital, sehingga dakwah kreatif melalui video pendek, desain visual, dan *storytelling* menjadi lebih efektif dalam menyampaikan pesan moral dan spiritual.<sup>3</sup> Inovasi tersebut tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu membentuk pengalaman religius yang lebih personal dan interaktif. Pendekatan multimedia yang digunakan dalam dakwah digital juga membuka ruang bagi kolaborasi antara pendakwah, guru, *influencer*, dan komunitas untuk memperluas jangkauan dakwah yang berorientasi pada penguatan kesalehan sosial.<sup>4</sup>

Namun, perkembangan ini tidak bebas dari tantangan. Penyebaran informasi agama yang tidak terverifikasi berpotensi menciptakan kesalahpahaman, radikalisme digital, dan polarisasi jika tidak dikelola secara hati-hati.<sup>5</sup> Hal ini menuntut pendakwah tidak hanya menguasai materi keislaman, tetapi juga melek literasi digital agar mampu menyampaikan pesan secara akurat dan etis. Tantangan etika dakwah digital juga menjadi perhatian penting, karena belum banyak kajian yang membahas bagaimana sensitivitas moral dan tanggung jawab sosial harus diterapkan dalam penyebaran pesan agama di ruang digital.<sup>6</sup> Dalam konteks Semarang, dakwah digital menjadi sarana yang berpotensi kuat untuk memperkuat kesalehan sosial, yang dalam penelitian sebelumnya dikaitkan dengan pembinaan karakter, kualitas kehidupan sosial, dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.<sup>7</sup>

Meski demikian, masih terdapat celah penelitian terutama terkait bagaimana dakwah digital memengaruhi tindakan sosial masyarakat misalnya perilaku saling membantu,

---

<sup>1</sup> Rico Setyo Nugroho Rico Setyo Nugroho, "Edukasi Etika Digital Islami Menjadi Bijak Muslim Di Era Media Sosial Di SMP Muhammadiyah 3 Kota Semarang," *JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (BHAQTI JIVANA)* 2, no. 2 (2025): 40–51.

<sup>2</sup> Reni Megawati and Muhammad Lukman Ihsanuddin, "Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era)," *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 2, no. 2 (2021): 55–74.

<sup>3</sup> Wahyudi Akmaliah, "The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities," *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10, no. 1 (2020).

<sup>4</sup> Amalia Muazzah Adawiah et al., "Diskon Angka Kembar: Trik Atau Ilusi Bisnis? Kajian Sosiologi Ekonomi Islam Terhadap Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA* 3, no. 2 (2024): 68–78.

<sup>5</sup> A. Zaenurrosyid et al., "The Islamic Philanthropy Model Based on Maslahah Principles for Developing Islamic Campus in Java," *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan* 24, no. 2 (2024): 279–304.

<sup>6</sup> Nur Kholifah and Alfiah Nur Hikmah, "The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque," *Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2024): 73–84.

<sup>7</sup> Maninggar Kayuningtyas dan Ismayani, "Health Promoting School Program to Prevent Hypertension of Adolescents in Indonesia and Western," *Jurnal Promkes: The Indonesian Journal of Health Promotion and Health Education* 8, no. 2 (2020): 228–37.

partisipasi masjid, dan kepedulian terhadap lingkungan sosial. Banyak penelitian terdahulu membahas media dakwah,<sup>8</sup> namun belum menyoroti secara spesifik bagaimana perubahan perilaku religius dan sosial terjadi sebagai dampak langsung dari konsumsi konten dakwah digital. Respons masyarakat terhadap dakwah digital juga belum banyak diteliti, terutama dalam hal keterlibatan audiens dan bagaimana mereka menafsirkan pesan serta mengintegrasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari.<sup>9</sup> Selain itu, kesenjangan penguasaan teknologi antara pendakwah dan audiens menimbulkan tantangan tersendiri, sebagaimana ditunjukkan oleh studi tentang komunitas digital yang menekankan pentingnya kemampuan adaptasi pendakwah terhadap perkembangan teknologi.<sup>10</sup>

Perubahan ini selaras dengan pola perilaku generasi muda yang kini lebih banyak berinteraksi melalui *Instagram* dan *YouTube*, sehingga konten dakwah kreatif menjadi lebih mudah diterima.<sup>11</sup> Dakwah digital juga membuka ruang untuk memperkuat kesalehan sosial melalui media yang lebih menarik seperti video, animasi, dan interaksi langsung.<sup>12</sup> Namun, risiko penyebaran informasi keagamaan yang tidak valid tetap menjadi tantangan utama,<sup>13</sup> sehingga kompetensi digital dan pemahaman agama yang kuat diperlukan. Integrasi dakwah digital dengan pendidikan karakter di sekolah, seperti di SMP Muhammadiyah 3 Semarang, menjadi langkah penting untuk membentuk generasi yang bijak bermedia.<sup>14</sup> Dakwah digital juga merambah isu sosial, ekonomi, dan budaya sehingga semakin relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.<sup>15</sup> Untuk itu, diperlukan kolaborasi antara lembaga pendidikan, organisasi Islam, dan pemerintah agar dakwah digital berkembang secara sehat dan kredibel. Penelitian ini merumuskan tiga fokus utama. Pertama, pengaruh dakwah digital terhadap perilaku kesalehan sosial generasi muda Muslim di Semarang. Kedua, strategi dakwah digital apa yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan dan partisipasi sosial masyarakat. Ketiga, pengaruh dan implikasi dakwah digital terhadap kesalehan sosial.

---

<sup>8</sup> Aris Risdiana et al., "Transformasi Dakwah Berbasis 'Kitab Kuning' Ke Platform Digital," *Jurnal Lektur Keagamaan* 18, no. 1 (2020): 1–28.

<sup>9</sup> Mubarak Hafizhah, Najmatulhasna Sofyan Hafilia, Muzniyyah Ismail, "Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam," *AL-TARBIYAH: JURNAL ILMU PENDIDIKAN ISLAM Uchedume.ru: Sekolah Tinggi Agama Islam Yayasan Pendidikan Islam Kaimuddin Baubau* 2, no. 1 (2023): 79–88.

<sup>10</sup> Meilisa Ani Nurhayati et al., "Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya," *AL AUFA: JURNAL PENDIDIKAN DAN KAJIAN KEISLAMAN* 5, no. 1 (2023): 1–27.

<sup>11</sup> Akmaliah, "The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities."

<sup>12</sup> Adawiah et al., "Diskon Angka Kembar: Trik Atau Ilusi Bisnis? Kajian Sosiologi Ekonomi Islam Terhadap Perlindungan Konsumen."

<sup>13</sup> Siti Mutmainah et al., "Pembinaan Prestasi Atlet Taekwondo Kabupaten Semarang," *Sriwijaya Journal Of Sport* 2, no. 3 (2023): 135–53.

<sup>14</sup> Nugroho, "Edukasi Etika Digital Islami Menjadi Bijak Muslim Di Era Media Sosial Di SMP Muhammadiyah 3 Kota Semarang."

<sup>15</sup> Megawati and Ihsanuddin, "Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era)."

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa teknologi dapat memperkuat partisipasi umat, misalnya melalui aplikasi masjid, sementara media digital terbukti meningkatkan kesadaran sosial keagamaan.<sup>16</sup> Pendidikan karakter berbasis dakwah juga terbukti berperan dalam pembentukan kesalehan sosial siswa.<sup>17</sup> Media *online* menciptakan komunikasi dakwah yang lebih dinamis,<sup>18</sup> dan adaptasi dakwah virtual selama pandemi menjadi bukti fleksibilitas metode digital.<sup>19</sup> Prinsip maslahat perlu dijaga agar dakwah digital tetap tepat arah.<sup>20</sup> Meski demikian, masih terdapat berbagai kesenjangan penelitian: kurangnya studi mengenai dampak dakwah digital terhadap kesalehan sosial masyarakat Semarang, minimnya fokus pada etika komunikasi digital,<sup>21</sup> serta belum jelasnya pengaruh transformasi metode digital terhadap perilaku sosial.<sup>22</sup> Respons audiens dan kualitas interaksi di ruang digital juga masih jarang dikaji.<sup>23</sup>

Selain itu, kemampuan teknologi pendakwah dan konteks sosial lokal seperti budaya dan pendidikan sering diabaikan.<sup>24</sup> Inovasi baru seperti aplikasi interaktif dan platform berbasis gim masih minim dieksplorasi.<sup>25</sup> Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: Mengeksplorasi dampak dakwah digital terhadap perilaku kesalehan sosial, terutama generasi muda; Menganalisis strategi dakwah digital yang efektif untuk meningkatkan partisipasi sosial dan religius. Penelitian diharapkan memberi kontribusi dalam membangun model dakwah digital yang kredibel, inovatif, dan sesuai dengan karakter masyarakat urban seperti Semarang.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang, Jawa Tengah, yang dikenal sebagai salah satu pusat kebudayaan dan keagamaan di Indonesia. Kota ini memiliki populasi Muslim yang cukup besar dan menjadi tempat bagi banyak organisasi Islam yang aktif menggunakan

<sup>16</sup> Zaenurrosyid et al., "The Islamic Philanthropy Model Based on Maslahah Principles for Developing Islamic Campus in Java."

<sup>17</sup> Ulfa Binti Arafah, "Manajemen Pendidikan Karakter Dalam Membentuk Kesalehan Sosial Santri Di Madrasah Diniyah Al-Ikhsan Magetan," preprint, IAIN Ponorogo, 2023.

<sup>18</sup> HADITAMA I. NUR et al., "Membangun Komunikasi Islam Lewat Dakwah Di Platform Media Digital," *RAYAH AL-ISLAM Ученые: STIBA Arrayah Sukabumi* 8, no. 3 (2025): 1623–35.

<sup>19</sup> Megawati and Ihsanuddin, "Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era)."

<sup>20</sup> Ach Tofan Alvino, "Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 73–84.

<sup>21</sup> Kholifah and Hikmah, "The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque."

<sup>22</sup> Risdiana et al., "Transformasi Dakwah Berbasis' Kitab Kuning'Ke Platform Digital."

<sup>23</sup> Hafizhah, Najmatulhasna Sofyan Hafilia, Muzniyyah Ismail, "Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam."

<sup>24</sup> Khamim Khamim, "The Urgency Of Improving Social Piety In The Perspective Of Tarbawi Hadith (Hermeneutic Analysis About Community Life)," *DIDAKTIKA Religia: Journal of Islamic Education* 6, no. 1 (2018): 89–106.

<sup>25</sup> Wahyu Ilham Perdana and Ferry Adhi Dharma, "Abi Azkaria's Da'wah Through Mobile Legends in Structuration Perspective: Da'wah Abi Azkaria Melalui Mobile Legends Dalam Perspektif Strukturasi," *House of Wisdom: Journal on Library and Information Sciences* 2, no. 4 (2025): 10–21070.

teknologi digital dalam kegiatan dakwah. Pemilihan Semarang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pengamatan bahwa kota ini cukup maju dalam mengembangkan dakwah berbasis teknologi. Selain itu, kondisi sosial dan keberagaman masyarakatnya memberikan peluang besar untuk memahami bagaimana dakwah digital berinteraksi dengan kehidupan beragama dan praktik kesalehan sosial masyarakatnya.

Subjek penelitian mencakup berbagai elemen masyarakat Muslim di Semarang yang terlibat langsung dalam kegiatan dakwah digital. Mereka terdiri dari para penceramah atau dai yang menggunakan platform digital untuk menyampaikan pesan keagamaan, pengelola media sosial yang mengatur dan menyebarkan konten dakwah, serta masyarakat Muslim yang menjadi audiens aktif dan mengikuti dakwah di dunia maya. Melalui beragam subjek ini, penelitian berupaya menggali pandangan dan pengalaman yang lebih luas tentang pengaruh dakwah digital terhadap pembentukan kesalehan sosial.

Informan penelitian diambil dari tiga kelompok utama, yaitu penceramah, pengelola media sosial, dan masyarakat Muslim pengguna media digital. Pemilihan informan dilakukan secara *purposif*, artinya dipilih secara sengaja berdasarkan relevansi dan keterlibatan mereka dalam aktivitas dakwah digital.<sup>26</sup> Pendekatan ini memungkinkan peneliti mendapatkan informasi lebih dalam dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Populasi penelitian meliputi seluruh masyarakat Muslim di Semarang yang terlibat dalam aktivitas dakwah, baik sebagai pelaku maupun sebagai pengikut dakwah digital. Populasi ini terdiri dari berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial ekonomi, sehingga memberikan gambaran yang beragam tentang cara masyarakat memaknai dakwah digital dan kesalehan sosial di era teknologi.<sup>27</sup>

Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti pengalaman dalam kegiatan dakwah digital, keterlibatan dalam pembuatan atau penyebaran konten keagamaan *online*, serta kebiasaan mengikuti konten dakwah di media sosial.<sup>28</sup> Jumlah sampel yang diharapkan berkisar antara tiga puluh hingga lima puluh orang, yang terdiri dari para dai, pengelola media sosial dakwah, dan anggota komunitas Muslim di Semarang. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa

---

<sup>26</sup> Alvien S. Haerisma et al., "Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Alam Saung Balong Al-Barokah," *Dimasejati Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 232, <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9325>; Muhammad F. A. Surbakti et al., "Membangun Koneksi Dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah Yang Efektif Dalam Era Digital," *Al-Dyas* 2, no. 2 (2023): 298–306, <https://doi.org/10.58578/alldyas.v2i2.1153>.

<sup>27</sup> Dedy Susanto, "STRATEGI DAKWAH MASYARAKAT PERKOTAAN: Studi Pada MTA Di Kota Semarang," *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 159, <https://doi.org/10.21580/jid.v35i2.1605>; Nafis A. Amrullah et al., "Sosialisasi Literasi Seksual Usia Dini Melalui Multimedia Edukatif Untuk Guru-Guru PAUD Kota Semarang," *Abadi* 2, no. 2 (2023): 57–65, <https://doi.org/10.58906/abadi.v2i2.104>.

<sup>28</sup> Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (CV Budi Utama, 2018).

metode. Wawancara mendalam dilakukan dengan penceramah, pengelola media sosial, dan audiens untuk mengetahui pandangan mereka terhadap dakwah digital.

Selain itu, dilakukan juga diskusi kelompok atau *focus group discussion* (FGD) untuk menggali pengalaman dan persepsi peserta secara lebih luas. Observasi langsung digunakan untuk melihat bagaimana aktivitas dakwah berlangsung di media sosial, termasuk interaksi antara dai dan pengikutnya.<sup>29</sup> Peneliti juga menganalisis dokumentasi konten dakwah digital untuk memahami tema, strategi penyampaian, dan pola komunikasi yang digunakan dalam pesan-pesan keagamaan tersebut.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis tematik. Proses ini dimulai dengan menyalin hasil wawancara dan diskusi kelompok, kemudian melakukan pengodean data untuk menemukan tema-tema penting yang sering muncul. Tema-tema tersebut kemudian dikaji secara mendalam untuk melihat keterkaitannya dengan fokus penelitian.<sup>30</sup> Hasil analisis akan disusun dalam bentuk narasi yang menggambarkan secara menyeluruh bagaimana dakwah digital berperan dalam membentuk dan memperkuat kesalehan sosial di kalangan masyarakat Muslim Semarang. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika dakwah digital di masyarakat urban, serta bagaimana teknologi dapat menjadi sarana efektif dalam membangun nilai-nilai religius dan sosial di era modern.<sup>31</sup>

### C. Hasil dan Pembahasan

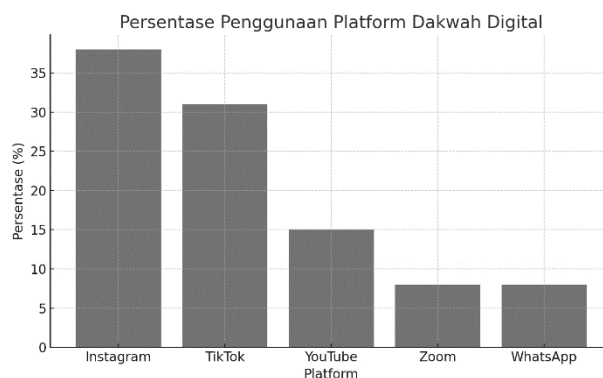
#### Dakwah Digital terhadap Perilaku Kesalehan Sosial Generasi Muda Muslim

Gambar 1 memberikan gambaran penting mengenai arah, preferensi, dan pola konsumsi dakwah digital di kalangan masyarakat Muslim Semarang. Temuan ini berkontribusi langsung pada pemahaman hubungan antara media dakwah digital dan pembentukan kesalehan sosial, sebagaimana fokus penelitian ini. Melihat keseluruhan temuan, dapat disimpulkan bahwa dakwah digital telah mengubah cara masyarakat Muslim di Semarang memahami dan menjalankan ajaran agama. Media digital tidak lagi hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga arena yang mendorong aksi sosial nyata.

<sup>29</sup> Muh F. Fajrin, *Dakwah Melalui Bimbingan Dan Konseling*, 2021, <https://doi.org/10.31219/osf.io/kvfgp>; Deni Puji Utomo and Rachmat Adiwijaya, "Representasi Moderasi Beragama Dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Podcast Noice 'Berbeda Tapi Bersama,'" *PUSAKA* 10, no. 1 (2022): 212–23, <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.675>.

<sup>30</sup> Berkat Karunia Zega and Wahyu Suprihati, "Pengaruh Perkembangan Kognitif Pada Anak," *Veritas Lux Mea (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen)* 3, no. 1 (2021): 17–24.

<sup>31</sup> Muhammad M. Firdaus and Mochamad T. Kolil, "Optimalisasi Media Sosial Gerakan Pemuda (Gp) Ansor Sebagai Strategi Dakwah Pimpinan Cabang Kota Kediri," *Spektra* 2, no. 2 (2023): 115–29, <https://doi.org/10.33752/.v2i2.4718>.



**Gambar 1.** Penggunaan Platform Digital

Pola ini memperlihatkan adanya tiga jalur pembentukan kesalahan sosial: kesalahan emosional yang bertumbuh melalui konten singkat dan inspiratif; kesalahan kognitif yang dikuatkan oleh kajian mendalam; serta kesalahan komunitarian yang lahir dari komunikasi kelompok dan jejaring sosial yang erat. Dengan demikian, masyarakat Semarang berada pada fase baru keberagaman ketika dakwah digital tidak sekadar menambah pengetahuan, melainkan menumbuhkan respons moral dan sosial yang relevan dengan ritme kehidupan.

Instagram telah berkembang menjadi salah satu media penting untuk penyebaran informasi. Instagram sering dimanfaatkan untuk membagikan pesan-pesan kesehatan yang dapat membentuk pemahaman dan persepsi publik tentang isu-isu kesehatan tertentu.<sup>32</sup> Meski dikenal sebagai platform hiburan, *TikTok* menunjukkan peran yang semakin besar dalam penyebaran informasi.<sup>33</sup> Sementara itu, *YouTube* tetap menjadi salah satu platform yang penting untuk edukasi, meskipun tidak berada pada posisi teratas dalam hal jumlah pengguna.

Banyak orang memanfaatkan *YouTube* untuk mencari penjelasan mendalam mengenai topik kesehatan atau pendidikan.<sup>34</sup> Adapun *WhatsApp* dan *Zoom*, meskipun tidak digunakan untuk berbagi konten publik secara luas, tetap memiliki kontribusi penting sebagai sarana komunikasi langsung.<sup>35</sup> Meningkatnya penggunaan media sosial dalam dunia akademik dan kesehatan memperlihatkan besarnya potensi platform-platform tersebut sebagai alat penyebaran informasi.<sup>36</sup> Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi

<sup>32</sup> Andy W. K. Yeung et al., "Medical and Health-Related Misinformation on Social Media: Bibliometric Study of the Scientific Literature," *Journal of Medical Internet Research* 24, no. 1 (2022): e28152, <https://doi.org/10.2196/28152>.

<sup>33</sup> Kevin Ochieng, "Efficacy of Social Media for Accessing Sexual and Reproductive Health Information by Youth in Nairobi, Kenya: Case of AMREF Programme," *International Journal of Research and Innovation in Social Science* VII, no. XI (2023): 1121–27, <https://doi.org/10.47772/ijriss.2023.7011086>.

<sup>34</sup> Turki Alanzi and Doaa K. Al-Habib, "The Use of Social Media by Healthcare Quality Personnel in Saudi Arabia," *Journal of Environmental and Public Health* 2020 (2020): 1–9, <https://doi.org/10.1155/2020/1417478>.

<sup>35</sup> Mona N. Sari, "Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Publik Di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis Berbasis Prisma," *Jurnal Daya Saing* 11, no. 3 (2025): 669–77, <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i3.2403>.

<sup>36</sup> Abdul R. T. Issahaque and Robert A. Ghanney, "The Impact of Social Media on the Academic Performance of Junior High School Students in Tappaalipani Ciriut in Wa Municipality," *International Journal of Sociology and Anthropology Research* 10, no. 2 (2024): 1–18, <https://doi.org/10.37745/ijisar.15/vol10n2118>.

juga sebagai ruang untuk berpartisipasi, berdiskusi, dan berbagi pengalaman, sehingga memperkaya cara masyarakat belajar dan berinteraksi.<sup>37</sup>

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital benar-benar telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari generasi muda Muslim di Semarang. Melihat pola penggunaan media sosial, terlihat jelas bahwa ruang digital bukan hanya tempat mereka mencari hiburan, tetapi juga tempat mereka belajar, merenung, dan menemukan inspirasi keagamaan yang kemudian diterjemahkan ke dalam tindakan sosial. Instagram menjadi platform yang paling sering mereka akses. Banyak dari mereka merasa bahwa konten dakwah berbentuk visual seperti kutipan singkat, infografis, atau video motivasi lebih mudah mereka terima karena tampilannya menarik dan relevan dengan ritme hidup mereka yang serba cepat.

Konten yang sederhana tetapi menyentuh ini sering kali membuat mereka terdorong untuk melakukan aksi kebaikan, mulai dari ikut sedekah *online* hingga berbagi informasi positif kepada teman-temannya. Dalam banyak kasus, perubahan kecil itu justru menjadi awal terbentuknya perilaku sosial yang lebih peduli. *TikTok* juga memiliki pengaruh yang kuat. Penggunaannya yang tinggi menunjukkan bahwa generasi muda tampaknya lebih cocok dengan dakwah yang ringan, spontan, dan dekat dengan kehidupan mereka. Banyak dari mereka mengatakan bahwa video pendek yang kreatif membuat pesan agama terasa lebih hidup dan tidak kaku. Ketika pesan moral dibungkus dalam cerita yang menyentuh atau humor yang relevan, mereka merasa lebih mudah memahami dan mengingatnya.

Kehadiran tren seperti tantangan amal atau ajakan berbagi kebaikan yang viral juga membuat mereka lebih aktif terlibat dalam kegiatan sosial. *YouTube* tetap menjadi tempat mereka mencari pemahaman agama yang lebih mendalam. Meskipun jumlah penggunanya tidak sebanyak Instagram atau *TikTok*, mereka yang mengikuti kajian atau ceramah panjang cenderung menunjukkan perubahan perilaku yang lebih stabil. Mereka menjadi lebih reflektif, lebih teratur dalam ibadah, dan lebih berhati-hati dalam bersikap. Pemahaman agama yang kuat ini kemudian tampak dalam tindakan sosial mereka, seperti menjaga etika, menghormati perbedaan, atau ikut serta dalam kegiatan kemanusiaan.

*Zoom* dan *WhatsApp* memberikan pengalaman yang berbeda. Kedua platform ini menciptakan ruang kecil yang hangat, tempat generasi muda bisa berdiskusi, bertanya, atau sekadar saling mengingatkan satu sama lain. Meskipun jumlah penggunanya lebih rendah, kedalaman interaksi yang tercipta di platform ini justru membuat pengaruhnya terasa kuat. Mereka merasa lebih terikat secara emosional dan lebih terdorong untuk berbuat baik karena ada rasa kebersamaan yang terbangun.

---

<sup>37</sup> Afdhal Afdhal et al., "Kontestasi Aktor Di TikTok Dalam Mencapai Popularitas," *The Journal of Society & Media* 6, no. 2 (2023): 444–65, <https://doi.org/10.26740/jsm.v6n2.p444-465>.

Ketika semua temuan ini dilihat secara menyeluruh, terlihat pola yang cukup jelas: dakwah digital membuat nilai-nilai keagamaan terasa dekat, relevan, dan mudah dihidupi. Pesan agama tidak lagi datang hanya dari mimbar atau kajian formal, tetapi menyatu dengan kehidupan mereka di media sosial. Dari kebiasaan kecil seperti membagikan postingan inspiratif hingga ikut kegiatan sosial berbasis komunitas, generasi muda di Semarang menunjukkan bahwa dakwah digital benar-benar mampu menggerakkan mereka menuju perilaku sosial yang lebih baik dan lebih peduli.

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh komunitas yang diwawancarai (100%) memandang adaptasi teknologi sebagai kebutuhan utama dalam dakwah digital, sejalan dengan temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa teknologi memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kedekatan interaksi antara pemimpin agama dan jamaah.<sup>38</sup> Sebanyak 60% komunitas merasakan perubahan positif menuju gaya komunikasi yang lebih kreatif dan modern, terutama melalui platform seperti *YouTube* dan *Instagram* yang membuat pesan agama lebih mudah diterima dan mendorong partisipasi audiens melalui komentar dan diskusi.<sup>39</sup>

Kebutuhan akan ruang dialog juga menjadi sorotan, dengan 60% komunitas menekankan pentingnya komunikasi inklusif melalui platform seperti *WhatsApp* yang memungkinkan percakapan keagamaan berlangsung secara *real-time*.<sup>40</sup> Namun, tantangan tetap muncul, terutama bagi 20% komunitas yang menghadapi hambatan berupa algoritma media sosial dan persaingan konten yang mengurangi jangkauan dakwah.<sup>41</sup> Meski demikian, 40% responden menegaskan bahwa dakwah digital turut memperkuat kesalehan sosial dengan meningkatkan solidaritas, kepedulian, dan dukungan antaranggota komunitas.<sup>42</sup> Integrasi teknologi terbukti membawa dampak positif bagi kehidupan keagamaan masyarakat, dan meskipun tantangan seperti algoritma masih ada, peluang untuk memperluas kreativitas dan ruang dialog menjadikan dakwah digital semakin relevan di era modern.<sup>43</sup>

Dari hasil wawancara, terlihat jelas bahwa kehidupan generasi muda Muslim di Semarang sudah sangat menyatu dengan dunia digital. Hampir semua informan menunjukkan

<sup>38</sup> Apriliani Daely et al., "Tindak Tutur Dan Implikatur Dalam Bahasa Komunitas Remaja Masjid Pada Generasi Muda: Kajian Pragmatik," *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2025): 910–14.

<sup>39</sup> Juan Muliawan Patrini and Lukman Nul Hakim, "Etika Al-Qur'an Dalam Dakwah Di Era Disrupsi," *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 13.

<sup>40</sup> Rahma Lestari and Ahmad Fauzi, "Etnografi Virtual Terhadap Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial," *Khulasah: Islamic Studies Journal* 5, no. 2 (2023): 22–31.

<sup>41</sup> Mulia; Agus Darma Putra Rosyidi, *Peran Dialog Antarbudaya Dalam Mengelola Konflik Sosial Berbasis Identitas Di Komunitas Lokal*, 2024, 223–29.

<sup>42</sup> Wiwin Siti Aminah Rohmawati et al., "Integrating Interfaith Dialogue and Economic Empowerment: A Study on Interfaith Women Community Srilili Yogyakarta," *Religió Jurnal Studi Agama-Agama* 11, no. 2 (2021): 139–64.

<sup>43</sup> Abd Hannan and Zainuddin Syarif, "The High Rate of Judicial Divorce among Women of Lower Education in Madura-Indonesia: A Gender Perspective," *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 16, no. 1 (2023): 29–58.

kemampuan beradaptasi teknologi yang sangat tinggi. Mereka terbiasa belajar, mencari informasi, berdiskusi, bahkan mengekspresikan nilai-nilai spiritualnya melalui layar gawai. Kondisi ini membuat dakwah digital hadir dalam ruang yang sangat dekat dengan rutinitas mereka, sehingga pesan-pesan keagamaan terasa lebih mudah dijangkau dan diterima. Para informan juga menyoroti bagaimana kreativitas para penceramah dan pembuat konten menjadi daya tarik tersendiri.

Cara mereka membungkus pesan moral dalam format video pendek, visual menarik, atau gaya penyampaian yang santai membuat anak muda merasa bahwa dakwah bukan sesuatu yang berat atau menggurui. Di titik ini, ruang digital bukan lagi sekadar tempat menonton, tetapi juga tempat berinteraksi. Banyak di antara mereka yang kemudian ikut berdiskusi, bertanya, atau membagikan ulang konten yang dirasa menginspirasi. Dari sinilah percakapan keagamaan di media sosial mulai membentuk suasana belajar yang terasa lebih setara dan nyaman. Menariknya, ruang digital juga menyediakan kesempatan bagi generasi muda untuk memasuki dialog agama dengan cara yang lebih personal. Mereka merasa lebih bebas untuk mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang mungkin enggan mereka sampaikan di ruang *offline*.

Keterbukaan ini membuat proses belajar agama menjadi lebih reflektif bukan karena kewajiban, tetapi karena rasa ingin tahu dan keinginan untuk memahami nilai-nilai Islam secara lebih mendalam. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan. Tantangan algoritma membuat tidak semua konten dakwah mudah ditemukan. Ada kalanya konten hiburan atau tren viral justru lebih sering muncul dan menenggelamkan pesan-pesan keagamaan. Beberapa informan bahkan mengakui bahwa mereka perlu melakukan “usaha tambahan” agar konten dakwah tetap muncul di beranda mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun dakwah digital berkembang, ia tetap bergerak dalam batasan mekanisme platform yang mengutamakan konten populer.

Meski begitu, pengaruh dakwah digital terhadap kesalehan sosial tetap terasa. Para informan bercerita bahwa mereka sering terinspirasi untuk melakukan hal-hal sederhana yang bernilai kebaikan: membantu teman yang kesulitan, ikut kegiatan komunitas, berbagi makanan, atau sekadar lebih peka terhadap kondisi sekitar. Mereka tidak melakukannya karena diminta, tetapi karena tersentuh oleh cerita-cerita kebaikan yang mereka lihat di media sosial. Dari situlah muncul perubahan kecil yang kemudian membentuk kebiasaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital bergerak pelan, tetapi konsisten, dalam membentuk cara anak muda memaknai agama dan menjalankan nilai-nilainya. Ia tidak hadir dengan tekanan, melainkan dengan kedekatan. Ia tumbuh lewat konten yang mereka temui setiap hari, yang membuat mereka berpikir, merefleksi, lalu akhirnya bertindak. Walaupun

masih ada tantangan algoritma dan persaingan konten, dakwah digital terbukti memberi ruang bagi tumbuhnya kesalehan sosial yang lebih natural dan relevan bagi generasi muda masa kini.

### **Strategi Dakwah Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan dan Partisipasi Sosial Masyarakat**

Analisis mengenai keterlibatan komunitas dalam dakwah digital menunjukkan adanya dinamika yang cukup beragam di antara tiga kelompok informan: para dai/penceramah, pengelola media sosial, dan para audiens atau pengikut dakwah. Dari sepuluh informan yang terlibat, kelompok audiens menjadi yang paling dominan dengan proporsi 40%. Temuan ini menunjukkan bahwa sudut pandang audiens berperan besar dalam menilai seberapa efektif strategi dakwah yang dilakukan oleh penceramah maupun pengelola platform digital. Hubungan antara penceramah dan audiens di era digital kini semakin bersifat timbal balik. Audiens yang aktif memberi respons, komentar, dan masukan membuat para penceramah perlu lebih peka dalam memilih tema, gaya penyampaian, hingga format konten.

Dalam konteks ini, audiens tidak lagi sekadar penerima pesan, melainkan ikut berkontribusi dalam membentuk arah dakwah. Situasi ini menuntut penceramah untuk lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan serta ekspektasi mereka.<sup>44</sup> Penelitian ini menunjukkan bahwa video pendek menjadi strategi dakwah paling diminati oleh 40% komunitas, sejalan dengan meningkatnya popularitas konten visual singkat di Instagram dan *TikTok* yang efektif menyampaikan pesan secara cepat dan menarik.<sup>45</sup> Instagram sendiri muncul sebagai platform dominan dengan 38% pengguna memanfaatkannya untuk membangun kedekatan melalui konten visual dan fitur interaktif. Seluruh informan juga menunjukkan kesiapan penuh (100%) dalam memanfaatkan teknologi digital, menandakan bahwa penggunaan media digital telah menjadi kebutuhan mendasar dalam dakwah kontemporer.<sup>46</sup>

Kreativitas dan dialog interaktif terbukti berperan penting, di mana 60% responden menilai bahwa konten kreatif dan ruang dialog mampu meningkatkan keterlibatan audiens.<sup>47</sup> Namun demikian, tantangan seperti perubahan algoritma dan persaingan konten turut diakui

---

<sup>44</sup> Imang Maulana, "Pesan Dakwah Dai Radio Komunitas Dalam Peningkatan Perubahan Sikap Emak-Emak Di Pengajian Radio Komunitas MDI 107.9 FM Pondok Cabe - Tangerang Selatan," *Salam Jurnal Sosial Dan Budaya Syar' I* 10, no. 2 (2023): 357–68, <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i2.31677>.

<sup>45</sup> M. Tahir, "Effective Da'wah in the Era of Society 5.0: The Perspective of Students in Indonesian State Islamic Higher Education," *Jurnal Dakwah Risalah* 34, no. 1 (2023): 52–71.

<sup>46</sup> Alex Abdu Chalik et al., "The Wisdom of Sundanese Intercultural Communication in Social Interaction with Javanese Ethnic Communities," *Nyimak: Journal of Communication* 7, no. 1 (2023): 71–88.

<sup>47</sup> Kenneth Hagai Solaiman et al., "Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang," *Business Management Journal* 17, no. 1 (2021): 1–19.

oleh 20% komunitas sebagai hambatan dalam memastikan visibilitas pesan dakwah.<sup>48</sup> Keberhasilan dakwah digital juga dipengaruhi kemampuan memahami perilaku pengguna, mengelola tren, dan menciptakan interaksi bermakna.<sup>49</sup> Dominasi perspektif audiens dalam penelitian ini menegaskan pentingnya strategi dakwah digital yang adaptif, kreatif, dan dialogis agar konten lebih relevan dan mampu meningkatkan keterlibatan secara luas.<sup>50</sup>

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam terhadap penggunaan media digital sangat penting untuk mengoptimalkan proses pembelajaran. Konten keagamaan yang disebarakan melalui berbagai platform digital terbukti mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan dakwah. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang belajar baru yang memungkinkan pemahaman keagamaan berkembang secara lebih fleksibel dan adaptif. Dalam praktiknya, efektivitas dakwah digital juga sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan. Pendekatan visual, penggunaan video pendek, serta penyampaian pesan yang relevan dengan kehidupan audiens menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan interaksi.

Selain itu, komunitas yang aktif memanfaatkan platform digital menunjukkan tingkat keterhubungan sosial yang lebih kuat, terutama melalui partisipasi dalam kegiatan keagamaan dan sosial yang disebarakan secara daring. Wawancara dengan para informan menggambarkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran materi keagamaan, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan refleksi. Responden yang mengikuti dakwah digital pada umumnya merasakan peningkatan motivasi untuk terlibat dalam kegiatan sosial, baik berupa aksi solidaritas, kegiatan komunitas, maupun partisipasi dalam program berbasis nilai keagamaan.

Hasil penelitian ini menggarisbawahi bahwa pemanfaatan media digital dalam konteks dakwah perlu memperhatikan kualitas pesan, gaya komunikasi, serta kemampuan untuk membangun kedekatan secara emosional dengan audiens. Ketika strategi ini dilakukan secara tepat, dakwah digital dapat menjadi sarana efektif untuk menanamkan nilai-nilai sosial dan memperkuat praktik keberagaman di masyarakat.

Perkembangan dakwah digital tidak hanya merevolusi cara pesan keagamaan disampaikan, tetapi juga membuka peluang lebih luas bagi masyarakat untuk belajar, berpartisipasi, dan mengembangkan kesalehan sosial dalam ruang digital yang semakin dinamis. Dengan demikian, media sosial telah menjadi bagian integral dari ekosistem dakwah

---

<sup>48</sup> Villatus Sholikhah et al., "Pengembangan Sdm Calon Generasi Era Society 5.0 Pada Masa Pandemi Covid-19," *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2022): 142–54.

<sup>49</sup> Astari Clara Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69.

<sup>50</sup> Indah Ayu Puspitasari, "PENGARUH KOMPETENSI KEPEMIMPINAN TERHADAP EFEKTIVITAS MANAJEMEN SDM DI KOMUNITAS SENI," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 9, no. 2 (2025): 1745–50.

modern yang mendorong transformasi perilaku dan penguatan nilai-nilai sosial di tengah perubahan zaman.

### Pengaruh dan Implikasi Dakwah Digital terhadap Kesalehan Sosial

Perkembangan dakwah digital di Indonesia memperlihatkan wajah baru aktivitas keagamaan yang semakin dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Tabel yang disajikan menggambarkan bagaimana berbagai komunitas dakwah berupaya beradaptasi dengan ekosistem media sosial yang terus berubah. Setiap komunitas tidak hanya memilih platform yang sesuai, tetapi juga mengembangkan strategi yang lebih kreatif agar pesan keagamaan dapat diterima dan diikuti oleh audiens yang beragam, terutama generasi muda.

**Tabel 1.** Platform Dakwah Digital Semarang

Komunitas	Platform	Strategi Dakwah	Sumber	Kontribusi	Pemanfaatan Platform Digital
LDII Semarang Barat	Zoom, WhatsApp	Dakwah virtual pasca pandemi; diskusi interaktif & kajian bersama	Megawati & Ihsanuddin (2022)	Adaptif teknologi; memperluas akses dakwah daring	Zoom digunakan untuk kajian interaktif, sedangkan WhatsApp untuk koordinasi, pengumuman, dan diskusi lanjutan.
Mageriin.id	TikTok, Instagram	Konten video pendek bernuansa Islami dengan gaya ringan & kekinian	Muthia et al. (2024)	Dekat dengan generasi muda melalui kreativitas konten	TikTok untuk video cepat & viral, Instagram untuk visual storytelling dan promosi dakwah yang konsisten.
Remisya	Instagram	<i>Digital diffusion of innovation</i> ; konten reflektif untuk remaja	Saidah & Irmayanti (2025)	Konten visual menarik, dialogis, dan membangun ruang diskusi	Instagram sebagai ruang partisipatif melalui <i>carousel</i> , <i>reels</i> , dan <i>story</i> untuk membangun diskusi dan refleksi keagamaan.
One Ummah Movement	YouTube, Instagram, TikTok	Manajemen modern dalam dakwah ( <i>planning-organizing-evaluating</i> )	Sabilillah et al. (2025)	Pendekatan profesional & terstruktur	YouTube untuk konten panjang, Instagram untuk <i>branding</i> dan interaksi, TikTok untuk jangkauan cepat dan viralitas.
Hijrah Boosters	Instagram, TikTok	Inovasi merespons algoritma & persaingan konten	Alfiani & Qudratullah (2025)	Adaptif terhadap tren dan kebutuhan audiens digital	Optimalisasi algoritma TikTok untuk exposure tinggi dan Instagram untuk membangun komunitas audiens yang loyal.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa setiap komunitas dakwah digital memiliki cara sendiri dalam menyampaikan pesan keagamaan. Meski pendekatannya berbeda-beda, semuanya memberi kontribusi penting bagi tumbuhnya kesalehan sosial di tengah masyarakat. Melihat pola yang muncul, dakwah digital ternyata bukan hanya soal menyebarkan nasihat atau pengetahuan agama, tetapi juga tentang membangun kebiasaan baru yang mendorong orang untuk lebih peduli, lebih terlibat, dan lebih peka terhadap lingkungan sosial sekitarnya.

LDII Semarang Barat menunjukkan bagaimana dakwah virtual tetap bisa hangat dan interaktif. Kajian melalui *Zoom* dan diskusi lanjutan lewat *WhatsApp* membuat anggota merasa lebih dekat dan nyaman untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan menautkan ajaran agama dengan persoalan hidup sehari-hari. Ruang belajar seperti ini terbukti membantu jamaah mempertahankan rutinitas belajar agama pasca pandemi, sekaligus memperkuat semangat kebersamaan dan kegiatan sosial berbasis komunitas.

Berbeda dengan itu, Mageriin.id bergerak dengan gaya yang jauh lebih segar dan kreatif. Mengandalkan *TikTok* dan Instagram, mereka menyampaikan pesan agama lewat video singkat yang ringan, relevan, dan mudah dikonsumsi oleh generasi muda. Pendekatan ini terbukti membuat anak muda lebih tertarik kembali pada konten keagamaan, mendorong mereka untuk menempatkan nilai-nilai positif dalam keseharian, seperti menyebarkan informasi bermanfaat dan membangun sikap saling menghargai.

Remisya hadir dengan sentuhan yang lebih reflektif dan dialogis. Melalui *Instagram*, mereka menyediakan ruang yang aman bagi remaja untuk bertanya, bercerita, atau sekadar merenungkan perjalanan spiritual mereka. Konten visual yang menarik, dipadukan dengan ruang diskusi di kolom komentar dan fitur *story*, membantu audiens untuk lebih mengenal diri, mengolah pengalaman batin, dan mengembangkan empati sosial yang lebih kuat.

*One Ummah Movement* mengambil jalur yang lebih profesional. Mereka mengelola dakwah digital dengan pendekatan manajemen modern, mulai dari perencanaan konten hingga evaluasi dampak. Setiap platform digunakan sesuai kekuatannya: *YouTube* untuk bahasan panjang yang mendalam, *Instagram* untuk membangun identitas gerakan, dan *TikTok* untuk menjangkau lebih banyak orang dalam waktu singkat. Pola ini membantu mendorong audiens terlibat dalam kegiatan sosial, seperti donasi bersama atau aksi solidaritas lainnya.

Sementara itu, *Hijrah Boosters* menunjukkan kemampuan adaptasi yang cepat terhadap perubahan tren media sosial. Mereka jeli membaca algoritma dan kebutuhan audiens digital. *TikTok* mereka manfaatkan untuk menjangkau khalayak luas, sedangkan *Instagram* digunakan untuk merawat kedekatan dengan pengikut yang lebih loyal. Ketika ada isu sosial yang sedang ramai dibicarakan, mereka segera menghadirkan konten keagamaan yang relevan, sehingga pesan moral dan nilai kebajikan dapat ikut mengalir dalam percakapan publik.

Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa dakwah digital mampu membentuk kesalehan sosial melalui beberapa cara. Pertama, dakwah digital memperluas akses belajar agama, sehingga lebih mudah dijangkau siapa saja. Kedua, ruang-ruang digital ini menghadirkan tempat yang lebih cair dan inklusif untuk berdialog dan berbagi pengalaman. Ketiga, berbagai bentuk konten kreatif yang ditawarkan mampu mendorong audiens terlibat dalam praktik sosial yang lebih nyata, mulai dari aksi kebaikan kecil hingga kegiatan kemanusiaan yang lebih besar. Kelima komunitas tersebut menunjukkan bahwa ketika dakwah digital disampaikan dengan cara yang relevan, inklusif, dan dekat dengan keseharian masyarakat, ia mampu menjadi motor penggerak lahirnya kesalehan personal dan sosial.

Tabel 2. Pengaruh dan Implikasi

Komunitas/ Organisasi	Pengaruh Dakwah Digital	Implikasi terhadap Kesalehan Sosial
LDII Semarang Barat	Meningkatkan interaksi keagamaan melalui kajian daring; memperluas akses pembelajaran agama bagi anggota	Terbentuknya komunitas yang lebih solid, saling mendukung, dan aktif dalam kegiatan sosial berbasis kedekatan spiritual
Mageriin.id	Menyampaikan pesan Islam melalui video pendek yang kreatif dan <i>relatable</i> bagi anak muda	Mendorong internalisasi nilai Islam secara ringan namun konsisten; menumbuhkan kesadaran sosial dan religius di kalangan remaja
Remisya	Menghadirkan ruang refleksi dan diskusi keagamaan di Instagram; meningkatkan literasi agama berbasis dialog	Membangun budaya keagamaan yang partisipatif dan inklusif; memperkuat empati, solidaritas, dan praktik keagamaan reflektif
One Ummah Movement	Mendiseminasi dakwah bermutu melalui manajemen konten yang terencana di berbagai platform	Memperluas jangkauan nilai keislaman moderat; mendorong pembentukan komunitas digital yang aktif dalam kegiatan sosial dan edukasi
Hijrah Boosters	Meningkatkan <i>engagement</i> dengan audiens melalui adaptasi algoritma dan konten dinamis	Membentuk komunitas muda yang responsif terhadap isu sosial; memupuk kesadaran kolektif melalui kampanye islami yang relevan dengan tren digital

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah digital bukan hanya menjadi sarana penyebaran pengetahuan agama, tetapi juga ruang baru tempat nilai-nilai sosial tumbuh dan dihidupkan kembali. Setiap komunitas memanfaatkan platform digital dengan cara yang berbeda, namun semuanya menunjukkan pola yang sama: dakwah yang hadir di layar ponsel ternyata mampu menggerakkan hati, membangun solidaritas, dan menumbuhkan kepedulian sosial.

Pengalaman LDII Semarang Barat menunjukkan bagaimana kajian keagamaan yang dilakukan secara daring tetap dapat menciptakan kedekatan antara anggotanya. Melalui pertemuan rutin di *Zoom*, para jamaah merasa tetap terhubung meski tidak berada di ruang fisik yang sama. Percakapan berlanjut di *WhatsApp*, yang kemudian menghadirkan suasana saling dukung dan rasa kebersamaan. Keakraban yang tumbuh dari interaksi daring ini justru menjadi

pintu untuk terlibat dalam kegiatan sosial bersama, mulai dari saling membantu hingga aksi-aksi kecil yang menunjukkan kepedulian.

Di sisi lain, Mageriin.id membuktikan bahwa dakwah tidak selalu harus disampaikan secara berat. Konten berupa video pendek yang lucu, santai, dan relevan bagi anak muda berhasil menjadi jembatan bagi mereka yang sebelumnya mungkin merasa jauh dari materi agama. Pesan sederhana yang muncul di layar meski hanya beberapa detik kerap menjadi pemantik perubahan kecil: mulai dari lebih peka terhadap sesama, hingga perlahan mengadopsi kebiasaan positif yang berakar dari ajaran Islam.

Remisya menawarkan suasana berbeda melalui Instagram. Alih-alih hanya memberi ceramah satu arah, mereka membuka ruang dialog yang hangat. Banyak pengikut yang merasa aman untuk berbagi cerita atau mengajukan pertanyaan, sehingga ruang digital itu berkembang seperti sebuah forum kecil yang dipenuhi percakapan bermakna. Dari sini, muncul kebiasaan untuk saling memahami, mendengarkan, dan berbagi dukungan. Nilai-nilai sosial seperti empati dan solidaritas tumbuh dengan sendirinya karena para pengikut terbiasa berinteraksi dengan cara yang lebih reflektif.

*One Ummah Movement* membawa pendekatan yang lebih terstruktur dan profesional. Mereka memanfaatkan kekhasan setiap platform *YouTube* untuk kajian panjang, *Instagram* untuk membangun kedekatan, dan *TikTok* untuk menjangkau audiens luas. Manajemen konten ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan dipahami. Tidak sedikit pengikut yang kemudian tersentuh untuk terlibat dalam kegiatan sosial yang diinisiasi komunitas ini, termasuk kampanye donasi atau aksi kemanusiaan yang dilakukan secara kolektif.

Sementara itu, *Hijrah Boosters* menunjukkan bahwa memahami algoritma dan tren bukan sesuatu yang sepele. Konten mereka selalu terasa “dekat” dan sesuai dengan apa yang sedang banyak dibicarakan, sehingga para pengikut merasa dilibatkan dan diperhatikan. Dari interaksi yang intens dan dinamis inilah muncul komunitas muda yang responsif terhadap isu sosial. Ketika mereka mengangkat tema tentang kepedulian, zakat, sedekah, atau isu kemanusiaan, respons audiens cenderung cepat dan nyata.

Penelitian ini mengungkap bahwa dakwah digital memainkan peran penting dalam membentuk kesalehan sosial. Ia tidak hanya menyapa audiens lewat kata-kata, tetapi juga mengajak mereka bergerak bersama. Ruang digital yang dulu hanya dianggap sebagai tempat hiburan kini berubah menjadi ruang perjumpaan spiritual dan sosial. Melalui interaksi yang sederhana, kedekatan yang terbangun, dan kampanye-kampanye kecil yang menggerakkan hati, dakwah digital berhasil menghubungkan nilai keagamaan dengan praktik sosial dalam kehidupan sehari-hari. Ruang maya menjadi tempat tumbuhnya kebaikan, yang kemudian mengalir ke ruang nyata dalam bentuk aksi peduli dan gotong royong.

#### D. Kesimpulan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dakwah digital kini menjadi bagian yang sangat akrab dalam keseharian generasi muda Muslim di Semarang. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung dengan teknologi, sehingga mengakses dan memahami konten keagamaan lewat *Instagram*, *TikTok*, atau *YouTube* terasa sangat alami bagi mereka. Kreativitas para pendakwah dalam menghadirkan pesan moral melalui visual yang menarik, sederhana, dan relevan membuat anak muda merasa bahwa dakwah bukan lagi sesuatu yang formal atau jauh dari hidup mereka, tetapi justru menjadi ruang belajar yang dekat, ringan, dan menyatu dengan rutinitas mereka sehari-hari.

Ruang digital juga membuka kesempatan bagi dialog keagamaan yang lebih personal dan bebas. Anak muda merasa lebih nyaman bertanya, mengutarakan pendapat, atau berdiskusi tanpa rasa sungkan seperti yang kerap muncul dalam forum tatap muka. Meskipun algoritma media sosial kadang membuat konten dakwah sulit muncul di beranda, mereka tetap berusaha mencari akun-akun yang memberi nilai positif bagi perkembangan spiritual mereka. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi belajar dan rasa ingin tahu tetap menjadi pendorong utama dalam perjalanan mereka mendalami ajaran agama melalui media digital.

Dakwah digital memberikan dampak nyata bagi pembentukan kesalehan sosial generasi muda di Semarang. Pesan-pesan kebaikan yang mereka temui setiap hari tidak hanya berhenti pada pengetahuan, tetapi perlahan menggerakkan mereka untuk berbuat baik mulai dari meningkatkan kepedulian terhadap sesama hingga terlibat dalam kegiatan sosial di lingkungan mereka. Proses ini berlangsung pelan namun konsisten melalui pengulangan dan refleksi. Karena itu, dakwah digital dapat dilihat sebagai ruang yang efektif untuk menumbuhkan kesadaran moral dan praktik sosial yang lebih empatik, terbuka, dan relevan dengan cara hidup generasi muda masa kini.

#### Referensi

- Adawiah, Amalia Muazzah, Abdal Abdal, and Tajul Arifin. "Diskon Angka Kembar: Trik Atau Ilusi Bisnis? Kajian Sosiologi Ekonomi Islam Terhadap Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA* 3, no. 2 (2024): 68–78.
- Afdhal, Afdhal, Etin Prihatina, Yuanita A. Siregar, and Rakhmat Hidayat. "Kontestasi Aktor Di TikTok Dalam Mencapai Popularitas." *The Journal of Society & Media* 6, no. 2 (2023): 444–65. <https://doi.org/10.26740/jsm.v6n2.p444-465>.
- Akmaliah, Wahyudi. "The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10, no. 1 (2020).
- Alanzi, Turki, and Doaa K. Al-Habib. "The Use of Social Media by Healthcare Quality Personnel in Saudi Arabia." *Journal of Environmental and Public Health* 2020 (2020): 1–9. <https://doi.org/10.1155/2020/1417478>.

- Alvino, Ach Tofan. "Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 73–84.
- Amrullah, Nafis A., Yanuar L. Rohman, Singgih Kuswardono, Muchlisin Nawawi, and AYYUB H. NURMANA. "Sosialisasi Literasi Seksual Usia Dini Melalui Multimedia Edukatif Untuk Guru-Guru PAUD Kota Semarang." *Abadi* 2, no. 2 (2023): 57–65. <https://doi.org/10.58906/abadi.v2i2.104>.
- Arafah, Ulfa Binti. "Manajemen Pendidikan Karakter Dalam Membentuk Kesalehan Sosial Santri Di Madrasah Diniyah Al-Ikhsan Magetan." Preprint, IAIN Ponorogo, 2023.
- Chalik, Alex Abdu, Lely Arrianie, and Riska Sarofah. "The Wisdom of Sundanese Intercultural Communication in Social Interaction with Javanese Ethnic Communities." *Nyimak: Journal of Communication* 7, no. 1 (2023): 71–88.
- Daely, Apriliani, Nasywa Alysa Putri, Retno Anggelica Aini, Shela Jenari Marbun, M. Oky Fardian Ghafari, and Ita Khairani. "Tindak Tutur Dan Implikatur Dalam Bahasa Komunitas Remaja Masjid Pada Generasi Muda: Kajian Pragmatik." *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2025): 910–14.
- dan Ismayani, Maninggar Kayuningtyas. "Health Promoting School Program to Prevent Hypertension of Adolescents in Indonesia and Western." *Jurnal Promkes: The Indonesian Journal of Health Promotion and Health Education* 8, no. 2 (2020): 228–37.
- Fajrin, Muh F. *Dakwah Melalui Bimbingan Dan Konseling*. 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/kvfgp>.
- Patrin, Juan Muliawan, and Lukman Nul Hakim. "Etika Al-Qur'an Dalam Dakwah Di Era Disrupsi." *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 13.
- Firdaus, Muhammad M., and Mochamad T. Kolil. "Optimalisasi Media Sosial Gerakan Pemuda (Gp) Ansor Sebagai Strategi Dakwah Pimpinan Cabang Kota Kediri." *Spektra* 2, no. 2 (2023): 115–29. <https://doi.org/10.33752/.v2i2.4718>.
- Haerisma, Alvien S., Makmuri Ahdi, and Achmad H. Asari. "Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Alam Saung Balong Al-Barokah." *Dimasejati Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 232. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9325>.
- Hafizhah, Najmatulhasna Sofyan Hafilia, Muzniyyah Ismail, Mubarak. "Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam." *AL-TARBIYAH: JURNAL ILMU PENDIDIKAN ISLAM Учредители: Sekolah Tinggi Agama Islam Yayasan Pendidikan Islam Kaimuddin Baubau* 2, no. 1 (2023): 79–88.
- Hannan, Abd, and Zainuddin Syarif. "The High Rate of Judicial Divorce among Women of Lower Education in Madura-Indonesia: A Gender Perspective." *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 16, no. 1 (2023): 29–58.
- Issahaque, Abdul R. T., and Robert A. Ghanney. "The Impact of Social Media on the Academic Performance of Junior High School Students in Tampaalipani Circiut in Wa Municipality." *International Journal of Sociology and Anthropology Research* 10, no. 2 (2024): 1–18. <https://doi.org/10.37745/ijisar.15/vol10n2118>.
- Khamim, Khamim. "The Urgency Of Improving Social Piety In The Perspective Of Tarbawi Hadith (Hermeneutic Analysis About Community Life)." *DIDAKTIKA Religia: Journal of Islamic Education* 6, no. 1 (2018): 89–106.

- Kholifah, Nur, and Alfiah Nur Hikmah. "The Use of Digital Media as a Da'wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque." *Syar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2024): 73–84.
- Lestari, Rahma, and Ahmad Fauzi. "Etnografi Virtual Terhadap Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial." *Khulasah: Islamic Studies Journal* 5, no. 2 (2023): 22–31.
- Maulana, Imang. "Pesan Dakwah Dai Radio Komunitas Dalam Peningkatan Perubahan Sikap Emak-Emak Di Pengajian Radio Komunitas MDI 107.9 FM Pondok Cabe - Tangerang Selatan." *Salam Jurnal Sosial Dan Budaya Syar I* 10, no. 2 (2023): 357–68. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i2.31677>.
- Megawati, Reni, and Muhammad Lukman Ihsanuddin. "Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era)." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 2, no. 2 (2021): 55–74.
- Mutmainah, Siti, Said Juanidi, Nanang Indardi, Dhias Fajar Widya Permana, Siti Baitul Mukarromah, and Taufiq Hidayah. "Pembinaan Prestasi Atlet Taekwondo Kabupaten Semarang." *Sriwijaya Journal Of Sport* 2, no. 3 (2023): 135–53.
- Nugroho, Rico Setyo Nugroho Rico Setyo. "Edukasi Etika Digital Islami Menjadi Bijak Muslim Di Era Media Sosial Di SMP Muhammadiyah 3 Kota Semarang." *JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (BHAkti JIVANA)* 2, no. 2 (2025): 40–51.
- NUR, HADITAMA I., M. A. Duraesa, S. S. Inayah, and S. Y. N. SYOBAN. "Membangun Komunikasi Islam Lewat Dakwah Di Platform Media Digital." *RAYAH AL-ISLAM Ученумен: STIBA Arrayah Sukabumi* 8, no. 3 (2025): 1623–35.
- Nurhayati, Meilisa Ani, Abidin Pandu Wirayudha, Ahmad Fahrezi, Dayintasya Ratih Pasama, and Aditia Muhammad Noor. "Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya." *AL AUFA: JURNAL PENDIDIKAN DAN KAJIAN KEISLAMAN* 5, no. 1 (2023): 1–27.
- Ochieng, Kevin. "Efficacy of Social Media for Accessing Sexual and Reproductive Health Information by Youth in Nairobi, Kenya: Case of AMREF Programme." *International Journal of Research and Innovation in Social Science* VII, no. XI (2023): 1121–27. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2023.7011086>.
- Perdana, Wahyu Ilham, and Ferry Adhi Dharma. "Abi Azkaka's Da'wah Through Mobile Legends in Structuration Perspective: Da'wah Abi Azkaka Melalui Mobile Legends Dalam Perspektif Strukturasi." *House of Wisdom: Journal on Library and Information Sciences* 2, no. 4 (2025): 10–21070.
- Puspitasari, Indah Ayu. "PENGARUH KOMPETENSI KEPEMIMPINAN TERHADAP EFEKTIVITAS MANAJEMEN SDM DI KOMUNITAS SENI." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 9, no. 2 (2025): 1745–50.
- Risdiana, Aris, Reza Bakhtiar Ramadhan, and Imam Nawawi. "Transformasi Dakwah Berbasis' Kitab Kuning'Ke Platform Digital." *Jurnal Lektur Keagamaan* 18, no. 1 (2020): 1–28.
- Rohmawati, Wiwin Siti Aminah, Kamilia Hamidah, and Erin Gayatri. "Integrating Interfaith Dialogue and Economic Empowerment: A Study on Interfaith Women Community Sрили Yogyakarta." *Religió Jurnal Studi Agama-Agama* 11, no. 2 (2021): 139–64.
- Rosydi, Mulia; Agus Darma Putra. *Peran Dialog Antarbudaya Dalam Mengelola Konflik Sosial Berbasis Identitas Di Komunitas Lokal*. 2024, 223–29.
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69.

- Sari, Mona N. "Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Publik Di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis Berbasis Prisma." *Jurnal Daya Saing* 11, no. 3 (2025): 669–77. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i3.2403>.
- Sholikhah, Villatus, Rindang Mega Kusuma, Khoridatu Toyyibah, and Sulailah Sulailah. "Pengembangan Sdm Calon Generasi Era Society 5.0 Pada Masa Pandemi Covid-19." *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2022): 142–54.
- Solaiman, Kenneth Hagai, Sugeng Santoso, Lira Redata, and Rachella Kezia. "Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang." *Business Management Journal* 17, no. 1 (2021): 1–19.
- Sri Larasati. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV Budi Utama, 2018.
- Surbakti, Muhammad F. A., Mutiawati Mutiawati, and Hasnun J. Ritonga. "Membangun Koneksi Dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah Yang Efektif Dalam Era Digital." *Al-Dyas* 2, no. 2 (2023): 298–306. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153>.
- Susanto, Dedy. "STRATEGI DAKWAH MASYARAKAT PERKOTAAN: Studi Pada MTA Di Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 159. <https://doi.org/10.21580/jid.v35i2.1605>.
- Tahir, M. "Effective Da'wah in the Era of Society 5.0: The Perspective of Students in Indonesian State Islamic Higher Education." *Jurnal Dakwah Risalah* 34, no. 1 (2023): 52–71.
- Utomo, Deni Puji, and Rachmat Adiwijaya. "Representasi Moderasi Beragama Dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Podcast Noice 'Berbeda Tapi Bersama.'" *PUSAKA* 10, no. 1 (2022): 212–23. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.675>.
- Yeung, Andy W. K., Anela Tosevska, Elisabeth Klager, et al. "Medical and Health-Related Misinformation on Social Media: Bibliometric Study of the Scientific Literature." *Journal of Medical Internet Research* 24, no. 1 (2022): e28152. <https://doi.org/10.2196/28152>.
- Zaenurrosyid, A., Hidayatus Sholihah, and Nur Hidayatuloh. "The Islamic Philanthropy Model Based on Maslahah Principles for Developing Islamic Campus in Java." *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan* 24, no. 2 (2024): 279–304.
- Zega, Berkat Karunia, and Wahyu Suprihati. "Pengaruh Perkembangan Kognitif Pada Anak." *Veritas Lux Mea (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen)* 3, no. 1 (2021): 17–24.