Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

QULUBANA
Jurnal Manajemen Dakwah

Dakwah di Era VUCA: Strategi Adaptif dan Tranformasi Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam

M. Al Haviz[1], Ivan Sunata[2], Awis Karni[3], Irta Sulastri[4]
[1, 2] Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, [3, 4] UIN Imam Bonjol Padang

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted Apr 18, 2025
Accepted May 7, 2025
Published May 30, 2025

Keywords:

The VUCA Era,
Digital Da'wah,
Islamic Transformation,
Media Ethics,
Religious Literacy

ABSTRACT

This article examines the transformation of Islamic da'wah in the face of the VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) era which is characterized by rapid changes and high uncertainty. The research focuses on the impact of digitalization on contemporary da'wah methods, approaches, and challenges. Employing a qualitative approach, the study collected data through interviews and analyzed it using Creswell's data analysis stages ranging from data management, memoing, categorization, interpretation, to thematic visualization. This process enabled a deep understanding of how social media and digital technology have shifted da'wah communication patterns from hierarchical to more interactive and participatory. The findings show that while digital transformation opens up vast opportunities in terms of content outreach and personalization, Islamic da'wah also faces significant challenges in the form of misinformation, online radicalization, and changing audience preferences. This article offers an adaptive strategy that integrates traditional approaches with digital innovation through hybrid concepts, while emphasizing the importance of critical digital literacy and cross-disciplinary collaboration. The futuristic reflection presented leads to a post-VUCA paradigm that demands a synthesis between tradition and innovation, with an understanding of maqasid sharia as the foundation to ensure that Islamic da'wah remains relevant and principled in the midst of the dynamics of the times.

1. PENDAHULUAN

Ketidakpastian dan perubahan cepat yang menjadi ciri khas era VUCA menimbulkan kecemasan di tengah masyarakat, terutama di kalangan remaja yang masih dalam proses pembentukan karakter. Mereka

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

sangat rentan terhadap dampak negatif dari fluktuasi dan ketidakstabilan ini, sehingga pengembangan karakter positif menjadi sangat penting untuk membantu mereka menghadapi tantangan dan membangun ketahanan mental [1].

Proses penyebaran ilmu agama dan dakwah pun telah mengalami transformasi yang sangat signifikan. Kemajuan teknologi digital dan internet yang semakin pesat telah membuka kesempatan yang sangat luas bagi siapapun untuk mengakses, mempelajari, dan membagikan pengetahuan agama tanpa batasan ruang dan waktu. Peran yang sebelumnya didominasi oleh tokoh agama tradisional seperti Kyai, Da'i, atau Ustadz kini telah berkembang menjadi lebih inklusif dan demokratis. Masyarakat digital masa kini memiliki kemandirian yang lebih besar dalam mencari dan memperoleh pengetahuan agama melalui berbagai platform digital dan media sosial yang tersedia di genggaman tangan mereka.[2]

Era transformasi digital saat ini yang ditandai juga dengan fase VUCA yang mencakup gejolak, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas. Fase ini membuat situasi atau kondisi sulit dianalisis dan diprediksi. Untuk menghadapi kondisi tersebut, pemerintah mengambil langkah strategis dengan memperkuat pendidikan karakter. Langkah ini diharapkan dapat membantu individu mengembangkan kemampuan dan karakter yang kuat untuk menghadapi tantangan di masa depan yang penuh dinamika dan perubahan cepat.[3]

Fenomena dakwah di era VUCA mencerminkan upaya adaptasi strategis dalam menghadapi perubahan zaman yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian. Integrasi teknologi digital dalam dakwah bukan hanya menjawab tantangan aksesibilitas, tetapi juga menjadi solusi terhadap kompleksitas penyebaran informasi keagamaan di era disrupsi media. Para da'i dituntut untuk mengembangkan kompetensi digital, memahami karakteristik algoritma media sosial, serta mengemas konten dakwah secara relevan, visual, dan kontekstual sesuai kebutuhan masyarakat modern. Namun, hingga saat ini masih terdapat kesenjangan dalam literatur terkait pemanfaatan teknologi canggih seperti artificial intelligence (AI), big data, dan Internet of Things (IoT) dalam praktik dakwah. Sebagian besar studi yang ada masih berfokus pada penggunaan

[1] Sakinah Pokhrel, "Penggunaan Cyber Counseling Sebagai Upaya Pengembangan Karakter Remaja Pada Era VUCA," *Αγαη* 15, no. 1 (2024): 37–48.

[2] Atipa Muji and Uin KH Saifuddin Zuhri, "The Role of Artificial Intelligence (AI) for Da'wah in the VUCA Era," 2023, 179–86.

[3] M Fahmi Ashari, Muhammad Khalil Dova, and Canra Krisna Jaya, "Komunikasi Dakwah Kultural Di Era Digital," *Journal of Da'wah* (Institut Agama Islam Negeri Kerinci, 2024), https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

media sosial konvensional dan belum menyentuh aspek strategis integrasi AI untuk personalisasi pesan dakwah atau penggunaan big data dalam menganalisis kebutuhan dan preferensi spiritual audiens secara sistematis. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru yang tidak hanya adaptif terhadap dinamika sosial dan teknologi, tetapi juga tetap menjaga esensi serta nilai-nilai fundamental ajaran Islam.[4]

Transformasi digital juga telah membawa implikasi signifikan terhadap metode dan pendekatan dakwah. Para da'i dan lembaga dakwah perlu mengadopsi strategi yang lebih adaptif dan inovatif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Penggunaan teknologi seperti artificial intelligence, big data, dan internet of things dalam dakwah bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan untuk menjangkau generasi yang sudah terbiasa dengan dunia digital. Namun, di tengah arus digitalisasi ini, dakwah harus tetap mempertahankan nilai-nilai esensial agama sambil mengembangkan metode yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Society 5.0, sehingga dapat menciptakan keseimbangan antara kemajuan teknologi dan pemahaman spiritual yang mendalam.[5]

Transformasi dakwah di era VUCA juga mencerminkan evolusi signifikan dalam metode penyebaran ajaran Islam. Pendakwah modern dituntut tidak hanya mahir dalam ilmu agama, tetapi juga harus menguasai teknologi digital dan memahami karakteristik media sosial. Strategi dakwah harus bersifat adaptif dan responsif, mampu menghadapi perubahan cepat dalam persepsi publik, serta menyajikan konten yang relevan dengan kebutuhan masyarakat digital. Pendekatan multi-platform dan multi-format dalam dakwah menjadi kunci untuk menjangkau berbagai segmen audiens, sambil tetap mempertahankan esensi dan nilai-nilai fundamental ajaran Islam. Di tengah kompleksitas era VUCA, dakwah digital harus mampu menyediakan panduan yang jelas dan terpercaya, membantu masyarakat menavigasi ketidakpastian dan ambiguitas informasi keagamaan yang beredar di dunia digital.[6]

---

[4] Novita Nur Inayha Novita, "Penguatan Etika Digital Melalui Materi 'Adab Menggunakan Media Sosial' Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk Karakter Peserta Didik Menghadapi Era Society 5.0," *Journal of Education and Learning Sciences* 3, no. 1 (2023): 73–93, https://doi.org/10.56404/jels.v3i1.45.

[5] Jundah Sulaiman and Mansya Aji Putra, "Manajemen Dakwah Menurut Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Manajemen Dakwah* (LP2M Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), https://doi.org/10.15408/jmd.v8i1.19926.

[6] Imam Rofi'i and Ami Latifah, "Strategi Pendidikan Agama Islam dalam Menghadapi Tantangan Multikulturalisme pada Masyrakat Muslim Di Era Globalisasi," *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 412–20.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis transformasi strategi dakwah dalam menghadapi era VUCA, dengan fokus khusus pada integrasi teknologi digital dalam penyebaran pesan Islam. Secara spesifik, penelitian ini berupaya mengidentifikasi dan mengevaluasi efektivitas berbagai pendekatan adaptif yang digunakan oleh para da'i dalam menghadapi volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas di era digital. Lebih lanjut, studi ini bermaksud mengeksplorasi bagaimana keseimbangan antara nilai-nilai fundamental ajaran Islam dapat dipertahankan sambil mengadopsi inovasi teknologi seperti artificial intelligence, big data, dan internet of things dalam praktik dakwah. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dampak transformasi digital terhadap otoritas keagamaan dan mengembangkan framework strategis bagi para da'i dalam membangun kompetensi digital mereka. Selain itu, penelitian ini hendak merumuskan strategi dakwah yang dapat berkontribusi dalam membangun ketahanan mental generasi muda, khususnya remaja, dalam menghadapi tantangan era VUCA. Melalui kajian ini, diharapkan dapat dihasilkan model dakwah yang komprehensif dan adaptif yang dapat menjembatani kebutuhan spiritualitas masyarakat digital dengan tetap mempertahankan esensi ajaran Islam.

Sejauh ini, kajian terhadap dakwah dan pendidikan agama di era VUCA dan Society 5.0 berkisar pada beberapa aspek utama. Pertama, peran Artificial Intelligence (AI) dalam dakwah[7] Kedua, penguatan etika digital dan pendidikan agama dalam membentuk karakter peserta didik;[8] Ketiga, pengembangan kreativitas dan keterampilan untuk menghadapi lingkungan VUCA);[9] Keempat, penggunaan cyber counseling untuk pengembangan karakter remaja;[10] Kelima, eksistensi figur publik agama di Instagram sebagai media dakwah;[11] Keenam, pemanfaatan media sosial

[7] Haryadi Mujianto and Zikri Fachrul Nurhadi, "Dampak Literasi Media Berbasis Digital Terhadap Perilaku Anti Penyebaran Hoaks," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* (IAIN Antasari, 2022), https://doi.org/10.18592/alhadharah.v21i1.6419.

[8] Novita, "Penguatan Etika Digital Melalui Materi 'Adab Menggunakan Media Sosial' pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk Karakter Peserta Didik Menghadapi Era Society 5.0."

[9] Pokhrel, "Penggunaan Cyber Counseling Sebagai Upaya Pengembangan Karakter Remaja Pada Era VUCA."

[10] Silviana Putri Kusumawati et al., "Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z," *AL-INSAN: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2022): 1–14.

[11] Al Himni Fahma and Mohammad Darwis, "Eksistensi Para 'Gus' Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* (Institut Agama Islam Syarifuddin

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

dalam dakwah;[12] Ketujuh, tantangan dakwah di era disrupsi media sosial;(Mardiana, 2020) Kedelapan, konsep dakwah santri di era disrupsi;[13] Kesembilan, peran Kementerian Agama dalam mempromosikan moderasi beragama di era digital;[14]

Kesepuluh, dakwah berbasis teknologi dan informasi;[15]Kesebelas, membangun generasi berdaya saing dan berkarakter Pancasila;[16] Keduabelas, dinamika dan tantangan pendidikan agama Islam di Era Society 5.0;[17] Ketigabelas, otoritas keagamaan di era media baru;[18] Keempatbelas, pemberdayaan partisipasi keluarga dalam dakwah;[19]Kelimabelas, kebangkitan dakwah Islam Muhammadiyah di era

Lumajang, 2020), https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.655.

[12] Masfi Sya'fiatul Ummah, *TANTANGN ERA VUCA*, *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 11, 2019.

[13] Aris Priyanto and Mita Mahda Saputri, "Konsep Dakwah Santri di Era Disrupsi," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* (STAIN Curup, 2022), https://doi.org/10.29240/jdk.v7i1.4616.

[14] Firmanda Taufiq and Ayu Maulida Alkholid, "Peran Kementerian Agama Dalam Mempromosikan Moderasi Beragama di Era Digital," *Jurnal Ilmu Dakwah* (UIN Walisongo Semarang, 2021), https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9364.

[15] Ali Ridho, Akhmad Rifa'i, and Mohammad Sujud, "Jagat Dakwah Nahdlatul Ulama: Dakwah Berbasis Teknologi Dan Informasi Di Era Digitalisasi Dan Disrupsi," *Al-Munazzam : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Dakwah* (Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2022), https://doi.org/10.31332/munazzam.v2i2.4552.

[16] Rahmad Diki Zulkarnain M and Syawaluddin Syawaluddin, "Perencanaan Dakwah Da'i Dalam Mencegah Kemerosotan Akhlak Anak Di Era Digitalisasi," *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim Pact Mojokerto, 2023), https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i3.555.

[17] Retno Aqimnad Dinana, Muhammad Fahmi, and Fathur Rohman, "Dinamika dan Tantangan Pendidikan Agama Islam di Era Society 5 . 0" 6, no. 2 (2024): 5–11.

[18] Arnis Rachmadhani, "Otoritas Keagamaan di Era Media Baru," *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* (Al-Jamiah Research Centre, 2021), https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636.

[19] Bobby Rachman Santoso and Iqbal Hakim, "Transformasi Dakwah di Era Digital: Studi Penyampaian Pesan Islami Ustaz Abi Azkakia Terhadap Remaja Gamers Pada Channel @ABIAZKAKIA," *Bayan Lin-Naas : Jurnal Dakwah Islam* (Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan Sumenep, 2024), https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v8i1.1629.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

kontemporer;[20]Keenambelas, strategi pengembangan lembaga pendidikan tinggi;[21] Ketujuhbelas, pengembangan kurikulum pendidikan agama;[22] Kedelapanbelas, strategi mempersiapkan kompetensi mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI);[23] Kesembilanbelas, model kepemimpinan dakwah transformasional Persatuan Islam (Persis);[24] Kedua puluh, mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk Era Society 5.0;[25].

Berdasarkan tinjauan sistematis terhadap literatur yang ada, teridentifikasi beberapa kesenjangan penelitian yang signifikan dalam kajian dakwah di era VUCA. Meskipun telah ada berbagai penelitian yang membahas aspek teknologi dalam dakwah, seperti penggunaan AI dan media sosial, serta penguatan etika digital, masih terdapat beberapa area yang belum dieksplorasi secara mendalam.

Pertama, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji efektivitas integrasi teknologi canggih seperti AI, big data, dan IoT dalam praktek dakwah secara komprehensif. Mayoritas penelitian yang ada lebih berfokus pada penggunaan media sosial konvensional, sementara potensi teknologi yang lebih advanced belum dieksplorasi secara maksimal.

Kedua, belum adanya framework yang sistematis untuk mengukur

---

[20] Miftachul Huda and Emiliana Sri Pudjiarti, "Peran Otomatisasi dan Robotika dalam Era Digital: Trasformasi Bisnis Melalui Otomatisasi dan Robotika dalam Era Digital," *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* (UNTAG Semarang, 2024), https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i1.1739.

[21] Reni Meirina Rifanti and Ida Rindaningsih, "Transformation of Digital Education Systems in The Era of Globalization" (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023), https://doi.org/10.21070/ups.755.

[22] Ibnu Chudzaifah, Muh. Muhyiddin, and Afroh Nailil Hikmah, "Esensi Dakwah di Era Digital Dalam Menjawab Problematika Umat," *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* (IAIN Sorong, 2021), https://doi.org/10.47945/tasamuh.v13i2.402.

[23] Anisa Sukma Rahayu et al., "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital Terhadap Generasi Z," *Pekerti: Journal Pendidikan Islam Dan Budi Pekerti* (Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo, 2023), https://doi.org/10.58194/pekerti.v5i2.3596.

[24] Jeje Zaenudin, Pepen Irpan Fauzan, and Ridwan Rustandi, "Transformational Dakwah Leadership Model of Persatuan Islam (Persis) Organization in Facing Global Challenges" 18, no. December (2024): 487–516, https://doi.org/10.15575/idajhs.v18i2.40877.

[25] Bambang Agus Setiyawan and Umi Halwati, "Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital," *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial* (Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri, 2022), https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.149.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

dan mengevaluasi dampak transformasi digital terhadap kredibilitas dan efektivitas dakwah di era VUCA. Penelitian sebelumnya lebih banyak bersifat deskriptif tanpa menyediakan metrik atau indikator yang jelas untuk mengukur keberhasilan dakwah digital.

Ketiga, masih minimnya kajian yang membahas tentang strategi konkret dalam mempertahankan keseimbangan antara nilai-nilai tradisional dengan inovasi teknologi dalam dakwah. Meskipun banyak penelitian menyebutkan pentingnya menjaga esensi ajaran agama, belum ada studi yang secara spesifik mengembangkan model untuk mencapai keseimbangan tersebut.

Keempat, terdapat kesenjangan dalam penelitian mengenai pengembangan kompetensi digital para da'i. Meskipun ada beberapa studi tentang pemanfaatan media digital, belum ada penelitian komprehensif yang memetakan kebutuhan kompetensi digital spesifik bagi para da'i di era VUCA.

Kelima, masih kurangnya penelitian yang mengkaji dampak psikologis dan spiritual dari dakwah digital terhadap penerima dakwah, khususnya generasi muda. Penelitian yang ada lebih berfokus pada aspek teknis penyampaian dakwah dibanding dampaknya terhadap pemahaman dan penghayatan nilai-nilai agama.

2. METODE

Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Secara operasional, data dianalisis menggunakan tahapan yang ditawarkan oleh Cresswell dalam. *Pertama*, manajemen data, di mana data yang diperoleh melalui dokumentsasi dan observasi diorganisasi ke dalam file-file dan mengonversi file-file tersebut menjadi satuan teks; kata, kalimat, cerita. *Kedua*, pembacaan dan memoing data. Data-data yang telah diorganisasi ke dalam file-file; database dibaca berulang kali secara keseluruhan. Kemudian data-data tersebut diberi memo atau catatan singkat dan ringkas. *Ketiga*, deskripsi, klasifikasi dan penafsiran data. Setelah data-data dibaca, dan dimemoing (memberi catatan) maka berikutnya dilakukan deskripsi secara detail, mengembangkan tema atau dimensi, dan memberikan penafsiran. Teknik deskripsi data ini dilakukan dengan cara mengelompokkan data teks atau visual menjadi kategori informasi yang lebih kecil, mencari bukti untuk kode tersebut dari berbagai database yang digunakan, kemudian memberikan label pada kode tersebut. Setelah data dideskripsikan, maka tahap berikutnya adalah klasifikasi data dengan cara memilah-milah teks, mencari kategori, dan tema. Langkah berikutnya selesai klasifikasi data adalah menafsirkan data, yaitu pengembangan kode, pembentukan tema dari kode, dan pengorganisasian tema menjadi satuan abstraksi yang lebih

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

luas untuk dimaknai. *Keempat*, visualisasi data. Data-data yang telah ditafsirkan dikemas dalam bentuk teks dan disajikan dalam bentuk naratif.[26]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Era VUCA dan Implikasinya terhadap Dakwah

VUCA era, yang berarti *Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*, telah menjadi paradigma yang hampir sepenuhnya tepat untuk menggambarkan dunia kontemporer, yang semakin kompleks. Konsep awalnya dikembangkan oleh Angkatan Darat Amerika Serikat dari ide lingkungan pascastabil perang dingin. Tentara Amerika menggunakannya untuk menjelaskan situasi di dunia yang telah berubah secara dramatis setelah makeup bipolar hubungan internasional itu berakhir. VUCA juga muncul dari buku kepemimpinan Warren Bennis dan Burt Nanus pada tahun 1987, yang menganalisis bagaimana pemimpin harus bersaing dengan situasi di dunia yang tidak memungkinkan. Sejak awal 2000-an, VUCA dimulai dalam manajemen dan manajemen strategis, untuk membantu perusahaan terorganisir india intermittenvter yang berfluktasi. Kemudian di tahun 90-an segera VUCA digunakan sebagai bahan berbicara dalam hubungan bisnis; memahami bahasa instabilitas, sulit diprediksi.[27]

Sejak awal 2000-an, kata-kata VUCA di ambil menjadi istilah di dunia bisnis, pemahaman istilah VUCA membantu perusahaan memahami kompleksitas dalam perusahaan, dan membantu memutuskan masalah. Dalam era ini, VUCA lah yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia dan aktivitas mereka dalam berbagai bidang kerja, juga sebagai tempat pembangunan sosial sebagai konsep utama dan mendasar yang harus dimengerti ulang dalam konteks transfromasi.

Dalam konteks sosial dan keagamaan, era VUCA telah mempengaruhi kegiatan dakwah Islam, pentingnya teknologi informasi dan digitalisasi yang sedang berproses, memiliki dampak yang sangat besar di antara pola interaksi dan komunikasi masyarakat, karena akses mereka terhadap informasi keagamaan telah berubah secara signifikan. Media sosial dan Perkembangan teknologi informasi digitalisasi telah mengubah pola interaksi seseorang secara derastis, yang mana individu kini memiliki jaringan langsung ke berbagai macam pusat dari semua

[26] Nurus Shalihin, "Persilangan Kultural dalam Mengelola Keberagaman pada Masyarakat Muslim-Kristen Siringio-Ringo Sumatera Utara," *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya* 5, no. 2 (2021).

[27] Rani Afkarina et al., "Manajemen Perubahan di Era VUCA" 1, no. 6 (2023).

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

informasi, termasuk informasi keagamaan yang dapat langsung di pilih oleh pengguna media sosial dengan selera konten dakwah yang sesuai dengan mereka. Perkara itu juga yang terkadang bisa menimbulkan kesalahpahaman dalam konteks keagamaan serta melahirkan komunitas yang memiliki pandangan yang berbeda dnegan konteks keagamaan umum[28].

Tantangan yang harus dihadapi para da'i di era ini harus menghadapi berbagai tantangan, seperti penyesuaian metode dakwah dengan perkembangan teknologi dan media sosial dan menahan serta menjadi orng pertama yang menolak pengaruh budaya barat yang berada dengan konsep keagamaan, serta mempertahankan relevansi Islam di tengah arus sekularisme yang memisahkan agama dari kehidupan. Mereka juga perlu memiliki ketahanan mental agar tetap fokus menghadapi tekanan dan godaan, serta meningkatkan kualitas dakwah melalui penguasaan ilmu agama dan metode yang efektif agar pesan dapat diterima dengan baik. Meskipun tugas ini berat, peluang besar terbuka untuk menyebarkan Islam secara lebih luas dan efektif.[29]

Selain itu, perubahan pola komunikasi dan preferensi konsumsi konten di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z dan Alpha, menuntut pendekatan dakwah yang lebih adaptif dan inovatif. Mereka cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek dan lebih menyukai konten yang singkat, visual, serta interaktif, sehingga metode dakwah konvensional perlu direorientasi agar tetap relevan dan menarik. Selain itu, tantangan lain muncul dari polarisasi pemahaman keagamaan yang diperkuat oleh algoritma media sosial, yang menciptakan "echo chambers" dan "filter bubbles". Kondisi ini membuat individu lebih sering terpapar pada konten yang sesuai dengan pandangan mereka sendiri, sehingga menyulitkan terjadinya dialog yang konstruktif dan terbuka antar berbagai perspektif.[30]

Dalam menghadapi kompleksitas era VUCA, dakwah Islam harus mengembangkan pendekatan yang lebih fleksibel, sesuai dengan

---

[28] Dede Aji Mardani and Muhammad Abduh, "Agama Dan Dakwah Digital: Membentuk Karisma Online Melalui Personal Minning," *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* (Al-Jamiah Research Centre, 2022), https://doi.org/10.14421/inright.v11i2.2717.

[29] Durrotul Fairuz, Nur Kholis Eka Safitri, and Ahmad Hidayatullah, "Peran Teknologi Digital Dalam Menyebarkan Dakwah Islam Di Era Modern Dalam Konten YouTube Studio Al-Fusha TV," *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* (Institut Pesantren Mathali ul Falah, 2024), https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1116.

[30] Putri Kusumawati et al., "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z."

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

konteks, dan berorientasi pada solusi nyata. Dengan memahami karakteristik era ini, akan menjadi kunci agar strategi dakwah yang diterapkan bisa berjalan efektif dan berkelanjutan. Pendekatan yang bersifat monolitik dan top-down tidak lagi memadai. sebaliknya, dakwah perlu menyesuaikan dengan keragaman konteks, kebutuhan, dan preferensi audiensnya. Transformasi digital, yang sering dianggap sebagai tantangan, sebenarnya juga membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam yang penuh rahmat bagi seluruh alam, terutama di tengah turbulensi dan ketidakpastian yang ditimbulkan oleh era VUC.[31]

B. Transformasi Digital dalam Dakwah Islam

Dalam dua dekade terakhir, perkembangan media digital dan platform dakwah telah melaju dengan sangat pesat, menciptakan ekosistem baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam. Munculnya berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, podcast, dan aplikasi mobile khusus tentang Islam telah membuka cara-cara baru dalam melakukan dakwah di era modern. Perubahan ini bukan hanya sekadar perubahan teknis dalam cara menyampaikan pesan, tetapi juga mencerminkan perubahan mendasar dalam bagaimana kita memahami dan menjalankan dakwah [32]**.**

Media sosial, dengan algoritma yang canggih, memungkinkan pesan dakwah disesuaikan secara personal sesuai dengan minat dan karakteristik demografis audiens. Sementara itu, aplikasi-aplikasi Islami, seperti Al-Quran digital, pengingat waktu salat, dan platform pembelajaran Islam, telah menyatukan praktik keagamaan ke dalam rutinitas digital sehari-hari. Fenomena ini semakin kuat dengan munculnya komunitas-komunitas virtual Islami yang memfasilitasi kerja sama dan pertukaran ilmu pengetahuan tanpa batasan geografis, menciptakan jaringan global umat Islam yang semakin terhubung dan responsif terhadap isu-isu terkini.[33]

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi

---

[31] Zulkarnaini, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 26, No. 3 (2015): 151–58, https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847.

[32] M Chanra and Ramsiah Tasruddin, "Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital : Studi Kasus Pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era : A Case Study on the Millennial Generation" 8, no. 1 (2025): 872–81, https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862.

[33] Siti Qonitah, Sri Suparwi, And Siti Qoni'ah, "Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 6, no. 2 (2024): 45–57.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

dakwah dari yang bersifat satu arah dan hierarkis menjadi lebih interaktif, partisipatif, dan berbasis jaringan. Dalam metode tradisional, komunikasi berlangsung dari dai sebagai sumber otoritas kepada mad'u yang pasif. Kini, ekosistem digital memungkinkan pertukaran ide dan dialog secara multi-arah, menciptakan demokratisasi diskursus keagamaan di mana setiap orang bisa menjadi produsen maupun konsumen konten dakwah. Pesan dakwah pun lebih ringkas, visual, dan disesuaikan dengan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, serta menggunakan bahasa yang lebih kontekstual dan menarik bagi generasi muda. Transformasi ini tidak hanya mengubah bentuk penyampaian, tetapi juga memperkuat hubungan dan komunitas interpretasi yang lebih dinamis dan reflektif.[34]

Menurut [35] keunggulan dakwah berbasis teknologi memiliki beberapa dimensi strategis yang membuatnya lebih unggul dibandingkan pendekatan konvensional.

1. Teknologi memberikan jangkauan dan skalabilitas yang luar biasa, memungkinkan konten dakwah diakses oleh audiens global tanpa batasan ruang dan waktu. Seorang dai yang menggunakan platform digital kini dapat menjangkau jutaan pendengar, jauh melebihi kapasitas forum dakwah tatap muka.
2. Algoritma kecerdasan buatan memungkinkan personalisasi konten yang dapat menyesuaikan pesan dakwah dengan kebutuhan, minat, dan tingkat pemahaman spesifik audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih relevan dan mengena.
3. Media digital memudahkan pengukuran dan analisis dampak dakwah secara lebih tepat melalui berbagai metrik seperti jumlah penonton, tingkat keterlibatan, dan tanggapan audiens, yang membantu dalam mengevaluasi dan menyempurnakan strategi dakwah berdasarkan data nyata.
4. Biaya yang relatif terjangkau dan kemudahan akses teknologi digital membuka kesempatan partisipasi yang lebih luas dalam kegiatan dakwah, tidak hanya terbatas pada lembaga formal atau tokoh otoritas tradisional.

   Tetapi transformasi digital dalam dakwah Islam juga memiliki

[34] Taufikurrahman Taufikurrahman and Endang Setyowati, "Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube," *Al-Mada : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 7, No. 1 (2024): 103–16.

[35] Daeng Sani Ferdiansyah, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Transformasi Sosial di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-NTB," *Komunike* 12, No. 1 (2020): 114–21, https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2236.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

sejumlah tantangan yang tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utamanya adalah banjir informasi di ruang digital yang membuat pesan dakwah sulit menonjol di tengah banyaknya konten lain. Selain itu, penyebaran informasi yang salah atau pemahaman yang keliru tentang ajaran Islam juga mudah terjadi, apalagi jika konteks dan makna aslinya diabaikan demi konten yang cepat viral.[36]

Kesenjangan akses teknologi karena faktor ekonomi, lokasi, atau demografi juga masih menjadi kendala, sehingga tidak semua orang bisa menikmati dakwah digital secara merata. Tantangan lain yang perlu diperhatikan adalah isu etika seperti privasi data, keamanan siber, dan risiko pengawasan berlebihan. Ketergantungan yang terlalu besar pada teknologi pun bisa membuat hubungan sosial dan nilai kebersamaan dalam tradisi Islam, seperti shalat berjamaah atau majelis ilmu tatap muka, menjadi berkurang. Selain itu, algoritma media sosial yang cenderung memperkuat polarisasi dan membentuk "echo chambers" dapat mempersempit ruang dialog dan memperkuat perbedaan pemahaman.[37]

Dari dualitas peluang dan tantangan di atas. Dapat kita simpulkan bahwa di era digital maupun era VUCA yang penuh ketidakpastian, dakwah Islam perlu mengembangkan pendekatan yang lebih holistik dan seimbang. Integrasi antara metode dakwah tradisional dengan inovasi digital melalui konsep *digital-physical hybrid* dapat menjadi jembatan antara autentisitas tradisi dan kebutuhan relevansi masa kini.

Literasi digital yang kritis bagi dai dan mad'u menjadi sangat penting agar mereka mampu menavigasi kompleksitas informasi digital secara efektif dan bijak. Kolaborasi lintas disiplin antara ulama, pakar teknologi, psikolog, sosiolog, dan desainer konten juga dibutuhkan untuk menciptakan strategi dakwah digital yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Pada akhirnya, transformasi digital dalam dakwah Islam bukan sekadar soal adopsi teknologi, melainkan juga menandai perubahan mendasar dalam ekologi pengetahuan dan otoritas keagamaan. Hal ini menuntut rekontekstualisasi prinsip-prinsip dakwah agar tetap relevan di tengah dinamika era VUCA, tanpa mengorbankan inti dan nilai-nilai ajaran Islam.

C. Strategi Adaptif dalam Dakwah di Era VUCA

[36] Anggit Pamungkas and Umi Halwati, "Manajemen Media TV9: Telaah Perkembangan Bisnis Dakwah di Era Media Baru," *El Madani : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* (Institut PTIQ Jakarta, 2023), https://doi.org/10.53678/elmadani.v4i02.1403.

[37] Pamungkas and Halwati.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Hoaks, misinformasi, dan distorsi pesan Islam menjadi tantangan besar dalam dakwah digital saat ini. Dunia maya yang bebas dan tanpa filter memudahkan penyebaran konten yang tidak akurat, manipulatif, atau bahkan sengaja menyesatkan ajaran Islam. Algoritma platform sering memprioritaskan konten kontroversial dan emosional, yang bisa memperkuat misinformasi dan menyederhanakan ajaran Islam secara berlebihan. Misinformasi ini terbagi dalam beberapa tipe, seperti narasi sejarah palsu, penafsiran ayat dan hadis di luar konteks, atribusi palsu kepada ulama, dan generalisasi yang mereduksi ajaran kompleks menjadi simpel. Dampaknya bisa membingungkan umat, merusak citra Islam, dan memicu konflik. Untuk mengatasi ini, diperlukan literasi digital kritis, sistem verifikasi bersama, platform terpercaya, dan kampanye counter-narrative. Dai harus mampu menjadi "digital fact-checker" yang membantah hoaks dengan pendekatan ilmu dan etika Islam, sambil tetap menjaga adab dan hormat dalam diskusi publik.[38]

Dalam strategi dakwah di era yang berubah-ubah (VUCA) fleksibilitas menjadi hal yang sangat penting. Karena pendekatan dakwah yang monolituk dan dogmatis sudah kurang cocok dengan perubahan cepat di masyarakat saat ini. Oleh karena itu, dakwah yang adaptif harus mampu menyesuaikan ajaran Islam dengan konteks yang berbeda tanpa mengabaikan prinsip dasarnya. Dai modern perlu bisa beralih antara berbagai cara menyampaikan dakwah dari ceramah tradisional hingga konten visual, dari pendekatan formal ke informal, serta dari komunikasi individual ke kelompok yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Penggunaan berbagai platform, seperti mimbar, media sosial, dan aplikasi digital, juga membantu menciptakan ekosistem dakwah yang lebih luas dan menyatu. Dengan menerapkan prinsip *agile dakwah,* dai dapat terus memperbaiki strategi berdasarkan feedback dan perubahan situasi. Selain itu, variasi format konten, mulai dari ceramah, cerita digital, artikel, hingga meme, membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan. Pendekatan yang fleksibel ini tidak hanya membuat dakwah lebih efektif di tengah perubahan yang cepat, tetapi juga menjaga relevansi Islam sebagai nilai yang hidup dan responsif terhadap zaman.[39]

Personalisasi pesan dakwah juga sangat penting di era VUCA. Karna teknologi dan data membantu memahami karakter dan kebutuhan masing-masing audiens, sehingga dakwah tidak lagi satu ukuran untuk semua.

---

[38] Atep Jalaludin et al., "Strategy Management of Dakwah Education in the Era of the Industrial Revolution 4.0," *Journal of Social Science* (Ridwan Institute, 2021), https://doi.org/10.46799/jss.v2i6.248.

[39] Mentari Tri Indah Rahmayani and Fakhrurrozi Bin Ahmad, "Perencanaan Dakwah Dalam Menghadapi Perubahan Sosial di Era Globalisasi," *Matlamat Minda* 1, No. 2 (2021): 1–13, https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.286.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Strateginya meliputi membagi audiens berdasarkan usia, latar belakang, dan minat, lalu membuat konten yang sesuai dan memilih saluran komunikasi yang tepat. Contohnya, ada dai khusus untuk profesional, keluarga, atau generasi muda yang gaya komunikasinya cocok dengan mereka. Personalisasi ini juga menghubungkan ajaran Islam dengan kondisi nyata audiens agar lebih bermakna. Teknologi seperti algoritma membantu menyajikan materi yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi mereka. Tapi, kita harus hati-hati agar tidak terjebak dalam "filter bubble" yang memisahkan pandangan, dan tetap menjaga semangat inklusif serta dialog lintas perspektif agar pemahaman keagamaan tetap utuh dan menyeluruh.[40]

Terakhir yaitu dengan menggunakan big data dan AI dalam dakwah digital, hal demikian tentu akan membuka peluang besar di era VUCA. Big data memungkinkan pengumpulan dan analisis data besar tentang perilaku dan kebutuhan audiens, sehingga strategi dakwah lebih tepat dan berbasis bukti. AI membantu dengan membuat chatbot, merekomendasikan konten sesuai minat, dan menganalisis tren di media sosial. Teknologi ini juga memudahkan evaluasi efektivitas dakwah dan mendeteksi hoaks secara cepat dan akurat. Namun, harus hati-hati dengan isu privasi, bias data, dan risiko ketergantungan teknologi. Penggunaan AI dan big data harus sejalan dengan nilai Islam dan menjaga keseimbangan antara inovasi dan prinsip dasar.[41]

D. Etika dan Tantangan Dakwah Digital di Era VUCA

Hoaks, misinformasi, dan distorsi pesan Islam menjadi tantangan besar dalam dakwah digital saat ini. Dunia maya yang bebas dan tanpa filter memudahkan penyebaran konten yang tidak akurat, manipulatif, atau bahkan sengaja menyesatkan ajaran Islam. Algoritma platform sering memprioritaskan konten kontroversial dan emosional, yang bisa memperkuat misinformasi dan menyederhanakan ajaran Islam secara berlebihan. Misinformasi ini terbagi dalam beberapa tipe, seperti narasi sejarah palsu, penafsiran ayat dan hadis di luar konteks, atribusi palsu kepada ulama, dan generalisasi yang mereduksi ajaran kompleks menjadi simpel. Dampaknya bisa membingungkan umat, merusak citra Islam, dan memicu konflik. Untuk mengatasi ini, diperlukan literasi digital kritis, sistem verifikasi bersama, platform terpercaya, dan kampanye counter-narrative. Dai harus mampu menjadi "digital fact-checker" yang

[40] Muhammad Faizul Akbar Surbakti, Mutiawati Mutiawati, and Hasnun Jauhari 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.

[41] Chudzaifah, Muhyiddin, and Hikmah, "Esensi Dakwah Di Era Digital Dalam Menjawab Problematika Umat."

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

membantah hoaks dengan pendekatan ilmu dan etika Islam, sambil tetap menjaga adab dan hormat dalam diskusi publik.[42]

Selain itu rdikalisasi digital juga menjadi masalah serius yang muncul akibat distorsi pesan Islam di era VUCA. Lingkungan digital yang anonim, global, mudah membentuk komunitas, dan algoritmanya memperkuat polarisasi, memicu penyebaran ekstremisme dan perekrutan kelompok radikal. Proses radikalisasi dimulai dari paparan narasi korban yang memicu ketidakadilan, lalu indoktrinasi ideologi yang kaku, dan isolasi dalam "echo chambers" yang menguatkan pandangan ekstrem. Narasi radikal menarik karena menawarkan identitas yang jelas, kepastian moral, dan tujuan di tengah kecemasan di era VUCA.

Pencegahan radikalisasi digital butuh pendekatan komprehensif. Upaya pencegahan termasuk meningkatkan literasi digital, menyebarkan counter-narrative Islam yang moderat dan inklusif, serta memberdayakan komunitas online yang mempromosikan dialog. Strategi kuratif melibatkan program deradikalisasi digital, rehabilitasi bagi individu terpapar ekstremisme, dan jaringan dukungan online untuk reintegrasi ke diskursus Islam mainstream. Kolaborasi antara otoritas agama, platform digital, akademisi, dan komunitas dakwah sangat penting untuk menciptakan ekosistem digital yang aman dari narasi radikal, sambil tetap menjaga kebebasan berekspresi dan pluralisme.[43]

Menurut [44] Etika komunikasi dakwah di dunia digital sangat penting untuk menjaga integritas dan efektivitas pesan Islam di era VUCA. Di tengah polarisasi, penyederhanaan, dan konfrontasi yang sering terjadi di dunia maya, prinsip-prinsip etika dakwah Islam yang berlandaskan nilai-nilai Qur'ani seperti kebijaksanaan, nasihat yang baik, dan dialog yang santun menjadi semakin relevan. Beberapa prinsip operasional etika dakwah digital meliputi:

1. Integritas informasi: Verifikasi fakta, transparansi sumber, dan penyajian yang seimbang.
2. Adab komunikasi: Kesantunan bahasa, penghormatan perbedaan pendapat, dan penolakan ujaran kebencian.
3. Kontekstualisasi: Mempertimbangkan kompleksitas situasi dan keragaman audiens.

---

[42] Jalaludin et al., "Strategy Management of Dakwah Education in the Era of the Industrial Revolution 4.0."

[43] Ahmad Zamzamy, "Gerakan Islam Konteks Lokal Dan Global; Respon Pemikiran Sosial Politik Dan Ekonomi Aktivis Gerakan Islam di Indonesia," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, No. 1 (2019): 13.

[44] Nomor Tahun et al., "Etika Dakwah di Media Digital : Tantangan Dan Solusi di Antara Kelompok-Kelompok Masyarakat , Sehingga Mengganggu Persatuan Umat ." 3 (2025).

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

4. Keseimbangan: Antara ketegasan prinsip dan fleksibilitas pendekatan.
5. Kasih sayang: Kepedulian terhadap kemaslahatan penerima dakwah.

Prinsip-prinsip ini perlu diterapkan dalam semua aspek dakwah digital, mulai dari pembuatan konten, interaksi dengan audiens, hingga merespons kritik. Tantangan etis di dunia digital termasuk dilema antara viralitas dan substansi, keseimbangan antara penyederhanaan dan akurasi, serta adaptasi dengan platform digital tanpa mengorbankan nilai agama. Dai digital perlu mengembangkan "adab digital" yang melampaui etika komunikasi konvensional, seperti cara mengelola komentar, merespons kritik, dan membangun komunitas virtual yang sehat. Teknologi baru seperti AI dan VR juga akan memunculkan tantangan etis baru yang memerlukan pemikiran mendalam untuk menerapkan prinsip etika Islam klasik dalam konteks yang belum pernah ada sebelumnya.

E. Masa Depan Dakwah Islam dalam Konteks VUCA

Tren dakwah digital di masa depan akan sangat dipengaruhi oleh teknologi canggih seperti Augmented Reality, Virtual Reality, dan kecerdasan buatan yang memungkinkan pengalaman belajar agama lebih interaktif dan personal. Teknologi penerjemahan otomatis dan Internet of Things akan mempermudah akses dakwah lintas bahasa dan mendukung praktik ibadah sehari-hari dengan perangkat pintar. Selain itu, kemudahan pembuatan konten akan memperkaya keberagaman suara dalam dakwah, sementara blockchain dan neuroteknologi membantu memastikan keaslian konten dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Namun, perkembangan ini juga menuntut perhatian pada etika dan tata kelola agar dampak sosial dan teologisnya dapat diantisipasi dengan baik, sehingga dakwah digital tetap bermakna dan bermanfaat di era modern.[45]

Lembaga Islam memiliki peran kunci dalam merespons disrupsi digital untuk menentukan arah dakwah di era VUCA dan pasca-VUCA, dengan tuntutan bertransformasi dari penjaga tradisi menjadi motor inovasi tanpa kehilangan nilai-nilai Islam yang autentik. Transformasi ini mencakup perubahan struktur organisasi menjadi lebih adaptif dan responsif, peningkatan infrastruktur digital serta kompetensi SDM dalam literasi teknologi, pengembangan model bisnis yang relevan dan berkelanjutan, serta kolaborasi strategis lintas sektor, termasuk dengan industri teknologi dan pemerintah. Respons lembaga Islam terhadap digitalisasi sangat beragam, mulai dari yang konservatif hingga yang

[45] Rahimah, "Dakwah Melalui Teknologi VR dan AR : Transformasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 4, No. 2 (2024): 69–83.

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

transformatif, dan tidak selalu sejalan dengan orientasi teologisnya. Lembaga yang berhasil biasanya mampu menjaga keseimbangan antara tradisi dan inovasi melalui strategi seperti inkubator dakwah digital, akselerasi startup Islami, serta penguatan tata kelola antisipatif agar tetap relevan dan efektif dalam menghadapi tantangan era digital.[46]

Refleksi futuristik dakwah Islam mengarah pada paradigma post-VUCA yang menuntut sintesis antara tradisi dan inovasi tanpa mendominasi salah satu, melalui integrasi pengetahuan revelasional dan empiris, metode otoritatif dan partisipatif, serta realitas material dan virtual. Dakwah juga harus menyeimbangkan tujuan eskatologis dengan transformasi sosial kontemporer, sambil menghadapi isu-isu baru seperti interaksi manusia-AI dan bioetika. Di tengah kemajuan teknologi, muncul pula tren "digital minimalism" sebagai pencarian pengalaman spiritual autentik. Pemahaman mendalam terhadap maqasid syariah menjadi kunci adaptasi berkelanjutan agar dakwah tetap relevan, dinamis, dan berprinsip, mampu menjembatani perubahan dan kontinuitas dalam konteks global dan lokal.[47]

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) menuntut para pelaku dakwah untuk mengadopsi strategi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial, teknologi, dan budaya yang terus berubah. Melalui pendekatan kualitatif dan studi pustaka yang mendalam, ditemukan bahwa transformasi digital bukan hanya menjadi keniscayaan, tetapi juga elemen kunci dalam mendukung efektivitas dakwah di tengah ketidakpastian zaman.

Dalam konteks ini, strategi adaptif yang diterapkan oleh para da'i mencakup berbagai aspek. Pertama, fleksibilitas dalam pendekatan komunikasi menjadi syarat utama, disertai dengan kemampuan menguatkan narasi dakwah yang kontekstual sesuai kebutuhan audiens. Kedua, transformasi digital dalam dakwah tidak semata-mata menyangkut penggunaan media sosial atau platform daring, melainkan mencerminkan perubahan yang lebih mendasar, termasuk pergeseran pola pikir, metodologi, dan bahkan otoritas keagamaan dalam ruang digital. Ketiga, keberhasilan dakwah di era VUCA sangat bergantung pada kemampuan da'i membangun koneksi emosional dan intelektual dengan audiens melalui penyampaian pesan Islam yang inklusif, transformatif, serta berpijak pada nilai-nilai rahmatan lil 'alamin.

[46] Nasruddin Hasibuan, "Peran Islam Dalam Perkembangan Teknologi Pendidikan," *Logaritma* 2, no. 01 (2014): 18–36.

[47] Muji and Saifuddin Zuhri, "The Role of Artificial Intelligence (AI) for Da'wah in the VUCA Era."

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Dengan demikian, dakwah di era VUCA harus dilakukan melalui pendekatan yang lebih dinamis, kolaboratif, dan berbasis data. Para da'i tidak hanya dituntut untuk mampu merespons perubahan secara cepat, tetapi juga untuk memperkuat kapasitas literasi digital, sensitivitas sosial, dan pemahaman keagamaan yang mendalam. Pada akhirnya, dakwah tidak sekadar menjadi sarana penyampaian ajaran, melainkan juga instrumen penting dalam membangun ketahanan spiritual dan sosial umat Islam di tengah disrupsi global yang semakin kompleks.

5. BIBLIOGRAPHY

Afkarina, Rani, Cindi Septianza, Ahmad Faisol Amir, and Mochammad Isa Anshori. "Manajemen Perubahan di Era VUCA" 1, no. 6 (2023).

Ashari, M Fahmi, Muhammad Khalil Dova, and Canra Krisna Jaya. "Komunikasi Dakwah Kultural Di Era Digital." *Journal of Da'wah*. Institut Agama Islam Negeri Kerinci, 2024. https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423.

Chanra, M, and Ramsiah Tasruddin. "Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital : Studi Kasus Pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era : A Case Study on the Millennial Generation" 8, no. 1 (2025): 872–81. https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862.

Chudzaifah, Ibnu, Muh. Muhyiddin, and Afroh Nailil Hikmah. "Esensi Dakwah Di Era Digital Dalam Menjawab Problematika Umat." *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*. IAIN Sorong, 2021. https://doi.org/10.47945/tasamuh.v13i2.402.

Dinana, Retno Aqimnad, Muhammad Fahmi, and Fathur Rohman. "Dinamika Dan Tantangan Pendidikan Agama Islam Di Era Society 5 . 0" 6, no. 2 (2024): 5–11.

Fahma, Al Himni, and Mohammad Darwis. "Eksistensi Para 'Gus' Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*. Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, 2020. https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.655.

Fairuz, Durrotul, Nur Kholis Eka Safitri, and Ahmad Hidayatullah. "Peran Teknologi Digital Dalam Menyebarkan Dakwah Islam Di Era Modern Dalam Konten YouTube Studio Al-Fusha TV." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*. Institut Pesantren Mathali ul Falah, 2024. https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1116.

Ferdiansyah, Daeng Sani. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Transformasi Sosial Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-Ntb." *Komunike* 12, no. 1 (2020): 114–21. https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2236.

Hasibuan, Nasruddin. "Peran Islam Dalam Perkembangan Teknologi

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Pendidikan." *Logaritma* 2, no. 01 (2014): 18–36.

Huda, Miftachul, and Emiliana Sri Pudjiarti. "Peran Otomatisasi Dan Robotika Dalam Era Digital: Trasformasi Bisnis Melalui Otomatisasi Dan Robotika Dalam Era Digital." *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*. UNTAG Semarang, 2024. https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i1.1739.

Jalaludin, Atep, Ulfiah Ulfiah, Achmad Mudrikah, and Sayyid Rifki Noval. "Strategy Management of Dakwah Education in the Era of the Industrial Revolution 4.0." *Journal of Social Science*. Ridwan Institute, 2021. https://doi.org/10.46799/jss.v2i6.248.

M, Rahmad Diki Zulkarnain, and Syawaluddin Syawaluddin. "Perencanaan Dakwah Da'i Dalam Mencegah Kemerosotan Akhlak Anak Di Era Digitalisasi." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim Pact Mojokerto, 2023. https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i3.555.

Mardani, Dede Aji, and Muhammad Abduh. "Agama Dan Dakwah Digital: Membentuk Karisma Online Melalui Personal Minning." *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia*. Al-Jamiah Research Centre, 2022. https://doi.org/10.14421/inright.v11i2.2717.

Muji, Atipa, and Uin KH Saifuddin Zuhri. "The Role of Artificial Intelligence (AI) for Da'wah in the VUCA Era," 2023, 179–86.

Mujianto, Haryadi, and Zikri Fachrul Nurhadi. "Dampak Literasi Media Berbasis Digital Terhadap Perilaku Anti Penyebaran Hoaks." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*. IAIN Antasari, 2022. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v21i1.6419.

Novita, Novita Nur Inayha. "Penguatan Etika Digital Melalui Materi 'Adab Menggunakan Media Sosial' Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik Menghadapi Era Society 5.0." *Journal of Education and Learning Sciences* 3, no. 1 (2023): 73–93. https://doi.org/10.56404/jels.v3i1.45.

Pamungkas, Anggit, and Umi Halwati. "Manajemen Media TV9: Telaah Perkembangan Bisnis Dakwah Di Era Media Baru." *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*. Institut PTIQ Jakarta, 2023. https://doi.org/10.53678/elmadani.v4i02.1403.

Pokhrel, Sakinah. "Penggunaan Cyber Counseling Sebagai Upaya Pengembangan Karakter Remaja pada Era VUCA." *Αγαη* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Priyanto, Aris, and Mita Mahda Saputri. "Konsep Dakwah Santri Di Era Disrupsi." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. STAIN Curup, 2022. https://doi.org/10.29240/jdk.v7i1.4616.

Putri Kusumawati, Silviana, Atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, and Dani Alamsyah. "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z." *AL-INSAN: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

3, no. 1 (2022): 1–14.

Qonitah, Siti, Sri Suparwi, and Siti Qoni'ah. "Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 6, no. 2 (2024): 45–57.

Rachmadhani, Arnis. "Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*. Al-Jamiah Research Centre, 2021. https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636.

Rahayu, Anisa Sukma, Nurti Budiyanti, Rifa Siti Nurhaliza, Yasmin Khoirunnisa, and Zahra Suci Fadillah. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital Terhadap Generasi Z." *Pekerti: Journal Pendidikan Islam Dan Budi Pekerti*. Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo, 2023. https://doi.org/10.58194/pekerti.v5i2.3596.

Rahimah. "Dakwah Melalui Teknologi VR dan AR : Transformasi." *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 4, no. 2 (2024): 69–83.

Rahmayani, Mentari Tri Indah, and Fakhrurrozi Bin Ahmad. "Perencanaan Dakwah Dalam Menghadapi Perubahan Sosial Di Era Globalisasi." *Matlamat Minda* 1, no. 2 (2021): 1–13. https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.286.

Ridho, Ali, Akhmad Rifa'i, and Mohammad Sujud. "Jagat Dakwah Nahdlatul Ulama: Dakwah Berbasis Teknologi Dan Informasi Di Era Digitalisasi Dan Disrupsi." *Al-Munazzam : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Dakwah*. Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2022. https://doi.org/10.31332/munazzam.v2i2.4552.

Rifanti, Reni Meirina, and Ida Rindaningsih. "Transformation of Digital Education Systems in The Era of Globalization." Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023. https://doi.org/10.21070/ups.755.

Rofi'i, Imam, and Ami Latifah. "Strategi Pendidikan Agama Islam Dalam Menghadapi Tantangan Multikulturalisme Pada Masyrakat Muslim Di Era Globalisasi." *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 412–20.

Santoso, Bobby Rachman, and Iqbal Hakim. "Transformasi Dakwah di Era Digital: Studi Penyampaian Pesan Islami Ustaz Abi Azkakia Terhadap Remaja Gamers Pada Channel @ABIAZKAKIA." *Bayan Lin-Naas : Jurnal Dakwah Islam*. Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan Sumenep, 2024. https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v8i1.1629.

Setiyawan, Bambang Agus, and Umi Halwati. "Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital." *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*. Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri, 2022. https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.149.

Shalihin, Nurus. "Persilangan Kultural Dalam Mengelola Keberagaman Pada Masyarakat Muslim-Kristen Siringio-Ringo Sumatera Utara." *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 5, no. 2 (2021).

Sulaiman, Jundah, and Mansya Aji Putra. "Manajemen Dakwah Menurut

Volume 6 No. 1 Tahun 2025
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v6i1.1939

Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Manajemen Dakwah*. LP2M Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021. https://doi.org/10.15408/jmd.v8i1.19926.

Surbakti, Muhammad Faizul Akbar, Mutiawati Mutiawati, and Hasnun Jauhari 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.

Tahun, Nomor, Firman Maulidna, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, Muhammad Saleh, Penyiaran Islam, and Iain Lhokseumawe. "Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi Di Antara Kelompok-Kelompok Masyarakat , Sehingga Mengganggu Persatuan Umat ." 3 (2025).

Taufikurrahman, Taufikurrahman, and Endang Setyowati. "Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube." *Al-Mada : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 7, no. 1 (2024): 103–16.

Taufiq, Firmanda, and Ayu Maulida Alkholid. "Peran Kementerian Agama Dalam Mempromosikan Moderasi Beragama di Era Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah*. UIN Walisongo Semarang, 2021. https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9364.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. *TANTANGN ERA VUCA*. *Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019.

Zaenudin, Jeje, Pepen Irpan Fauzan, and Ridwan Rustandi. "Transformational Dakwah Leadership Model of Persatuan Islam (Persis) Organization in Facing Global Challenges" 18, no. December (2024): 487–516. https://doi.org/10.15575/idajhs.v18i2.40877.

Zamzamy, Ahmad. "Gerakan Islam Konteks Lokal Dan Global; Respon Pemikiran Sosial Politik Dan Ekonomi Aktivis Gerakan Islam Di Indonesia." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 1 (2019): 13.

Zulkarnaini. "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 26, no. 3 (2015): 151–58. https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847.