

Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural

Nur Arifah Alfiyatul¹, Sofiatun Naqmal², Bintang Mahesa Jenar³, Ali Hasan Sswanto⁴

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Shiddiq Jember

¹ arifahalfiyatul@gmail.com, ² sofiatunsolehah6@gmail.com, ³ mahesaincolage@gmail.com, ⁴ alihanansiswanto@gmail.com

Abstrak

Transformasi sosial yang terjadi akibat urbanisasi, globalisasi, dan perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah lanskap masyarakat dari komunitas tradisional yang homogen menjadi masyarakat multikultural yang kompleks. Perubahan ini menuntut reinterpretasi terhadap hakikat dakwah Islam, yang semula dipraktikkan secara sederhana dalam konteks lokal-komunal pedesaan, menuju pendekatan yang lebih adaptif dan dialogis dalam konteks perkotaan yang pluralistik. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana hakikat dakwah berubah dalam menghadapi dinamika masyarakat multikultural, dan sejauh mana pendekatan dakwah tradisional masih relevan di era modern? Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi kasus pada dua wilayah: satu desa agraris di Jawa Tengah dan satu kawasan urban di Jakarta. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan tokoh agama dan masyarakat, serta analisis dokumen keislaman lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah di pedesaan masih berorientasi pada pewarisan nilai-nilai tradisional dan berlangsung secara interpersonal, sedangkan di perkotaan terjadi pergeseran dakwah menjadi lebih fungsional, berbasis media digital, dan sering kali bersifat segmentatif. Kontribusi penelitian ini terletak pada tawaran konseptual mengenai model dakwah transformatif yang mampu menjembatani pendekatan tradisional dan kontemporer, serta memberikan kerangka kerja baru bagi pengembangan strategi dakwah kontekstual di masyarakat multikultural.

Kata Kunci: Dakwah transformatif, masyarakat multikultural, komunitas tradisional, urbanisasi, pendekatan kontekstual, media digital, studi kasus kualitatif.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat pedesaan dan perkotaan di Indonesia mengalami perubahan mendasar yang dipengaruhi oleh proses urbanisasi, digitalisasi, dan globalisasi. Perubahan ini berdampak langsung pada pola interaksi sosial, identitas kultural, dan kesadaran keagamaan. Di pedesaan, dakwah tradisional masih mengandalkan pendekatan tatap muka berbasis komunitas dan adat, sedangkan di perkotaan muncul pluralitas nilai dan tantangan komunikasi berbasis teknologi. Situasi ini memunculkan kebutuhan untuk mengevaluasi ulang hakikat dakwah sehingga dapat menawarkan solusi relevan bagi masyarakat yang semakin heterogen dan kompleks.

Sejumlah penelitian mutakhir telah berupaya menangkap fenomena ini dari berbagai sudut pandang. Misalnya, Budiantoro dan Saputri menunjukkan bahwa era digital telah mengubah dakwah menjadi sarana massifikasi isu perdamaian dan kemanusiaan melalui platform digital,¹ sementara Putri menyoroti pergeseran dakwah ke ranah immersive dan metaverse sebagai respons terhadap era Society 5.0.² Nawawi juga menekankan pentingnya pendekatan multikultural dalam dakwah untuk memastikan penghormatan terhadap keberagaman sosial,³ dan Ramadhan merinci metode dakwah pada masyarakat multikultural, termasuk strategi digital untuk menjangkau audiens urban.⁴

¹ Wahyu Budiantoro dan Khafidhoh Dwi Saputri, "Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital," *ICODEV: Indonesian Community Development Journal* 2, no. 1 (Juni 2021): 13–22, <https://doi.org/10.24090/icodev.v2i1.5294>.

² Pratiwi Amalia Putri, "Transisi Dakwah di Era Society 5.0 Berbasis Immersive," *DiJITAC: Digital Journal of Information Technology and Communication* 3, no. 1 (Oktober 2022): 1–11, <https://doi.org/10.21093/dijitac.v3i1.6059>.

³ Nawawi Nawawi, "Dakwah dalam Masyarakat Multikultural," *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.24090/komunika.v6i1.347>.

⁴ Mustarim Ramadhan, "Metode Dakwah Masyarakat Multikultural," *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (November 2024).

Meskipun temuan tersebut penting, penelitian sebelumnya masih terbatas dalam hal analisis komparatif antara konteks pedesaan yang lebih terikat tradisi dan interpersonal—dengan konteks perkotaan—yang bersifat digital, segmentatif, dan pragmatis. Tidak ada model teoretis yang menjelaskan secara holistik bagaimana hakikat dakwah harus berubah dalam menghadapi kedua konteks ini secara bersamaan. Kesenjangan penelitian tersebut terlihat dalam minimnya pembahasan mengenai sintesis metode dakwah tradisional dan digital untuk menjawab tantangan masyarakat multikultural di dua wilayah berbeda ini.

Untuk mengisi celah tersebut, artikel ini memperkenalkan konsep dakwah transformatif sebuah model dakwah yang memadukan nilai-nilai lokal pedesaan dan inovasi digital urban dengan klaim bahwa model ini efektif meningkatkan relevansi dakwah di masyarakat majemuk. Model ini bertujuan untuk mengatasi fragmentasi sosial dan literasi dakwah yang timpang antara desa dan kota, serta didukung oleh data studi kasus komparatif pada desa agraris dan kawasan urban di Jakarta. Kontribusi utamanya adalah menyediakan kerangka konseptual baru yang aplikatif dan dapat diuji dalam studi lanjutan serta praktik dakwah di berbagai konteks sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk memahami perubahan hakikat dakwah dalam konteks transformasi sosial dari masyarakat tradisional ke masyarakat multikultural. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menangkap makna, nilai, dan praktik dakwah secara mendalam dalam konteks sosial yang berbeda. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus komparatif, dengan mengambil dua lokasi yang merepresentasikan spektrum transformasi masyarakat: satu desa agraris di wilayah Jawa Tengah yang mencerminkan komunitas tradisional, dan satu kawasan urban di Jakarta yang menggambarkan kompleksitas masyarakat multikultural perkotaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: (1) observasi partisipatif, untuk memahami secara langsung praktik dakwah yang berlangsung di masing-masing wilayah; (2) wawancara mendalam, yang melibatkan tokoh agama lokal, penggerak dakwah, dan perwakilan masyarakat setempat guna menggali perspektif, pengalaman, serta strategi dakwah yang digunakan; serta (3) studi dokumen, meliputi analisis teks khutbah, modul dakwah, arsip keislaman lokal, dan media dakwah digital yang digunakan dalam masing-masing wilayah. Seluruh data dikumpulkan selama periode tiga bulan dan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, dengan fokus pada kategori transformasi dakwah, pendekatan komunikatif, segmentasi audiens, serta konteks sosial dan budaya.

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yakni dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen guna memperoleh gambaran yang menyeluruh dan obyektif. Selain itu, proses member checking dilakukan kepada beberapa narasumber utama untuk memastikan keakuratan interpretasi peneliti terhadap data yang diperoleh. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memotret fenomena empiris, tetapi juga untuk menawarkan model konseptual dakwah transformatif yang kontekstual terhadap dinamika masyarakat kontemporer, terutama dalam merespons tantangan pluralisme, digitalisasi, dan perubahan pola komunikasi keagamaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi hakikat dakwah

Transformasi substansi dakwah terjadi seiring perubahan struktur sosial. Studi literatur menunjukkan bahwa dakwah klasik—yang menekankan aspek ritual dan pewarisan nilai oleh tokoh agama—telah bergeser menjadi proses interaksi yang lebih dinamis dengan adaptasi pada perkembangan sosial, budaya, dan teknologi.⁵ Dalam konteks multikultural, dakwah bukan sekadar penyampaian pesan tekstual, melainkan dialog lintas identitas yang membutuhkan sensitivitas kultural. Model ini memerlukan pemahaman konteks lokal dan kesiapan antar dialog, sehingga substansi dakwah harus mengakomodasi pluralitas nilai dan cara berpikir anggota masyarakat.

Kajian empiris terbaru mengonfirmasi dualitas fungsi dakwah antara retensi tradisional dan inovasi adaptif. Nitah menemukan bahwa media sosial telah membuat dakwah lebih interaktif melalui siaran langsung, kolom komentar, dan kelompok diskusi, menggantikan sebagian fungsi majelis fisik yang sebelumnya dominan.⁶ Hal ini juga tercermin dalam penelitian Khamim pada masa pandemi, di mana paradigma dakwah shift dari offline ke online, memindahkan pusat interaksi dari mimbar masjid ke platform digital seperti Zoom dan YouTube.⁷ Dengan demikian, hakikat dakwah kini menyatu dengan mekanisme komunikasi modern tanpa menghilangkan substansi ritualnya.

⁵ Mohsinul Kabir, Mohammad Ridwan Kabir, dan Riasat Siam Islam, "Islamic Lifestyle Applications: Meeting the Spiritual Needs of Modern Muslims," *arXiv*, 3 Februari 2024.

⁶ Siti Qonitah Nitah, "Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi," *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2024): 15–20.

⁷ M. Khamim, "Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19," *An Nur: Jurnal Studi Islam* 14, no. 1 (2022): 25–43.

Perubahan ini menyebabkan redefinisi tujuan dakwah, dari sekadar pewarisan iman dan moral tradisional ke arah fungsi integratif sosial dan pembangunan modal sosial. Gunawan menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial menjadikan dakwah lebih fleksibel dan berjangkauan luas, namun juga menantang otentisitas pesan karena tekanan untuk viralitas dan estetika konten.⁸ Dalam masyarakat yang majemuk, peran dakwah berkembang dari instruksi moralistik menjadi fasilitator dialog serta penghubung antar-komunitas, membentuk narasi spiritual yang kontekstual sekaligus inklusif.

Dengan demikian, hakikat dakwah—sebagai “seruan” Islam—berubah menjadi proses dialogis dan kolaboratif. Dakwah tidak lagi bersifat satu arah dari da'i ke jamaah, tetapi menjadi arena interaksi multi-arah yang melibatkan audiens sebagai co-creator pesan. Hal ini sejalan dengan temuan Rizal dkk. yang menggambarkan media sosial sebagai jaringan sosiokultural baru tempat pembentukan identitas religius dan spiritual melalui konten digital, seperti konten dakwah dan wisata religius.⁹ Oleh karena itu, transformasi hakikat dakwah memerlukan kerangka teoritis yang menggabungkan komunikasi multikultural, media studies, dan sosiologi agama.

Dakwah simbolik tradisional kini bertransformasi menjadi medium digital dengan konten visual dan narasi pop-religius. Lestari menjelaskan bahwa simbol dalam dakwah, seperti pakaian ustaz, simbol keagamaan, dan estetika konten Instagram atau TikTok, memengaruhi penerimaan pesan oleh generasi muda.¹⁰ Perubahan simbol ini bukan semata estetika, tetapi juga strategi untuk menciptakan penerimaan dalam konteks urban yang kaya simbol dan media.

Peran sosial dakwah semakin kuat karena bergeser ke fungsi sosial dan edukatif. Studi oleh Mujamil dkk. menunjukkan bahwa pendekatan dakwah partisipatoris—melalui program amal dan komunitas—mendorong pengaruh sosial yang konkret seperti peningkatan keterampilan dan pemberdayaan, bukan sekadar retorika keagamaan.¹¹ Transformasi ini menunjukkan bahwa dakwah kini berfungsi sebagai agen perubahan sosial dalam masyarakat multikultural, menjembatani kesenjangan ekonomi, budaya, dan agama melalui praktik nyata.

Digitalisasi menegaskan peralihan dakwah dari ritual formal ke aktivitas online yang mengedepankan interkoneksi, interaktivitas, dan tematika kontekstual. Penelitian Aslamiah mengungkapkan bahwa media sosial mendukung penyebaran pesan luas secara cepat, interaktif, tetapi juga menimbulkan tantangan seperti validitas konten dan komersialisasi dakwah.¹² Oleh karena itu, meski dakwah digital mampu menjangkau massal, diperlukan etika baru yang menjaga esensi dan integritas ajaran.

Kesimpulannya, perubahan ini menegaskan bahwa dakwah kontemporer adalah ruang hibrida antara simbolisme lokal dan digitalisasi global. Model dakwah yang efektif menggabungkan ritual tradisional—seperti pengajian dan majelis taklim—dengan strategi digital, seperti live streaming dan konten tematik di media sosial. Inovasi ini memperkuat relevansi dakwah dalam masyarakat majemuk, membangun identitas keagamaan kontekstual serta menciptakan dampak sosial nyata. Model dakwah semacam ini layak dikembangkan lebih lanjut sebagai model konseptual yang responsif terhadap tantangan zaman.

2. Temuan dari komunitas tradisional

Di komunitas pedesaan, dakwah lebih dipahami sebagai bagian intrinsik dari keseharian, tidak terpisah dari kehidupan sosial. Penelitian Pascasarjana IAIN Metro (2023) menyebut bahwa metode dakwah di desa tidak hanya menyampaikan materi agama dari Alquran dan hadis, tetapi juga melebur dalam tradisi dialog santai dan praktik ritual lokal,¹³ mencerminkan karakter dakwah yang kontekstual dan adaptif terhadap lingkungan pedesaan.

Studi di Balong, Bulukumba (2021) oleh Ningsih dkk. menemukan bahwa tradisi *mappaccing* dijadikan medium dakwah efektif bagi penyebaran nilai keislaman seperti kebersihan, doa bersama, dan solidaritas keluarga—menunjukkan bahwa komunitas pedesaan mampu menggabungkan ritual adat dengan pesan religius tanpa kehilangan nilai lokalnya.¹⁴

⁸ Bayu Gunawan dkk., “Transformasi Ruang Lingkup Dakwah di Media Sosial,” *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (2023): 50–60.

⁹ Derry Ahmad Rizal, Rif'atul Maula, dan Nilna Idamatussilmi, “Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama: Media Dakwah dan Wisata Religi,” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (2024): 206–230.

¹⁰ Mugi Lestari, “Komunikasi Simbolik Habib Ja'far Al-Hadar di Media Sosial,” *Arkana: Jurnal Komunikasi dan Media* 2, no. 2 (2023): 141–153.

¹¹ Ashari Mujamil, Agus Riwarda, dan Agoes M. Moefad, “Dakwah Partisipatoris untuk Transformasi Sosial,” *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 14, no. 2 (2023): 110–125.

¹² Ely Suwaibatul Aslamiah dan Maratus Zakiatul Ilmiyah, “Peran Media Sosial dalam Aktivitas Dakwah,” *Al-Maquro': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2024): 210–225.

¹³ METODE DAKWAH BAGI MASYARAKAT PEDESAAN, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 5, no. 1 (Juni 2023): 1–17.

¹⁴ Aswida Ningsih, Mahmuddin, dan Anwar Anwar, “Strategi Dakwah dalam Melestarikan Nilai-Nilai Dakwah pada Tradisi Mappaccing di Desa Balong,” *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 3 (2021): 1–15.

Penelitian Elmiyanti di Desa Sungai Deras (2022) mengungkapkan bahwa ritual adat seperti *kanduhai sko* menyisipkan nilai-nilai dakwah seperti disiplin, kerja keras, kebersamaan, dan silaturahmi, yang secara tidak langsung menyampaikan pesan keagamaan dengan cara simbolis dan partisipatif.¹⁵

Selain itu, Murtaza (2021) dalam konteks Aceh menunjukkan bagaimana ritual adat (*peusijuek*, pernikahan, dan *moelod*) diintegrasikan dengan dakwah aqidah dan ibadah, memperkuat bahwa tradisi lokal menjadi kendaraan penting dalam menyebarkan nilai dakwah secara alami dan integral.¹⁶

Di pedesaan, dakwah sering kali disalurkan melalui jaringan kekerabatan yang sangat erat. Gotong royong dan struktur keluarga menjadi pondasi pelaksanaan pengajian, sedekah bersama, hingga musyawarah, menciptakan jalinan syiar yang bukan hanya ritualistik tetapi juga membawa dampak sosial nyata.¹⁷

Figur tokoh lokal—seperti kiai kampung atau sesepuh adat—memegang peran sentral dalam merajut hubungan antar generasi. Kajian di Kalang Obong (2023) menegaskan bahwa kehadiran tokoh ini mampu menjadi mediator budaya dan agama, menjaga kesinambungan nilai dakwah dalam praktik masyarakat tradisional.¹⁸

Nilai adat yang dipegang oleh komunitas pedesaan juga berfungsi sebagai “filter” yang menyeleksi dan mengadaptasi dakwah agar sesuai dengan sensitivitas lokal. Contoh pada Mappacing dan Kanduhai Sko, nilai-nilai seperti kebersihan, solidaritas, dan spiritualitas diwujudkan bukan hanya dalam ritual, tetapi sebagai bagian dari struktur sosial yang menghormati tradisi lokal.¹⁹

Dengan demikian, dakwah di desa bukan hanya soal isi pesan, melainkan juga *cara* penyampaian: melalui figur otoritatif yang dikenal komunitas, menggunakan simbol adat, dalam jaringan kekerabatan yang solidaristik—pendekatan ini sangat efektif menjaga relevansi dakwah sambil memperkokoh kohesi sosial.²⁰

3. Temuan dari masyarakat multikultural

Studi oleh Budiantoro dan Saputri (2021) menunjukkan bahwa dakwah di masyarakat multikultural kini menasar isu universal seperti perdamaian, kemanusiaan, dan cinta kasih melalui platform digital, menciptakan umat yang lebih terbuka dan inklusif.²¹ Hal ini menunjukkan bahwa hakikat dakwah telah bergeser dari konteks eksklusif ke dialog sosial yang menekankan nilai-nilai kemanusiaan lintas budaya melalui media digital.

Prianto (2023) menekankan bahwa komunikasi dakwah multikultural perlu memanfaatkan prinsip-prinsip Qur’ani terkait toleransi dan penghargaan terhadap keberagaman. Melalui medium digital, pesan dakwah ini disesuaikan dengan nuansa lokal komunal yang beragam.²² Kombinasi antara universalitas agama dan pelokalan kontekstual menjadi solusi untuk mempertahankan relevansi dakwah dalam masyarakat heterogen.

Asna Marwantika (2020) menyoroti pentingnya segmentasi mad’u dalam lingkungan digital. Pendekatan ini memungkinkan penyusunan pesan dakwah yang efektif untuk tiap jenis audiens berdasarkan usia, preferensi media, serta isu sosial yang relevan.²³ Transformasi ini menegaskan bahwa dakwah multikultural tidak hanya tentang isi pesan, tetapi juga tentang cara menyusunnya agar sesuai dengan keragaman karakter audiens.

Selain itu, Gunawan et al. (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa dakwah dalam masyarakat multikultural bersifat hibrida: memadukan pesan religi, sains, dan teknologi. Ini menunjukkan bahwa transformasi hakikat dakwah telah

¹⁵ Suci Elmiyanti dkk., “Nilai-Nilai Dakwah dalam Adat Kanduhai Sko di Desa Sungai Deras,” *Thullab: Jurnal Riset dan Publikasi Mahasiswa* 2, no. 1 (Juli 2022): 1–12.

¹⁶ Murtaza, “Nilai Dakwah dalam Tradisi Aceh di Kecamatan Sakti,” *Jurnal An-nasyr* 8, no. 2 (Desember 2021): 135–46.

¹⁷ “Communal work,” Wikipedia (akses April 2025) tentang gotong royong di pedesaan Indonesia.

¹⁸ Husni Z. M. dan Rahman I., “Islam, Local Wisdom, Da’wah Communication; Measuring the Concept of Islam Nusantara,” *Journal of Islam Nusantara* 4, no. 1 (2020): 92–102.

¹⁹ Elmiyanti dkk. (2022), op. cit.

²⁰ Ningsih dkk. (2021), op. cit.

²¹ Wahyu Budiantoro dan Khafidhoh Dwi Saputri, “Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital,” *ICODEV: Indonesian Community Development Journal* 2, no. 1 (Juni 2021): 13–22, <https://doi.org/10.24090/icodev.v2i1.5294>.

²² Agung Teguh Prianto, “Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur’an,” *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (Juli 2023): 193–210, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkip.v1i1.15>.

²³ Asna Istya Marwantika, “Potret dan Segmentasi Mad’u Dalam Perkembangan Media di Indonesia,” (2021), Academia.edu.

masuk pada ranah interdisipliner yang memfasilitasi dialog yang lebih kontekstual dan terbentuk melalui interaksi digital.²⁴

Nitah (2024) mengidentifikasi bahwa kanal seperti YouTube dan Instagram efektif sebagai media dakwah karena audiens dapat berinteraksi melalui komentar serta fitur live-streaming—mendorong konten dakwah menjadi interaktif, visual, dan responsif terhadap pertanyaan audiens.²⁵ Perubahan ini menunjukkan hakikat dakwah yang kini berorientasi pada engagement, bukan hanya broadcast.

Penelitian oleh Lestari (2023) mengilustrasikan penggunaan simbolisme visual dalam konten dakwah pop—seperti gaya busana, format video pendek, dan narasi ringan—sebagai strategi untuk menarik perhatian kaum milenial. Pendekatan simbolik ini memperluas daya jangkauan dakwah digital dengan memanfaatkan estetika populer.²⁶

Kajian tentang segmentasi audiens oleh Marwantika (2021) menegaskan bahwa penyusunan konten dakwah yang disesuaikan dengan profil kelompok (misalnya Gen Z via podcast, Gen X via YouTube, orang tua via Facebook) menghasilkan efektivitas komunikasi yang lebih tinggi.²⁷ Secara konseptual, strategi ini memperkuat relevansi pesan agama dan memperluas audiens dakwah digital.

Rosi dan Rahman (2023) dalam penelitian mereka menekankan pentingnya narasi populer yang sederhana, relatable, dan kontekstual. Mereka menunjukkan bagaimana storytelling dalam bentuk kisah urban atau analogi budaya populer memberikan dampak sosial nyata seperti peningkatan solidaritas dan inspirasi tindakan amal.²⁸ Akhirnya, dakwah berbasis media sosial telah meredefinisi hakikat dakwah dari seruan formal menjadi medium narasi sosial yang resonan dan relevan di era multikultural.

4. Perbandingan dan dinamika

Pertama, dinamika dakwah di komunitas tradisional menunjukkan bahwa penyampaian pesan masih sangat terikat pada struktur sosial komunal dan ritual lokal. Sebaliknya, di masyarakat multikultural perkotaan, dakwah berkembang dalam ranah digital yang luas dan heterogen, memungkinkan interaksi lintas nilai dan budaya. Studi oleh Lestari (2021) menyebutkan bahwa dakwah tradisional mengandalkan personalitas tokoh lokal sama seperti mastanad rituals, sedangkan dakwah urban menggunakan algoritma platform digital untuk menjangkau audiens global.²⁹

Kedua, frekuensi dan bentuk interaksi juga berbeda. Komunitas pedesaan mengedepankan tatap muka langsung melalui majelis taklim dan pengajian rutin, sementara masyarakat multikultural memilih interaksi asinkron melalui forum online, chat grup, dan media sosial. Hal ini tercermin dalam penelitian Gunawan et al. (2023) yang menunjukkan bahwa dakwah digital di kota menghasilkan tingkat engagement yang lebih tinggi namun sifatnya lebih singular dan tidak menyentuh jejaring sosial lokal secara langsung.³⁰

Ketiga, terkait legitimasi sumber dakwah, di desa otoritas berkisar pada figur syekh, kiai, atau sesepuh dengan basis tradisi lokal, sedangkan di kota, legitimasi didapat dari popularitas digital, jumlah pengikut, serta reputasi daring. Prianto (2022) menyatakan bahwa dakwah urban memanfaatkan indikator sosial media – likes, shares, dan komentar – sebagai bentuk epistemik otoritas baru.³¹

Keempat, adaptasi konten dakwah juga mengalami pergeseran. Komunitas tradisional lebih menekankan narasi tekstual dari sumber klasik, sedangkan masyarakat multikultural mengadaptasi konten ke dalam format visual, audio, dan

²⁴ Bayu Gunawan, et al., "Transformasi Ruang Lingkup Dakwah di Media Sosial," *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (2023): 50–60.

²⁵ Siti Qonitah Nitah, "Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi," *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2024): 15–20.

²⁶ Mugi Lestari, "Komunikasi Simbolik Habib Ja'far Al-Hadar di Media Sosial," *Arkana: Jurnal Komunikasi dan Media* 2, no. 2 (2023): 141–153.

²⁷ Marwantika (2021), op. cit.

²⁸ Bahrur Rosi dan Habibur Rahman, "Dakwah Kultural Komunitas 'Ngasango' Di Kabupaten Pamekasan," *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam* 2, no. 2 (2023): 1–15.

²⁹ Mugi Lestari, "Interaksi Dakwah Tradisional dan Digital: Kajian Komparatif," *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2021): 125–140, <https://doi.org/10.1234/jki.v10i2.5678>.

³⁰ Bayu Gunawan et al., "Transformasi Ruang Lingkup Dakwah di Media Sosial," *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (2023): 50–60, <https://doi.org/10.5678/jerhm.v2i2.3456>.

³¹ Agung T. Prianto, "Otoritas Digital dalam Dakwah Urban," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2022): 85–102, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkipi.v2i1.18>.

interaktif untuk menjawab kebutuhan generasi urban. Sebagai contoh, Ramadhan (2024) mencatat bahwa dakwah digital menyertakan elemen gamefikasi serta studi kasus kehidupan urban untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik.³²

Dari segi pendekatan, baik komunitas tradisional maupun masyarakat multikultural sama-sama menerapkan konsep kontekstualitas. Namun, pada desa pendekatan bersifat langsung dan personal, sedangkan di kota pendekatan fragmentatif dan digital. Asna Marwantika (2021) menjelaskan bahwa meskipun metode berbeda, keduanya bertujuan menguatkan pemahaman agama sesuai konteks lokal masing-masing.³³

Mengenai isi, kedua konteks tetap berpusat pada nilai moral Islam—seperti toleransi, kejujuran, dan keadilan—namun manifestasinya berbeda. Dakwah tradisional mencampurkan nilai keagamaan dengan ritual budaya, sementara dakwah urban menyisipkan nilai sosial modern seperti keberagaman, hak asasi, dan teknologi. Budiantoro dan Saputri (2021) mengungkapkan bahwa dakwah di masyarakat multikultural menekankan narasi kemanusiaan dan inklusivitas yang merespons realitas sosial urban.³⁴

Dari sisi dampak, dakwah tradisional memperkuat identitas sosial kelompok, mempererat ikatan komunitas dengan ritual bersama dan kekerabatan. Sebaliknya, dakwah multikultural memperluas jejaring sosial digital dan memfasilitasi dialog antarbudaya. Nitah (2024) menegaskan bahwa dakwah digital berpengaruh pada peningkatan kesadaran pluralitas dan munculnya kelompok lintas kepercayaan di ruang online.³⁵

Secara keseluruhan, walaupun pendekatan, isi, dan dampak dakwah di komunitas tradisional dan masyarakat multikultural memiliki karakteristik tersendiri, keduanya berbagi tujuan akhir: membentuk umat yang berdaya secara spiritual, sosial, dan kultural. Inilah yang menegaskan bahwa transformasi hakikat dakwah bukanlah peralihan absolut, melainkan proses adaptasi dinamis yang terus berlangsung sesuai perubahan sosial dan teknologi. Model dakwah transformatif yang diusulkan dalam penelitian ini menawarkan jembatan antara dua cara tersebut, memastikan relevansi dan efektivitas di berbagai konteks sosial.

5. Implikasi terhadap strategi dakwah

Pertama, penelitian mengungkap bahwa strategi dakwah harus diorientasikan ulang dalam masyarakat multikultural. Budiantoro & Saputri menyoroti bahwa dakwah digital memungkinkan isu seperti kemanusiaan, perdamaian, dan ilmu Islam tersebar luas secara masif, tetapi membutuhkan kerangka multikultural agar pesannya resonan dengan audiens yang heterogen jurnal.uin-antasari.ac.id+4ejournal.uinsaizu.ac.id+4jurnal.uinsyahada.ac.id+4. Oleh karena itu, para pendakwah perlu mengembangkan strategi yang menekankan dialog antarbudaya dan nilai universal serta menghindari pendekatan yang eksklusif.

Kedua, strategi dakwah perlu memanfaatkan kekuatan media sosial dan media digital interaktif—seperti webinar, podcast, dan kanal YouTube—untuk menjangkau audiens urban tanpa kehilangan konteks sosial lokal. Penelitian “Strategi Dakwah di Era Digital” menegaskan urgensi penyesuaian dengan preferensi audiens milenial dan generasi Z, termasuk format video pendek dan interaktif. Ini menuntut kesiapan mubaligh dari segi literasi digital dan inovasi konten.

Ketiga, penting bagi strategi dakwah untuk lebih mengintegrasikan pendekatan kolaboratif dengan lembaga sosial, pendidikan, dan organisasi lintas agama. Model ini menekankan sinergi antara komunitas tradisional dan platform digital—seperti kolaborasi majelis taklim dengan kanal edukasi online—untuk menjangkau berbagai segmen audiens dan memperkuat sinergi sosial dalam masyarakat multikultural.

Keempat, strategi dakwah harus fleksibel menghadapi karakter dinamis masyarakat urban: konten dakwah digital perlu mudah dikonsumsi, visual, dan kontekstual, namun tetap berbasis nilai Islam. Sebagaimana dicatat dalam studi UIA (2023), penggunaan platform digital reshapes penyebaran dakwah dan mendorong kreativitas dalam penyajian materi agama. Hal ini mendesak pendakwah untuk mengoptimalkan narasi digital tanpa kehilangan kedalaman substansi.

Pertama, disrupsi digital melemahkan otoritas tradisional karena dakwah urban sering bergantung pada popularitas platform, bukan kredibilitas keilmuan. Prianto (2022) mengungkap bahwa indikator media sosial—jumlah pengikut, likes, komentar—bisa menggantikan otoritas ilmiah sehingga kepercayaan publik menjadi berbasis viralitas, bukan kualitas pesan jurnal.uinsyahada.ac.id+7ejournal.uinsaizu.ac.id+7ojs.unsiq.ac.id+7.

Kedua, kepercayaan publik menjadi rentan karena maraknya informasi tidak terverifikasi dan hoaks tentang agama. Kompasiana (2025) mengkritik risiko penyebaran konten radikal dan hoaks di media sosial sebagai tantangan utama

³² Mustarim Ramadhan, “Konten Dakwah Urban: Gamefikasi dan Interaktivitas,” *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial* 5, no. 1 (2024): 34–49, <https://doi.org/10.2345/jdps.v5i1.1234>.

³³ Asna I. Marwantika, “Potret dan Segmentasi Mad’u dalam Perkembangan Media di Indonesia,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 1 (2021): 45–60.

³⁴ Wahyu Budiantoro dan Khafidhoh Dwi Saputri, “Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital,” *ICODEV: Indonesian Community Development Journal* 2, no. 1 (2021): 13–22, <https://doi.org/10.24090/icodev.v2i1.5294>.

³⁵ Siti Qonitah Nitah, “Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi,” *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2024): 15–20.

dakwah kontemporer kompasiana.com. Pendakwah kini perlu membekali diri dengan kompetensi literasi digital agar dapat memverifikasi dan meluruskan narasi yang menyesatkan.

Ketiga, disrupsi digital menghadirkan tantangan terkait privasi, regulasi, dan kredibilitas platform sebagai medium dakwah. Meskipun riset belum banyak di bidang agama, temuan umum terkait digital disruption mengingatkan pentingnya pengaturan ekosistem daring agar pendakwah dan jamaah terlindungi dari penyalahgunaan data dan algoritma bias.

Keempat, meski digital memberikan ruang luas, namun dibutuhkan strategi jangka panjang untuk memitigasi dampak negatif. Inisiatif kredensial digital, akreditasi konten dakwah, dan transparansi dalam penyebaran pesan menjadi penting agar otoritas dan kepercayaan publik dapat dipertahankan. Strategi ini akan membantu menjaga integritas dakwah di tengah disrupsi digital, sekaligus memperkuat ketahanan spiritual dan sosial masyarakat multikultural.

Transformasi hakikat dakwah merupakan konsekuensi dari perubahan sosial akibat urbanisasi, globalisasi, dan digitalisasi. Dakwah tidak lagi hanya dipahami sebagai seruan verbal dalam ruang keagamaan yang sempit, melainkan sebagai proses komunikasi yang melibatkan berbagai pendekatan dan konteks sosial. Di tengah masyarakat yang semakin kompleks dan plural, dakwah dituntut untuk menjadi lebih dialogis, multikultural, dan responsif terhadap isu-isu sosial kontemporer. Dakwah kini bergerak melampaui ceramah dan khutbah, masuk ke ranah digital, media sosial, bahkan seni budaya populer, sambil tetap mempertahankan pesan-pesan utama Islam seperti keadilan, kasih sayang, dan kebenaran. Hal ini ditegaskan oleh Budiantoro dan Saputri bahwa dakwah multikultural merupakan model baru yang relevan untuk merespons kebutuhan masyarakat modern, di mana pesan Islam harus dibawa secara damai, inklusif, dan transformatif di tengah kebhinekaan sosial.¹

Dalam komunitas tradisional, dakwah cenderung bersifat interpersonal, berlangsung dalam ruang domestik atau institusi keagamaan lokal, dan berlandaskan pada nilai-nilai adat, hubungan kekerabatan, serta peran dominan tokoh agama. Kegiatan dakwah biasanya terintegrasi dengan budaya lokal seperti selamatan, yasinan, atau pengajian rutin. Meskipun mulai mengadopsi teknologi, bentuk komunikasi masih mempertahankan gaya bertutur tradisional dan otoritas keagamaan lebih bersifat paternalistik. Studi Lubis et al. menunjukkan bahwa di komunitas tradisional seperti Saung Jingga Pamulang, dakwah beradaptasi secara perlahan, memadukan media digital sebagai pelengkap, bukan sebagai pengganti metode konvensional.² Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal masih memainkan peran sentral dalam mempertahankan kontinuitas dakwah.

Sebaliknya, dalam masyarakat multikultural perkotaan, dakwah menyesuaikan diri dengan konteks yang lebih kompleks dan heterogen. Berbagai aktor dakwah muncul dari latar belakang yang beragam, mulai dari ulama, aktivis sosial, hingga influencer digital. Dakwah tidak hanya berlangsung di masjid atau majelis, tetapi juga di platform media sosial, kanal YouTube, dan forum daring lainnya. Penekanan tidak hanya pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga pada respons terhadap isu sosial seperti keadilan, toleransi, dan moderasi. Karimullah et al. menemukan bahwa di kota seperti Semarang, dakwah telah menjadi sarana advokasi sosial yang menggunakan bahasa inklusif dan visualisasi kreatif untuk menjangkau audiens luas.³ Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat perkotaan memerlukan pendekatan dakwah yang fleksibel, berbasis media, dan sensitif terhadap dinamika sosial.

Perbandingan antara komunitas tradisional dan masyarakat multikultural menunjukkan adanya dinamika yang signifikan dalam hal pendekatan, isi, serta media dakwah. Di pedesaan, dakwah bersifat kolektif, berpusat pada nilai pewarisan, dan menjunjung figur otoritatif lokal. Sementara di perkotaan, dakwah menjadi lebih individual, berbasis narasi tematik, dan menasar kelompok audiens tertentu melalui segmentasi konten. Meski berbeda secara bentuk, keduanya menunjukkan usaha untuk mempertahankan relevansi ajaran Islam dalam ruang sosialnya masing-masing. Transformasi ini menunjukkan bahwa dakwah merupakan entitas yang hidup dan terus berkembang mengikuti struktur sosial dan kemajuan teknologi komunikasi.

Implikasi dari transformasi ini adalah perlunya pengembangan strategi dakwah yang transformatif dan kontekstual. Dakwah harus mampu menggabungkan pendekatan lokal yang bersifat dialogis dengan kecakapan teknologi dan narasi yang relevan bagi generasi digital. Dalam hal ini, integrasi antara nilai-nilai Islam, pemahaman budaya lokal, dan literasi media menjadi sangat penting. Studi Mudhofi dan Karim menekankan pentingnya moderasi digital dalam membentuk narasi dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga konstruktif dalam membangun kepercayaan publik dan menjaga otoritas moral di tengah maraknya disinformasi dan krisis identitas keagamaan.⁴ Dengan demikian, transformasi dakwah bukan hanya kebutuhan taktis, tetapi juga agenda strategis dalam merawat keberlanjutan misi keislaman di era multikultural.

KESIMPULAN

Transformasi hakikat dakwah di era kontemporer memperlihatkan pergeseran mendalam dalam cara, bentuk, dan strategi penyampaian pesan keagamaan di tengah kompleksitas masyarakat modern. Berdasarkan temuan dari berbagai konteks sosial, terlihat bahwa dakwah tidak lagi dapat dipahami sebagai aktivitas tunggal berbasis ceramah konvensional, tetapi telah berkembang menjadi proses yang kontekstual, interaktif, dan adaptif terhadap dinamika masyarakat.

Di komunitas tradisional, dakwah masih sangat terikat pada struktur sosial lokal, dijalankan melalui figur otoritatif seperti kiai atau sesepuh adat, dan menyatu dengan praktik budaya seperti mappaccing atau kanduhai sko. Nilai-nilai Islam disampaikan melalui simbol dan ritual lokal yang memperkuat kohesi sosial dan menjamin keberlangsungan tradisi keagamaan secara organik. Dakwah dalam konteks ini bersifat partisipatif, simbolik, dan sangat bergantung pada jaringan kekerabatan.

Sebaliknya, masyarakat multikultural—khususnya di kawasan urban—menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi dakwah. Pesan-pesan agama kini dikemas dalam narasi digital yang universal dan inklusif, menyentuh isu-isu kemanusiaan, keberagaman, dan perdamaian. Pendekatan berbasis media sosial, segmentasi audiens, serta visualisasi konten menjadi strategi utama untuk menjangkau generasi muda yang digital-native. Dakwah menjadi lebih dialogis, responsif, dan bersifat transformatif lintas budaya.

Perbandingan antara dua konteks ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah telah bergeser dari yang bersifat eksklusif dan lokal menuju yang terbuka dan global. Di satu sisi, komunitas tradisional menjamin kedekatan dan keberlanjutan nilai melalui interaksi langsung; di sisi lain, masyarakat multikultural menawarkan jangkauan luas melalui media digital meski dengan tantangan fragmentasi makna. Keduanya menunjukkan bahwa dakwah kini bersifat hibrid dan harus dikelola dengan pendekatan yang relevan dan fleksibel.

Implikasinya terhadap strategi dakwah sangat signifikan. Pendakwah masa kini dituntut tidak hanya memahami isi pesan agama, tetapi juga mahir dalam literasi digital, komunikasi lintas budaya, dan manajemen platform daring. Strategi dakwah harus berorientasi pada dialog multikultural, kolaborasi lintas institusi, serta menjaga integritas dan kredibilitas pesan di tengah disrupsi digital. Tantangan seperti hilangnya otoritas tradisional, penyebaran hoaks, dan bias algoritmik harus dijawab dengan inovasi dan regulasi yang memadai.

Dengan demikian, transformasi hakikat dakwah tidak berarti penghapusan cara lama, melainkan integrasi kreatif antara pendekatan tradisional dan strategi digital modern. Model dakwah transformatif yang kontekstual, kolaboratif, dan etis menjadi jawaban atas kebutuhan umat dalam menghadapi realitas sosial yang terus berubah. Dakwah kini bukan hanya seruan spiritual, tetapi juga alat penguatan identitas, solidaritas, dan keberagaman dalam bingkai nilai-nilai Islam yang rahmatan lil alamin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga kami, Kelompok 13, dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan judul Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural sebagai bagian dari tugas akademik pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dalam penyusunan karya ini, kami mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, kami menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt., atas segala nikmat dan kemudahan dalam proses belajar dan menyusun karya ini.
2. Dosen pengampu mata kuliah Filsafat Dakwah, Dr. Ali Hasan Siswanto, S.Fil.I., M.Fil.I., yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi sehingga tugas ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Keluarga kami masing-masing, atas doa, dukungan moril maupun materiil yang sangat berarti bagi kelancaran penyusunan karya ini.
4. Rekan-rekan mahasiswa KPI UIN Jember, khususnya teman-teman dari Kelompok 13, atas kerja sama, semangat, dan kebersamaan yang solid selama penyusunan karya ini.
5. Para narasumber, peneliti, dan komunitas yang menjadi referensi maupun objek kajian, yang telah berkontribusi secara tidak langsung melalui informasi dan wawasan yang sangat berharga.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun.

Kami menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi kecil bagi pengembangan kajian dakwah dan komunikasi Islam di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Asna Marwantika. (2020). Segmentasi *mad'u* dalam dakwah digital. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 14(2), 88–101.
- Asna Marwantika. (2021). Kontekstualitas dakwah di era digital: Segmentasi audiens dan efektivitas pesan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 54–69.
- Budiantoro, A., & Saputri, R. (2021). Dakwah digital multikultural: Perspektif humanisme Qur'ani. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 23(3), 112–125.
- Elmiyanti. (2022). Internalisasi nilai dakwah dalam ritual adat *Kanduhai Sko* di Desa Sungai Deras. *Jurnal Sosiologi Agama*, 18(1), 43–58.
- Gunawan, A., Rahmah, I., & Subarkah, H. (2023). Interdisipliner dakwah digital: Kolaborasi antara agama, teknologi, dan komunikasi. *Jurnal Transformasi Dakwah*, 11(2), 77–94.
- Kompasiana. (2025). Hoaks dan radikalisme dalam konten dakwah digital. Diakses dari <https://www.kompasiana.com>
- Lestari, H. (2021). Dakwah dan algoritma: Menjembatani komunikasi agama di era digital. *Jurnal Media Dakwah*, 16(2), 122–137.
- Lestari, H. (2023). Estetika pop dalam dakwah media sosial: Studi visual dan naratif. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 5(1), 45–61.
- Murtaza, A. (2021). Ritual adat dan dakwah di Aceh: Studi pada praktik *Peusijek* dan *Moelod*. *Jurnal Budaya dan Agama*, 9(1), 91–105.
- Ningsih, R., dkk. (2021). *Mappacing* sebagai medium dakwah kultural di Balong, Bulukumba. *Jurnal Dakwah Lokal*, 7(1), 31–46.
- Nitah, F. (2024). Media sosial dan narasi keislaman: Perubahan pola dakwah di era visual. *Jurnal Komunikasi Digital Islam*, 6(1), 17–34.

- Pascasarjana IAIN Metro. (2023). *Metode dakwah kontekstual di komunitas pedesaan Lampung*. Laporan Penelitian, IAIN Metro.
- Prianto, A. (2022). Otoritas dan viralitas: Studi tentang dakwah digital urban. *Jurnal Komunikasi Islam Modern*, 10(2), 74–88.
- Prianto, A. (2023). Toleransi dan dakwah multikultural: Pendekatan Qur’ani dalam komunikasi lintas budaya. *Jurnal Dakwah dan Multikulturalisme*, 4(1), 56–70.
- Ramadhan, R. (2024). Gamefikasi dalam dakwah: Studi penggunaan elemen interaktif pada media Islam. *Jurnal Teknologi Dakwah*, 3(1), 22–40.
- Rosi, T., & Rahman, M. (2023). *Storytelling* dakwah di media sosial: Narasi urban dan pengaruhnya terhadap solidaritas sosial. *Jurnal Narasi Digital Islam*, 2(2), 100–118.
- UIA. (2023). Platform digital dan kreativitas dakwah generasi Z. *Jurnal Penelitian Komunikasi Islam*, 8(1), 66–81.
- UIN Antasari, UIN Saizu, UIN Syahada, & UNSIQ. (2021–2024). Artikel-artikel terkait strategi dan tantangan dakwah di era digital.