



## **Planning Dewan Masjid Indonesia Dalam Pengembangan Media Dakwah Digital di Sumatera Utara**

**<sup>1</sup>Ahmad Mustofa Rafi; <sup>2\*</sup>Lahmuddin**

<sup>1-2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Indonesia

<sup>1</sup>ahmado104211149@uinsu.ac.id; <sup>2</sup>lahmuddinlubis@uinsu.ac.id

\*Penulis koresponden

Diajukan: 28-08-2025

Diterima: 05-10-2025

**ABSTRACT:** The development of information technology has encouraged transformation in Islamic da'wah strategies, including by religious institutions such as the Indonesian Mosque Council (DMI). This research aims to analyze the strategic *planning* of DMI North Sumatra in developing da'wah through digital media. This research uses a qualitative approach with data collection methods in the form of observation, in-depth interviews, and document review of the North Sumatra DMI management. The results showed that DMI realizes the importance of digitalization of da'wah in reaching a wide community, especially the younger generation who are active on social media such as YouTube, Facebook, and Instagram. DMI's institutional strategy includes developing technology-savvy human resources, strengthening digital infrastructure, and collaboration with other digital da'wah communities and institutions. However, the implementation of this strategy is faced with various challenges. This research contributes to enriching institutional-based digital da'wah literature.

**Keywords:** Planning, Indonesian mosque Council, Digital preaching, North Sumatera.

**ABSTRAK:** Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi dalam strategi dakwah Islam, termasuk oleh lembaga keagamaan seperti Dewan Masjid Indonesia (DMI). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan strategis DMI Sumatera Utara dalam mengembangkan dakwah melalui media digital. melalui pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap pengurus DMI Sumatera Utara, Hasil penelitian menunjukkan bahwa DMI menyadari pentingnya digitalisasi dakwah dalam menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial seperti YouTube, Facebook, dan Instagram. Strategi kelembagaan DMI meliputi pengembangan sumber daya manusia yang melek teknologi, penguatan infrastruktur digital, serta kolaborasi dengan komunitas dan lembaga dakwah digital lainnya. Namun, pelaksanaan strategi ini dihadapkan pada berbagai tantangan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur dakwah digital berbasis kelembagaan.

**KATA KUNCI:** *Planning*, Dewan Masjid Indonesia, dakwah digital, media dakwah, Sumatera utara.

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan berbagai transformasi dalam pola penyebaran informasi keagamaan, termasuk dakwah Islam.<sup>1</sup> Di tengah pesatnya penggunaan media digital, peran institusi keagamaan seperti Dewan Mesjid Indonesia (DMI) menjadi semakin strategis dalam merancang dan mengimplementasikan media dakwah berbasis digital.<sup>2</sup> Di wilayah Sumatera Utara, yang dikenal memiliki keragaman budaya dan tingkat religiositas masyarakat yang tinggi, perencanaan strategis Dewan Masjid Indonesia (DMI) dalam pengembangan media dakwah digital menjadi sangat penting guna meningkatkan efektivitas penyebaran pesan-pesan Islam serta menjangkau generasi muda yang kini lebih akrab dengan dunia digital. Oleh karena itu, studi mengenai perencanaan Dewan Masjid Indonesia (DMI) dalam pengembangan media dakwah digital di Sumatera Utara menjadi relevan untuk melihat bagaimana lembaga ini menyesuaikan diri dengan tantangan zaman serta memanfaatkan potensi media digital secara optimal.<sup>3</sup>

Media sosial, khususnya YouTube, dengan fitur interaktif seperti komentar, *live chat*, dan kolaborasi kreator, memungkinkan pengguna terlibat langsung dalam pertukaran nilai, pengalaman, dan perspektif budaya yang beragam. Pada awal Januari 2025, YouTube mencapai jumlah pengguna sebanyak 2,53 miliar, setara dengan 30,9% total populasi dunia. Indonesia masuk dalam jajaran negara dengan pengguna YouTube terbanyak, mencapai 143 juta pengguna.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Dinda Ayu Triani et al., “Dakwah Di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam Di Era Digital,” *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa* 3, no. 1 (March 31, 2025): 295–305, <https://doi.org/10.59059/perspektif.v3i1.2206>; Irina Lomachinska, “Religious Organizations on Social Media: Opportunities, Challenges, and Future Prospects for Spiritual Communities in Ukraine,” *Skhid* 7, no. 1 (March 30, 2025): 46–52, <https://doi.org/10.21847/2411-3093.2025.716>.

<sup>2</sup> Novita Lestari, “Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial,” *Qawwam: The Leader’s Writing* 5, no. 1 (June 27, 2024): 35–42, <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>.

<sup>3</sup> Nur Khalifah and Alfiah Nur Hikmah, “The Use of Digital Media as a Da’wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque,” *Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (December 5, 2024): 73–84, <https://doi.org/10.54150/syiar.v4i2.496>.

<sup>4</sup> Rufaidah Rika Wahyuni, Muhammad Reza Athoillah, and Siti Raudahtul Jannah, “Urgensi Komunikasi Lintas Budaya Ruang Virtual Dalam Siaran Langsung Youtube

Berdasarkan data dari Survei We Are Social, penggunaan perangkat mobile di Sumatra Utara mencapai 353,8 juta, melebihi total populasi yang berjumlah 276,4 juta. Sebanyak 212,9 juta penduduk (77% dari populasi) merupakan pengguna internet, dengan rata-rata waktu penggunaan harian selama 7 jam 42 menit. Pengguna media sosial aktif tercatat sebanyak 167 juta (60,4% dari populasi), di mana rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengaksesnya adalah 3 jam 18 menit setiap hari. Sebagai perbandingan, waktu rata-rata menonton televisi adalah 2 jam 53 menit per hari.<sup>5</sup>

Alwafa Tarim TV memanfaatkan YouTube melalui fitur siaran langsung (*live streaming*) dengan berbagai program keagamaan dan sosial berupa ceramah, dialog, dan konten dakwah dengan beberapa streamer atau dai yang berasal dari luar negeri. Beberapa nama dai tersebut antara lain Al Habib Umar bin Hafidz (Pengasuh Darul Mustofa Tarim, Yaman), Al Habib Salim bin Umar, dan Habib Ali Zainal Abidin dari Malaysia, yang tentunya memiliki perbedaan latar budaya dan bahasa dengan masyarakat Indonesia. Dengan 429 ribu followers, YouTube Alwafa Tarim mampu menjangkau audiens global dan menghadirkan *viewers* dari beragam daerah dalam fitur siaran langsung.<sup>6</sup>

Dalam konteks ini, komunikasi lintas budaya menjadi semakin penting, karena kegagalan dalam menyampaikan pesan oleh streamer yang berlatar budaya berbeda dengan *viewers* dapat menyebabkan pesan sulit dipahami dan dimaknai, bahkan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan konflik antarbudaya di ruang virtual. Konflik sosial di ruang virtual yang banyak terjadi di Indonesia, misalnya, munculnya *haters* atau kelompok sosial tertentu, sering kali memunculkan stereotip, prasangka, dan diskriminasi antar individu dan kelompok.<sup>7</sup>

---

Alwafatarim,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 25, no. 1 (June 23, 2025): 01–22, <https://doi.org/10.15575/anida.v25i1.42793>.

<sup>5</sup> “Digital 2025,” We Are Social Indonesia, accessed May 1, 2025, <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.

<sup>6</sup> Wahyuni, Athoillah, and Jannah, “Urgensi Komunikasi Lintas Budaya Ruang Virtual Dalam Siaran Langsung Youtube Alwafatarim.”

<sup>7</sup> Narulita Sahara, Rosleny Marliani, and Elisa Kurniadewi, “Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean Pop di Media Sosial,” *Psyche* 4, no. 1 (2022): 31–46, <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.488>.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas tentang dakwah digital dalam konteks yang beragam. Misalnya, penelitian oleh Abdina mengkaji pemanfaatan channel media youtube sebagai media dakwah.<sup>8</sup> Sementara Purnomo & Efendi membahas mengenai pemanfaatan teknologi digital oleh Majlis Ta'lim Darrussofa Medan dalam melaksanakan dakwah di media sosial.<sup>9</sup> dan Asih meneliti pengelolaan digital pr dalam mengemas konten dakwah di instagram.<sup>10</sup> Di sisi lain, kajian oleh Aslan & Pong membahas terkait, “Understanding the trend of digital da'wah among muslim housewives in Indonesia”.<sup>11</sup>

Dari telaah literatur yang ada, terlihat bahwa masih terdapat celah dalam kajian mengenai bagaimana perencanaan strategis Dewan Mesjid Indnesia (DMI) secara kelembagaan dilakukan dalam konteks pengembangan media dakwah digital, khususnya di Sumatera Utara. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung menyoroti aspek teknis atau individu pelaku dakwah. Karena itu, penelitian ini memberikan hal baru dengan membahas bagaimana Dewan Masjid Indonesia di Sumatera Utara merencanakan dan menjalankan *planning* dakwah serta mengembangkan media dakwah digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *planning* dewan masjid Indonesia (DMI) Sumatera Utara kedepannya dengan menggunakan media digital, dan menggunakan media apa saja yang digunakan. Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan literatur dakwah digital berbasis kelembagaan, serta

---

<sup>8</sup> Rahmat A. Abdina, “Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Oleh Masjid Al-Irsyad Surabaya,” *Hikmah* 17, no. 1 (June 29, 2023): 83–98, <https://doi.org/10.24952/hik.v17i1.6032>.

<sup>9</sup> Dwi Endar Purnomo and Erwan Efendi, “Pemanfaatan Teknologi Digital Oleh Majlis Ta'lim Darrussofa Medan Dalam Melaksanakan Dakwah Di Media Sosial: Use of Digital Technology by Majlis Ta'lim Darrussofa Medan in Carrying Out Da'wah on Social Media,” *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (May 30, 2024): 220–36, <https://doi.org/10.54396/qlb.v5i1.1266>.

<sup>10</sup> Wulan Mulya Asih, Khoiruddin Muchtar, and Yusuf Zaenal Abidin, “Pengelolaan Digital Pr Dalam Mengemas Konten Dakwah Di Instagram @Masjidtrans,” *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)* 3, no. 1 (March 30, 2020): 108–19, <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.87>.

<sup>11</sup> Aslan Aslan and Kok Shiong Pong, “Understanding the Trend of Digital Da'wah Among Muslim Housewives in Indonesia,” *Fikroh: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 16, no. 1 (January 8, 2023): 11–22, <https://doi.org/10.37812/fikroh.v16i1.681>.

memberikan rekomendasi praktis bagi Dewan Masjid Indonesia (DMI) dan lembaga keagamaan lainnya dalam merancang *planning* dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan kebutuhan masyarakat kontemporer.

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Lexy Moleong merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif baik tertulis maupun lisan yang diperoleh dari informan atau narasumber dalam penelitian.<sup>12</sup> Adapun narasumber atau informan dalam penelitian ini yaitu pengelola DMI Sumatera Utara Medan. Meliputi ketua dewan masjid dan sekretaris. Adapun metode pengumpulan data untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan telaah dokumen.<sup>13</sup> Proses wawancara diawali dengan meminta kesediaan informan. Kemudian penulis melakukan proses wawancara secara mendalam (*in- dept interview*).<sup>14</sup> Selain itu, wawancara dilakukan secara semi terstruktur. Tujuannya untuk mempermudah peneliti dalam mendapatkan data penelitian.

Adapun data penelitian dianalisis menggunakan beberapa tahap yaitu: Pertama, reduksi data. Dalam konteks penelitian ini, penulis melakukan pemilihan data yang sesuai dengan topik penelitian ini. Kedua, pengkategorian data. Data yang telah dipilih kemudian dilakukan klasifikasi untuk mempermudah proses pendeskripsian data. Ketiga, tahap mendeskripsikan data yang diperoleh dalam bentuk narasi. Proses ini dilanjutkan dengan analisis data secara deskriptif dan didiskusikan melalui berbagai sumber literatur yang relevan. Keempat, menyimpulkan temuan penelitian.

## **C. DESKRIPSI DAN PEMBAHASAN**

---

<sup>12</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014).

<sup>13</sup> Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (April 30, 2021): 33–54, <https://doi.org/10.21831/hum.v2i1.38075>.

<sup>14</sup> Rusini, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Yogjakarta: Jakad Media Publishing, 2023).

## **Sejarah Dewan Masjid Indonesia**

DMI didirikan pada tanggal 22 Juni 1972 atas prakarsa Presiden Republik Indonesia saat itu, Jenderal Soeharto. Pembentukan DMI dilandasi oleh kebutuhan untuk memaksimalkan peran masjid sebagai pusat kegiatan umat Islam, bukan hanya dalam konteks ibadah ritual semata, tetapi juga sebagai pusat pembinaan umat dan pembangunan masyarakat. Dalam pertemuan dengan sejumlah tokoh Islam nasional di Istana Negara pada tahun 1995, Presiden Soeharto menyampaikan pentingnya revitalisasi fungsi masjid dalam pembangunan nasional, terutama di bidang sosial dan spiritual masyarakat.<sup>15</sup>

Proses pendirian DMI melibatkan tokoh-tokoh Islam terkemuka yang kemudian membentuk panitia persiapan untuk menyusun struktur dan arah organisasi.<sup>16</sup> Setelah melalui serangkaian musyawarah, terbentuklah kepengurusan DMI yang pertama, dengan Mohammad Djazman sebagai ketua umum. DMI kemudian menetapkan visi untuk menjadikan masjid sebagai pusat peradaban umat yang maju dan mandiri, serta misi untuk meningkatkan kualitas manajemen masjid, pembinaan jamaah, dan pemberdayaan sosial-ekonomi berbasis masjid.

Seiring berjalannya waktu, DMI mengalami perkembangan signifikan dalam memperluas jaringan organisasinya hingga ke tingkat provinsi, kabupaten/kota, bahkan ke desa-desa. DMI juga aktif menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga, baik pemerintah maupun swasta, dalam program-program seperti pelatihan manajemen masjid, kesehatan lingkungan, ekonomi syariah, hingga penanggulangan radikalisme. DMI berupaya agar masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga menjadi motor penggerak perubahan sosial yang konstruktif.

Kiprah DMI semakin kokoh ketika Jusuf Kalla terpilih menjadi Ketua Umum DMI pada tahun 2006. Di bawah kepemimpinannya, DMI

---

<sup>15</sup> Abdul Wahid Hasyim and Darsita Darsita, “Religiusitas Masyarakat Urban: Peran Dewan Kemakmuran Masjid Dalam Transmisi Nilai Religiusitas Pada Masyarakat Pamulang Timur, Tangerang Selatan” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, December 2019), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52251>.

<sup>16</sup> Yoga Agus Yulianto et al., *Tokoh Pemikiran Manajemen Dakwah* (Madani Kreatif Publisher, 2025).

mendorong digitalisasi manajemen masjid serta peningkatan kesejahteraan para imam dan marbot. Inisiatif-inisiatif seperti program masjid ramah lingkungan, masjid sebagai pusat ekonomi umat, serta integrasi masjid dalam pendidikan dan kesehatan masyarakat semakin memperluas peran masjid dalam kehidupan umat Islam Indonesia. DMI pun mengambil posisi strategis dalam menjawab tantangan zaman dengan tetap berpijak pada nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil alamin*.<sup>17</sup>

Saat ini, DMI terus mengkokohkan perannya sebagai wadah koordinasi dan pembinaan masjid-masjid di seluruh Indonesia. Dengan prinsip “memakmurkan dan dimakmurkan masjid,” DMI berkomitmen untuk menjadikan masjid sebagai pilar utama pembangunan karakter bangsa. Perjalanan panjang DMI mencerminkan konsistensinya dalam menjadikan masjid sebagai pusat pembinaan spiritual dan sosial, serta perannya sebagai penjaga harmoni umat di tengah dinamika kehidupan bangsa Indonesia.

Tujuan utama pembentukan DMI adalah untuk meningkatkan peran dan fungsi masjid dalam kehidupan umat Islam serta pembangunan bangsa. DMI berupaya menjadikan masjid sebagai pusat pembinaan akhlak, ilmu pengetahuan, dan kesejahteraan umat, bukan hanya sekadar tempat pelaksanaan ibadah ritual. Organisasi ini mendorong agar masjid dapat menjadi sarana pemersatu umat serta menjadi institusi yang aktif dalam menanggapi isu-isu sosial, ekonomi, dan budaya yang berkembang di masyarakat.

Fungsi DMI mencakup pembinaan dan pengembangan masjid secara menyeluruh, baik dari segi manajemen, sarana-prasarana, maupun sumber daya manusianya. DMI juga berperan dalam menyusun kebijakan dan program-program strategis untuk memakmurkan masjid serta menjadikannya pusat pelayanan umat. Selain itu, DMI menjalankan fungsi advokasi terhadap hak-hak takmir, imam, dan jamaah masjid, serta

---

<sup>17</sup> Sunaryanto Sunaryanto, Andi Faisal Bakti, and Sofyan Rizal, “Da’wah Tarbiyah of the Indonesian Muslim Students Islamic Union (KAMMI): Political Communication and Public Opinion Perspective,” *Jurnal Ilmiah Syi’ar* 22, no. 1 (July 31, 2022): 85, <https://doi.org/10.29300/syr.v22i1.6101>.

menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk memperluas kontribusi masjid dalam pembangunan nasional.

### **Media Sosial sebagai Saluran Interaktif Dakwah**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu dampak paling nyata adalah munculnya media sosial yang kini menjadi bagian penting dalam interaksi sosial sehari-hari.<sup>18</sup> Media sosial tidak lagi sekadar sarana hiburan atau komunikasi, tetapi telah menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi, pendidikan, dan bahkan aktivitas keagamaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah masuk dalam era digital yang memengaruhi cara berpikir, bertindak, dan berinteraksi satu sama lain.

Hampir seluruh lapisan masyarakat, dari anak-anak hingga orang dewasa, memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Keberagaman platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses dan menyebarluaskan berbagai bentuk informasi, termasuk konten keagamaan. Hal ini membuka peluang besar bagi dunia dakwah untuk menjangkau khalayak lebih luas secara cepat dan efisien. Dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah di masjid atau majelis taklim, melainkan dapat disampaikan dalam bentuk video, gambar, dan teks yang tersebar melalui media sosial.

Dalam konteks ini, dakwah digital menjadi strategi yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Para dai atau lembaga keagamaan dapat menyampaikan ajaran Islam dengan bahasa dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi digital. Pesan-pesan keagamaan pun dapat dikemas secara menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, sehingga meningkatkan efektivitas dalam penyampaian nilai-nilai Islam. Selain itu, dakwah melalui media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pendakwah dan jamaah secara lebih fleksibel.

---

<sup>18</sup> Jyoti Suraj Harchekar, "Impact of Social Media on Society," *International Journal of Engineering Research & Technology* 6, no. 7 (July 25, 2017), <https://doi.org/10.17577/IJERTV6IS070249>.

DMI, sebagai organisasi yang menaungi masjid-masjid di Indonesia, juga turut memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi dakwahnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus DMI, diketahui bahwa organisasi ini telah aktif menggunakan berbagai platform digital seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Melalui akun-akun resmi tersebut, DMI menyebarluaskan informasi seputar kegiatan keislaman, edukasi masjid, serta berbagai konten dakwah yang relevan dengan kebutuhan umat saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa DMI menyadari pentingnya adaptasi teknologi dalam menjalankan visi dan misinya.

Dengan demikian, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan dakwah di era digital. Keberadaan media sosial mampu menjembatani jarak antara pendakwah dan masyarakat, serta menjadikan pesan-pesan keagamaan lebih mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Langkah DMI dalam memanfaatkan media sosial adalah contoh konkret bagaimana lembaga keagamaan dapat bertransformasi secara positif di tengah kemajuan teknologi informasi. Dakwah digital menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan, meningkatkan pemahaman agama, dan memperkuat ikatan umat Islam dalam bingkai keberagaman masyarakat Indonesia.

### **Kendala Dewan Masjid Indonesia terhadap Dakwah Digital**

Dakwah digital memiliki dampak positif bagi masyarakat, DMI Sumut menghadapi beberapa tantangan kelembagaan. Namun, dakwah digital juga memiliki kendala dan tantangan yang dapat menghambat terlaksananya kegiatan tersebut. Berdasarkan data yang didapatkan melalui wawancara bahwa kendala yang dihadapi diantaranya, keterbatasan anggaran, sumber daya manusia yang kurang memadai dan alat yang dibutuhkan terbatas. Tidak hanya itu, di wilayah sumatera uatara juga masih terdapat kesenjangan internet. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa lokasi atau pedesaan yang masih sulit untuk mengakses informasi secara digital.

Perjalanan dakwah tidak semudah kita bayangkan dan lakukan, terlebih di era digital saat ini banyak problem-problem atau tantangan yang

kita hadapi. Terbukti kalau melihat dakwah yang disampaikan yang melalui media-media elektronik yang cukup heterogen jumlahnya, jelas ini menunjukkan bahwa era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam konteks dakwah, yaitu upaya untuk menyebarkan ajaran agama atau keyakinan kepada orang lain. Dakwah di era digital memiliki tantangan dan peluang yang unik. Di era digital dewasa ini, pengintegrasian teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu tantangan dakwah.

Dakwah yang selama ini hanya dilakukan dengan pendekatan tekstual perlu menyesuaikan dengan konteks yang tengah dihadapi masyarakat. Dalam Faridhatun Nikmah, Akhid Widi Rahmanto mengungkapkan bahwa dakwah tekstual hanya berpaku pada doktrin yang bersumber dari Alquran dan hadis saja, tapi belum menyentuh bagaimana implementasinya secara kontekstual di lapangan. Maka, dakwah secara kontekstual lebih sulit daripada dakwah tekstual. Dakwah kontekstual di era milenial ini membutuhkan keteladanan dan solusi yang nyata.<sup>19</sup>

Kemajuan teknologi yang semakin pesat memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi melalui media sosial. perkembangan media sosial yang semakin pesat menjadikan seseorang mudah untuk menggungjing, menghina, dan menjelek-jelekkan orang lain melalui media sosial.<sup>20</sup> Padahal hal tersebut sangat didorong oleh agama. Adanya kemajuan teknologi transportasi mempermudah ruang gerak dakwah ke sejumlah daerah bahkan hingga ke pelosok. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi dapat dimanfaatkan bagi kepentingan dakwah agar dakwah tersebut lebih efektif, cepat, dan akurat sehingga nilai dakwah yang berisi ajakan untuk selalu taat kepada Allah SWT dapat terus terjaga.

Pada awalnya, kemajuan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara komunikasi dan berkomunikasi terjadi di

---

<sup>19</sup> Administrator, “Dakwah Era Milenial Harus Kontekstual - Krjogja,” Krjogja, accessed May 29, 2025, <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1242551176/dakwah-era-milenial-harus-kontekstual>.

<sup>20</sup> Akshay Anuashok et al., “A Study on the Impact of Social Media on Modern Communication,” *IJFMR - International Journal For Multidisciplinary Research* 6, no. 2 (April 2, 2024), <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i02.15980>.

seluruh dunia. Media sosial memungkinkan informasi dan pesan-pesan agama untuk menyebar lebih cepat dan lebih luas daripada sebelumnya. Namun, ini juga membawa risiko penyebaran informasi palsu, radikalisme online, dan perdebatan yang intens tentang isu-isu agama. Bagaimana para pendakwah memanfaatkan teknologi ini sambil mengatasi risikonya adalah salah satu tantangan utama. Selain itu, pluralisme agama dan budaya semakin menjadi ciri masyarakat saat ini. Dalam masyarakat yang semakin beragam ini, para pendakwah harus berinteraksi dengan individu dari berbagai latar belakang agama dan kepercayaan. Tantangan di sini adalah mempromosikan dialog dan pemahaman antaragama sambil mempertahankan integritas ajaran agama masing-masing.<sup>21</sup>

Perubahan dalam dinamika sosial dan budaya juga memengaruhi cara orang mendekati agama dan spiritualitas. Dakwah harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam konteks sosial ini, termasuk isu-isu seperti hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan perubahan iklim. Pembahasan ini bertujuan untuk menjelajahi berbagai tantangan dakwah dalam masa kini atau era kontemporer dan mencari solusi-solusi yang relevan. Dengan memahami tantangan ini, kita dapat mengembangkan pendekatan yang lebih baik untuk menjalankan dakwah yang efektif, inklusif, dan sesuai dengan tuntutan zaman.

### **Planning DMI dalam pengembangan Dakwah melalui Media Digital**

DMI Wilayah Sumatera Utara telah menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya transformasi digital dalam penyebaran dakwah Islam. Hal ini menjadi sangat relevan mengingat perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara signifikan cara masyarakat, khususnya generasi muda, dalam mengakses dan mengonsumsi informasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua dan Sekretaris DMI Sumut, terungkap bahwa lembaga ini secara aktif merumuskan strategi

---

<sup>21</sup> Irina Lomachinska, “Religious Organizations on Social Media: Opportunities, Challenges, and Future Prospects for Spiritual Communities in Ukraine,” *Skhid* 7, no. 1 (March 30, 2025): 46–52, <https://doi.org/10.21847/2411-3093.2025.716>.

kelembagaan yang mengedepankan media digital sebagai sarana utama untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif.

Salah satu fokus utama dari strategi DMI adalah pemanfaatan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Platform-platform tersebut dipilih karena memiliki jangkauan yang luas serta mampu menarik perhatian generasi muda yang aktif di ruang digital. DMI menyadari bahwa keberadaan mereka di dunia maya harus dirancang secara profesional dan konsisten agar pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif, menarik, dan relevan dengan konteks kehidupan masyarakat saat ini.

Dalam mendukung strategi digital ini, DMI menyusun perencanaan yang terfokus pada tiga aspek penting. Pertama adalah pengembangan sumber daya manusia yang *digital-savvy*, yaitu membina generasi muda yang memiliki keterampilan dalam teknologi digital serta mampu mengelola konten dakwah secara kreatif dan bermakna. Keterlibatan generasi muda dalam proses produksi konten digital menjadi kunci utama dalam memastikan keberlangsungan dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman.<sup>22</sup>

Aspek kedua adalah penguatan infrastruktur teknologi. Hal ini mencakup penyediaan perangkat perekaman video, alat editing konten, serta sistem manajemen media sosial yang memadai. DMI juga mendorong pembentukan tim khusus yang bertugas untuk mengelola seluruh aktivitas digital, mulai dari produksi hingga distribusi konten dakwah.<sup>23</sup> Langkah ini menjadi penting untuk menjaga kualitas serta kesinambungan pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat.

Aspek terakhir dalam strategi DMI adalah peningkatan kolaborasi dengan berbagai pihak, khususnya komunitas dakwah digital dan lembaga pendidikan Islam. Melalui kerja sama ini, DMI berharap dapat memperluas jaringan dakwah dan memperkuat pengaruhnya di ruang digital. Kolaborasi

---

<sup>22</sup> Ahmad Tamrin Sikumbang et al., “Digital Da’wah Indonesia Ulema in the Discourse of Theology,” *Pharos Journal of Theology*, no. 105(1) (December 2023), <https://doi.org/10.46222/pharosjot.1051>.

<sup>23</sup> Risna et al., *Praktik Baik Moderasi Beragama Di Madrasah* (Penerbit Adab, 2022).

ini juga menjadi sarana untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola dakwah secara profesional di era digital. Dengan demikian, strategi kelembagaan DMI tidak hanya mencerminkan respons terhadap perubahan zaman, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk terus mengembangkan dakwah yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.<sup>24</sup>

#### **D. PENUTUP**

DMI Sumatera Utara telah mengambil langkah proaktif dalam merespons tantangan zaman dengan merancang *planning* dakwah digital berbasis kelembagaan. DMI menyusun *planning* yang mencakup tiga aspek utama: pengembangan SDM yang kompeten dalam bidang teknologi, penguatan infrastruktur digital, dan peningkatan kolaborasi dengan berbagai pihak dalam ekosistem dakwah digital. Penggunaan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook telah menjadi bagian penting dalam transformasi dakwah yang lebih interaktif dan luas jangkauannya, terutama bagi kalangan muda.

Namun demikian, implementasi strategi ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan anggaran, infrastruktur yang belum memadai, dan kesenjangan akses internet di wilayah tertentu. Selain itu, tantangan dakwah digital juga muncul dari dinamika ruang virtual seperti penyebaran informasi hoaks, radikalisme, dan konflik budaya. Oleh karena itu, dakwah di era digital memerlukan pendekatan yang kontekstual, inklusif, dan berbasis kolaborasi agar nilai-nilai Islam dapat disampaikan secara efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer.

#### **DAFTAR PUSTAKA;**

- Abdina, Rahmat A. “Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Oleh Masjid Al-Irsyad Surabaya.” *Hikmah* 17, no. 1 (June 29, 2023): 83–98. <https://doi.org/10.24952/hik.v17i1.6032>.
- Administrator. “Dakwah Era Milenial Harus Kontekstual - Krjogja.” Krjogja. Accessed May 29, 2025. <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1242551176/dakwah-era-milenial-harus-kontekstual>.
- Anuashok, Akshay, Vivek Gupta, Tanishq Tyagi, Tanisha Agarwal, Ratul Reddy, and Akash Rout. “A Study on the Impact of Social Media on Modern Communication.” *IJFMR - International Journal For*

---

<sup>24</sup> Ali Ridho, *Dakwah Dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang Dan Tantangan Di Kancan Lokal Sampai Global* (Padang: Jejak Publisher, 2024).

- Multidisciplinary Research* 6, no. 2 (April 2, 2024). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i02.15980>.
- Asih, Wulan Mulya, Khoiruddin Muchtar, and Yusuf Zaenal Abidin. “Pengelolaan Digital Pr Dalam Mengemas Konten Dakwah Di Instagram @Masjidtrans.” *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)* 3, no. 1 (March 30, 2020): 108–19. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.87>.
- Aslan, Aslan, and Kok Shiong Pong. “Understanding the Trend of Digital Da’wah Among Muslim Housewives in Indonesia.” *Fikroh: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 16, no. 1 (January 8, 2023): 11–22. <https://doi.org/10.37812/fikroh.v16i1.681>.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (April 30, 2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Harchekar, Jyoti Suraj. “Impact of Social Media on Society.” *International Journal of Engineering Research & Technology* 6, no. 7 (July 25, 2017). <https://doi.org/10.17577/IJERTV6IS070249>.
- Hasyim, Abdul Wahid, and Darsita Darsita. “Religiusitas Masyarakat Urban: Peran Dewan Kemakmuran Masjid Dalam Transmisi Nilai Religiusitas Pada Masyarakat Pamulang Timur, Tangerang Selatan.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, December 2019. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52251>.
- Kholifah, Nur, and Alfiah Nur Hikmah. “The Use of Digital Media as a Da’wah Tool in Sejuta Pemuda Mosque.” *Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (December 5, 2024): 73–84. <https://doi.org/10.54150/syiar.v4i2.496>.
- Lestari, Novita. “Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial.” *Qawwam: The Leader’s Writing* 5, no. 1 (June 27, 2024): 35–42. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>.
- Lomachinska, Irina. “Religious Organizations on Social Media: Opportunities, Challenges, and Future Prospects for Spiritual Communities in Ukraine.” *Skhid* 7, no. 1 (March 30, 2025): 46–52. <https://doi.org/10.21847/2411-3093.2025.716>.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014.
- Purnomo, Dwi Endar, and Erwan Efendi. “Pemanfaatan Teknologi Digital Oleh Majlis Ta’lim Darrussofa Medan Dalam Melaksanakan Dakwah Di Media Sosial: Use of Digital Technology by Majlis Ta’lim Darrussofa Medan in Carrying Out Da’wah on Social Media.” *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (May 30, 2024): 220–36. <https://doi.org/10.54396/qlb.v5i1.1266>.
- Ridho, Ali. *Dakwah Dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang Dan Tantangan Di Kancan Lokal Sampai Global*. Padang: Jejak Publisher, 2024.
- Risna, Dharma Harfn, Nurdin, Isbawahyudin, Ihdiana, Sampara Halik, Nur Asti Sari, et al. *Praktik Baik Moderasi Beragama Di Madrasah*. Penerbit Adab, 2022.
- Rusini. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Yogjakarta: Jakad Media Publishing, 2023.

- Sahara, Narulita, Rosleny Marliani, and Elisa Kurniadewi. "Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean Pop di Media Sosial." *Psyche* 4, no. 1 (2022): 31–46. <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.488>.
- Sikumbang, Ahmad Tamrin, Maulana Andinata Dalimunthe, Syukur Kholil, and Nabila Fahira Nasution. "Digital Da'wah Indonesia Ulema in the Discourse of Theology." *Pharos Journal of Theology*, no. 105(1) (December 2023). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.1051>.
- Sunaryanto, Sunaryanto, Andi Faisal Bakti, and Sofyan Rizal. "Da'wah Tarbiyah of the Indonesian Muslim Students Islamic Union (KAMMI): Political Communication and Public Opinion Perspective." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 22, no. 1 (July 31, 2022): 85. <https://doi.org/10.29300/syr.v22i1.6101>.
- Triani, Dinda Ayu, Mumtaz Ali Ridha Al Munawar, Rahma Amelia, Syahla Aulia Syahida, Zahra Nabilatu Azkia, and Edi Suresman. "Dakwah Di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam Di Era Digital." *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa* 3, no. 1 (March 31, 2025): 295–305. <https://doi.org/10.59059/perspektif.v3i1.2206>.
- Wahyuni, Rufaidah Rika, Muhammad Reza Athoillah, and Siti Raudahtul Jannah. "Urgensi Komunikasi Lintas Budaya Ruang Virtual Dalam Siaran Langsung Youtube Alwafatarim." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 25, no. 1 (June 23, 2025): 01–22. <https://doi.org/10.15575/anida.v25i1.42793>.
- We Are Social Indonesia. "Digital 2025." Accessed May 1, 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.
- Yulianto, Yoga Agus, Al Kahfi, Nurul Fadilah, Muhammad Yudha Ardiansyah, Ibnu Apriani, Rahmi Nur Azizah, Baharudin Ardani, et al. *Tokoh Pemikiran Manajemen Dakwah*. Madani Kreatif Publisher, 2025.

