



Peran Psikologi dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital

Moch.Rafi

Universitas Islam Negeri Salatiga

Email : rafi.amtsilati@gmail.com

Article Info

Article history:

Received July 08, 2025

Revised July 21, 2025

Accepted July 26, 2025

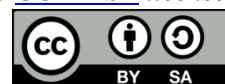
Keywords:

Digital Preaching,
Communication Psychology,
Preaching Effectiveness, Social
Media, Behavioral Change

ABSTRACT

The development of information technology has brought significant changes in the way of delivering da'wah. In this digital era, da'wah is no longer limited to the mosque pulpit, but has penetrated various digital platforms such as social media, podcasts, and video streaming. In this context, psychology has a strategic role in increasing the effectiveness of da'wah, especially in understanding audience characteristics, building persuasive communication, and creating relevant and emotionally engaging content. This article discusses how psychological approaches, especially communication psychology, social psychology, and developmental psychology, can be applied in digital da'wah strategies. By understanding the psychological needs and behavior of digital users, da'wah can convey religious messages more precisely and effectively. This study uses a qualitative approach through literature studies and content analysis of successful digital da'wah practices. The results show that the integration of psychological principles in da'wah can increase audience engagement, strengthen messages, and encourage behavioral change in a more positive direction. These findings emphasize the importance of synergy between da'wah science and psychology in responding to the challenges of contemporary da'wah.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received July 08, 2025

Revised July 21, 2025

Accepted July 26, 2025

Kata Kunci:

Dakwah Digital, Psikologi
Komunikasi, Efektivitas
Dakwah, Media Sosial,
Perubahan Perilaku

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara penyampaian dakwah. Di era digital ini, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid, tetapi telah merambah ke berbagai platform digital seperti media sosial, podcast, dan video streaming. Dalam konteks ini, psikologi memiliki peran strategis dalam meningkatkan efektivitas dakwah, terutama dalam memahami karakteristik audiens, membangun komunikasi persuasif, serta menciptakan konten yang relevan dan menarik secara emosional. Artikel ini membahas bagaimana pendekatan psikologi, khususnya psikologi komunikasi, psikologi sosial, dan psikologi perkembangan, dapat diterapkan dalam strategi dakwah digital. Dengan memahami kebutuhan psikologis dan perilaku pengguna digital, dai dapat menyampaikan pesan keagamaan secara lebih tepat sasaran dan berdaya ubah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis konten terhadap praktik dakwah digital yang sukses. Hasilnya menunjukkan bahwa integrasi prinsip-prinsip psikologi dalam dakwah mampu meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat pesan, dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih positif. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi



antara ilmu dakwah dan psikologi dalam merespons tantangan dakwah kontemporer.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Moch.Rafi

Universitas Islam Negeri Salatiga

E-mail: rafi.amtsilati@gmail.com

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan usaha untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada Masyarakat dengan tujuan mengajak pada keimanan dan melakukan amal kebajikan. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk dakwah mimbar dan dakwah digital. Kedua dakwah tersebut memiliki audiens tersendiri dan eksis sampai kini. Dalam era digitalisasi yang terus berkembang pesat, teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks dakwah.

Masyarakat modern semakin terhubung dengan internet, mediasosial, dan perangkat digital lainnya, yang membuka peluang baru dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Dudung Abdul Rohman, 2019). Fenomena dakwah digital ini juga didukung oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri (GusMus) yang merupakan Mustasyar Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) yang menyarankan pakar agama, dan para da'i memahami Ilmu Teknologi (IT) agar dakwah nya bisa menjangkau lebih luas lagi dan bisa dinikmati di berbagai media sosial. Meski demikian jika para da'i kurang bisa memahami IT hendaknya memiliki tim yang bisa membantu akses di media sosial. (Murianews.com, 2022).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah pendidikan dan dakwah (Ali, M. 2021). Pemanfaatan teknologi dalam konteks dakwah menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan zaman yang serba digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan teknologi dalam edukasi dakwah, dengan mempertimbangkan perspektif psikologi pendidikan (Subahri, B. 2021). Fokus penelitian ini adalah pada praktik dakwah berbasis teknologi yang dilakukan di Pondok Pesantren Assyarif Lumajang.

Pada era digital saat ini, mengajar agama Islam tidak hanya menjadi otoritas seorang ulama. Karena dimana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara, orang dapat belajar tentang agama Islam. Masyarakat sekarang terlebih untuk Gen Z dan Alpha saat ini tidak hanya mengandalkan da'i sebagai satu-satunya sumber untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Melainkan masyarakat bisa memanfaatkan apa yang mereka ingin ketahui melalui televisi, smartphone, media sosial, AI, dan internet sekalipun yang sekarang ini menjadi media yang begitu mudah dan praktis untuk mendapatkan informasi yang diinginkan mengenai berbagai macam persoalan keagamaan.

Mulai dari masalah-masalah ringan mengenai ibadah sampai dengan perkara yang rumit sekali pun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. Banyak platform dalam



mencari informasi keislaman seperti google, youtube, tiktok dan Superiornya Ai yang sekarang dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama dalam memperoleh pengetahuan keagamaan maupun pengetahuan umum (Budiantoro, 2017).

Rumusan Masalah

- 1) Apa peran psikologi dalam membangun kedekatan emosional antara dai dan mad'u (audiens) di platform digital?
- 2) Apa dampak penggunaan pendekatan psikologis terhadap respon dan partisipasi audiens dalam kegiatan dakwah digital?.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini saya menggunakan Metodology Tinjauan Pustaka, yang Dimana proses pengumpulan data dari beberapa jurnal dan artikel dengan pendekatan Para Da'i, merujuk kepada ayat-ayat Al – Qur'an dan pendapat para ulama

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam menyampaikan dakwah di era digital. Platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan dai atau ustaz untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi geografis tertentu. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat strategis untuk mendistribusikan pesan keagamaan secara efektif. Sebagai contoh, video ceramah yang diunggah di YouTube dapat ditonton oleh jutaan orang di berbagai belahan dunia tanpa batas waktu. Hal ini menciptakan ruang baru bagi dakwah untuk berkembang melampaui metode tradisional seperti ceramah langsung di masjid atau pertemuan keagamaan.

Interaktivitas yang ditawarkan media sosial menjadi salah satu keunggulan utama dalam dakwah. Dai dapat langsung berinteraksi dengan audiens melalui sesi tanya jawab, komentar, atau siaran langsung. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan kedekatan antara dai dan jamaah tetapi juga memberikan ruang untuk klarifikasi atau diskusi terkait isu-isu keagamaan yang sedang berkembang. Penelitian oleh Ahmad¹ menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan aksesibilitas informasi agama, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Dakwah melibatkan proses komunikasi yang efektif, di mana pesan disampaikan dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Menurut teori komunikasi, keberhasilan dakwah sangat bergantung pada elemen-elemen komunikasi, seperti pengirim (da'i), pesan, media, penerima (mad'u), dan umpan balik.²

Dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wa" yang berarti seruan atau panggilan. Dalam konteks Islam, dakwah mengacu pada aktivitas menyebarkan ajaran Islam, mengajak orang untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai Islam. Dakwah tidak hanya

¹ Ahmad, M. (2021). "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(3), 210-225

² Ali, A. A. Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages. *Journal of Islamic Studies*, (2019). h. 123-135.



berbentuk ceramah atau khutbah, tetapi juga mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan memperbaiki dan membangun masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Implementasi teori-teori komunikasi dalam dakwah digital melibatkan penggunaan strategi yang efektif untuk menyampaikan pesan Islam. Beberapa langkah praktis yang dapat dilakukan adalah:

- a. Memahami Audiens: Melakukan riset untuk mengetahui karakteristik, kebutuhan, dan preferensi audiens.
- b. Menyusun Pesan yang Relevan: Mengembangkan konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan menarik perhatian mereka.
- c. Memilih Media yang Tepat: Menggunakan platform digital yang populer di kalangan audiens target, seperti media sosial, blog, atau aplikasi mobile.³
- d. Mengukur Dampak: Menggunakan alat analitik untuk mengevaluasi efektivitas pesan dakwah dan melakukan penyesuaian berdasarkan umpan balik audiens.

Dengan memahami dan mengimplementasikan teori-teori komunikasi dalam dakwah digital, da'i dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan Islam di era modern.

Dakwah Islami diartikan sebagai “seruan kepada jalan Allah”, yang meliputi unsur, pesan, media, cara, dan Tuhan itu sendiri. Dakwah Islam, sebagaimana didefinisikan oleh al-Bahiy, adalah proses memperbaiki masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ada dua sisi utama dakwah: Pertama, melibatkan penyebaran pesan kebenaran, yang merupakan dimensi "gangguan" (Bi ahsan al-qawl) menurut Q.S. al-Maidah: 67. Berbagai segi risalah ini merupakan upaya untuk mendidik individu dan masyarakat tentang kebenaran nilai-nilai dan pandangan dunia Islam, dengan tujuan akhir membuat mereka mengadopsi keyakinan ini sebagai milik mereka.

Dengan kata lain, dakwah adalah tindakan menyampaikan dan menyerap prinsip-prinsip Islam. keadaan sekarang (a). Ketika mencari sesuatu yang berharga, lihatlah Islam (b). Transmisi nilai melalui dakwah. Di sisi lain, ia melibatkan tindakan berdasarkan nilai kebenaran, yaitu rahmat (bi ahsan al-amal), sebagaimana disebutkan dalam Q.S. al-Anbiya':107 ayat Al-Qur'an. Seruan Islam yang penuh kasih ini merupakan upaya menjadikan Islam sebagai berkah materi (jalan menuju kesuksesan, kepuasan, dll) dalam kehidupan masyarakat. Jadi, jika dakwah lebih dipahami sebagai “memperkenalkan Islam” dari segi pesannya, maka dakwah adalah upaya menghayati Islam dari segi rahmatnya (RI, 2015).⁴

Dampak bisa berasal dari internal dan eksternal dalam masyarakat. Dampak internal merupakan dampak yang disebabkan dari factor masyarakat itu sendiri. Sementara dampak eksternal adalah dampak yang berasal dari luar masyarakat. Menurut Mangunsubroto (1995:110), dampak eksternal ada dua, yakni eksternalitas positif dan eksternalitas negative.

1. Dampak Dakwah Digital

Dalam penyampaian misi dakwah atau pesan-pesan dakwah, tentu menimbulkan beberapa implikasi termasuk dampak yang ditimbulkan dari beberapa segi, seperti sosial, budaya dan psikologis. Dampak yang mungkin terjadi secara sosial dari dakwah digital antara lain:

³ Cayari, C. The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music. *International Journal of Education & the Arts*, 2011). h.1-30.

⁴ Choliq, A. (2018) 'Dakwah melalui Media Sosial Facebook', *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol.16(2), pp. 170–187.



a. Dampak Positif

Dari segi sosial, Penyebaran Ajaran Agama yang lebih luas. Tidak bisa dipungkiri dalam perkembangan teknologi yang sangat cepat, memudahkan masyarakat untuk mencari informasi yang dibutuhkan, salah satunya dalam bidang keagamaan. Dakwah digital secara sosial dirasa sangat membantu untuk meluaskan pesan-pesan agama mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Dampak positif dalam budaya yakni adanya adopsi budaya baru dalam masyarakat melalui pola pikir atau tata nilai baru melalui konten-konten dakwah. Selain itu melestarikan tradisi dakwah, walaupun secara digital. Hal ini dimungkinkan untuk beradaptasi dengan teknologi namun tetap perhatikan relevan untuk generasi muda.

Selain itu, ada dampak secara psikologis dan emosional, seperti pesan-pesan dakwah yang disampaikan da'i akan mempengaruhi perasaan, keyakinan dan pandangan hidup individu baik secara positif maupun negative.

b. Dampak Negatif

Disamping adanya berbagai dampak positif, ternyata dakwah digital memiliki dampak negative, diantaranya adanya hoax, atau informasi salah tidak akurat bahkan menyimpang. Menurut Irving V Papatungan, Pengajar Ilmu Informatika di UII, pada dasarnya hoax merupakan informasi yang memuat konten yang tidak baik dan memiliki efek buruk bagi konsumennya. Dampak negative lainnya adanya konflik dan radikalisme yang bisa menyebarkan paham mereka berbalut dakwah hingga propaganda dapat mempengaruhi orang-orang khususnya kaum muda yang masih labil dan berpikiran sempit (Andang Sunarto, 2017: 128).⁵

Dakwah digital membawa perubahan besar dari umat, dari cara dan pengaruh yang didapat, baik positif maupun negative. Namun perlu diingat Upaya dakwah yang bertanggung jawab dan dilakukan dengan penuh kesadaran dan kehati-hatian bagi pendakwah maupun audiens untuk mendapatkan pesan dakwah yang akuntabilitas untuk memastikan pesan dakwah harus disampaikan dengan nilai-nilai Islam sejati.

2. Dakwah Mimbar

Dakwah mimbar memiliki pengaruh kuat pada audiens atau jamaahnya karena disampaikan secara langsung oleh da'i atau penceramah yang dihormati oleh masyarakat. Oleh karenanya dakwah mimbar ini memiliki potensi besar untuk memiliki dampak baik positif maupun negative oleh jamaah.

a. Dampak Positif

Dampak positif dakwah mimbar adalah peningkatan pemahaman agama yang akhirnya akan berpengaruh dalam peningkatan keimanan masyarakat. Dakwah mimbar dapat menangkap keterikatan emosi antara pendakwah dan pendengar sekaligus meningkatkan Kesehatan mental masyarakat, ketenangan batin dengan pesan-pesan dakwah yang damai hingga dapat mengurangi stress dan kecemasan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut C.G. Jung, dakwah agama berperan positif dalam penyembuhan dan pengembangan psikologis manusia dan membantu manusia menemukan jati dirinya (C.G. Jung, 1958: 117).

⁵ Andang Sunarto, 2017, Dampak Media Sosial Terhadap Paham Radikalisme, Article PeerReviewed Book Bachelors, IAIN Bengkulu



Kemudian dampak yang terlihat nyata pada dakwah mimbar adalah mendorong kegiatan sosial lebih berkembang, hingga meningkatkan rasa empati dan kepedulian terhadap orang lain lebih mencuat, seperti mudah untuk berdonasi atau mengumpulkan dana saat pengajian berlangsung apalagi ajakan dari pendakwah sendiri.

b. Dampak Negatif

Ternyata disamping dampak positif dari dakwah mimbar, ada beberapa dampak negatifnya diantaranya adanya fanatisme dan radikalisme yang mudah di hembuskan oleh para da'i jika memiliki kencerungan mengenai hal tersebut dalam setiap materi dakwahnya. Fanatisme yang berlebihan dan tidak diimbangi moderasi dan pengetahuan agama yang seimbang maka akan terjadi kelompok-kelompok radikal. Syekh Yusuf al-Qardawi mengingatkan jika dakwah itu menghindari unsur fanatisme, dan menekankan pentingnya berdialog dengan orang lain untuk memahami perspektif mereka.

Berikutnya, dakwah mimbar yang secara langsung berhadapan dengan jamaah dalam satu majelis bisa memantik tidak inklusif dan diskriminatif, jika pendakwah terlalu subyektif memandang suatu permasalahan. Polarisasi sosial bisa dengan mudahnya terbentuk jika ada penekanan berlebihan pada perbedaan. Syekh Abdullah bin Bayyan menekankan pentingnya inklusivitas dalam dakwah serta bisa mendukung pesan dakwah dalam kelembutan dan kedamaian.

Selanjutnya Dr. Ali Jum'ah mengungkapkan jika dakwah tidak boleh digunakan untuk tujuan politik tertentu dan harus murni mengajarkan nilai-nilai agama dan tidak boleh disalahgunakan untuk kepentingan lain, termasuk politik.

Seperti yang diungkap Syekh Hamza Yusuf. Biasanya kekurangan wawasan mereka berpengaruh pada kedangkalan muatan agama yang disampaikan, disamping dikhawatirkan salah tafsir, dan salah pengambilan kesimpulan pada beberapa masalah agama, atau masalah-masalah yang terjadi dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa psikologi memiliki peran strategis dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. Melalui pendekatan psikologi komunikasi, psikologi sosial, dan psikologi perkembangan, para dai dapat memahami karakteristik audiens secara lebih mendalam, membangun kedekatan emosional, serta menyusun pesan dakwah yang lebih persuasif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital, khususnya generasi muda. Integrasi teknologi informasi dengan prinsip-prinsip psikologi memungkinkan dakwah tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga memberikan dampak sosial, budaya, dan psikologis yang signifikan. Meskipun terdapat tantangan berupa hoaks, radikalisme, dan penyalahgunaan media, dakwah yang dilakukan dengan pendekatan ilmiah dan penuh tanggung jawab mampu menjadi sarana transformasi spiritual dan sosial yang positif. Oleh karena itu, sinergi antara ilmu dakwah dan psikologi menjadi keniscayaan dalam merespon tantangan dakwah kontemporer.

DAFTAR RUJUKAN

Anggit Pamungkas, U. H. (2023). TANTANGAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA MEDIA BARU. *Jurnal Komunikasi dan Media* , 146-158.



- Bambang Subahri, M. K. (2024). Edukasi Dakwah Berbasis Teknologi Perspektif Psikologi pendidikan. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 51-60.
- Candra Krisna Jaya, L. M. (2025). DAKWAH DI ERA DIGITAL: INOVASI MEDIA SEBAGAI RESPON TERHADAP KEBUTUHAN UMAT KONTEMPORER . *Jurnal Manajemen Dakwah* , 11-21.
- Ely Suwaibatul Aslamiyah, a. Z. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM AKTIVITAS DAKWAH . *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* , 122-129.
- Ibnu Kasir, S. A. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA*, 59-68.
- Nawaffani, M. M. (2023). DAKWAH DIGITAL DAN DAKWAH MIMBAR : ANALISIS PERAN DAN DAMPAK DALAM ERA . *Jurnal Sanaamul Qur'an*, 143-161.
- Yulia Rahmawati, F. H. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur . *Journal of Social Humanities and Education*, 267-279.