



PERAN LEMBAGA DAKWAH DALAM MENGHADAPI PERANG PEMIKIRAN

Ponco Dwi Satrio
Faculty of Engineering, Pelita Bangsa University
poncodwis@gmail.com

Sumarta
Faculty of Muamalah, Padhaku Islamic Institute Indramayu
martasumarta548@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Lentera Demokrasi: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Hukum, Ekonomi dan Pemerintahan**. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received: Juli 2025

Revised : Agustus 2025

Accepted: September 2025

Available online : September 2025

How to Cite: Author. (2025). Title. *Lentera Demokrasi: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Hukum, Ekonomi dan Pemerintahan*, 1(3), 118–125. <https://doi.org/10.61166/ld.v1i3.12>

ABSTRACT

In the era of globalization and an unstoppable flow of information, the Muslim community faces a serious challenge in the form of an ideological war (ghazwul fikri) that undermines religious identity and beliefs through the infiltration of foreign ideologies, digital media, and secular education systems. This article aims to examine the strategic role of Islamic da'wah institutions in safeguarding the ummah from such intellectual threats. This research uses a literature study method with a descriptive qualitative approach based on scholarly references and relevant documentation. The findings reveal that da'wah institutions play a crucial role as agents of moderation, education, and reinforcement of wasathiyah (moderate) Islamic identity in society. Despite challenges such as technological adaptation, digital literacy gaps, and ideological resistance, digital-based da'wah strategies and cross-institutional collaboration have proven to be effective solutions. The implications highlight the need for institutional transformation, increased human resource capacity in da'wah, and the integration of da'wah messages with national and universal humanitarian narratives. This study recommends the development of systematic digital da'wah policies and further research on the effectiveness of da'wah narratives in shaping public opinion in the digital age. These findings offer both theoretical and practical contributions to the development of contextual and adaptive da'wah models.

KEY WORDS: Da'wah institutions, Ideological warfare, Moderate Islam, Da'wah strategy, Digital literacy.

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan arus informasi yang tak terbandung, umat Islam menghadapi tantangan serius berupa perang pemikiran (ghazwul fikri) yang menggerus identitas dan keyakinan melalui infiltrasi ideologi asing, media digital, dan sistem pendidikan sekuler. Artikel ini bertujuan mengkaji peran strategis lembaga dakwah dalam membentengi umat dari serangan intelektual tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif terhadap literatur ilmiah dan dokumentasi relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga dakwah berperan penting sebagai agen moderasi, edukasi, dan penguatan identitas Islam wasathiyah di tengah masyarakat. Meskipun menghadapi tantangan adaptasi teknologi, literasi digital, serta resistensi ideologis, strategi dakwah berbasis media digital dan kolaborasi lintas institusi menjadi solusi efektif. Implikasi dari hasil ini menegaskan perlunya transformasi kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM dakwah, serta integrasi pesan dakwah dengan narasi kebangsaan dan kemanusiaan universal. Penelitian ini menyarankan pengembangan kebijakan dakwah digital yang sistematis serta riset lanjutan tentang efektivitas narasi dakwah dalam membentuk opini publik di era disrupsi. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan model dakwah kontekstual yang adaptif dan solutif terhadap dinamika zaman.

KATA KUNCI: Lembaga dakwah, Perang pemikiran, Islam moderat, Strategi dakwah, Literasi digital.

INTRODUCTION

Umat Islam di era modern menghadapi ghazwul fikri (perang pemikiran), yaitu infiltrasi ideologi asing seperti liberalisme, sekularisme, hedonisme, dan relativisme moral melalui media, pendidikan, dan budaya global. Kondisi ini menimbulkan krisis identitas terutama pada generasi muda Muslim Indonesia, sebagaimana ditunjukkan oleh beberapa penelitian dan survei.

Dalam menghadapi tantangan ini, lembaga dakwah (MUI, Muhammadiyah, NU, LDK, pesantren, dll.) berperan vital sebagai benteng ideologis dan pembimbing umat. Namun, dakwah konvensional dinilai tidak cukup; perlu transformasi strategi melalui dakwah digital, multiplatform, serta pendekatan kontekstual yang memanfaatkan media sosial, storytelling, dan konten kreatif.

Hambatan utama berasal dari keterbatasan SDM, lemahnya kolaborasi, dan regulasi pemerintah yang belum mendukung penuh dakwah digital. Meski begitu, dakwah strategis terbukti penting untuk memperkuat moral publik, mencegah radikalisme, dan membentuk kohesi sosial.

Tulisan ini menekankan bahwa dakwah masa kini harus multidisipliner, memadukan psikologi, komunikasi, sosiologi, dan teknologi informasi. Peran generasi muda, perempuan, dan profesional juga harus diperkuat dalam struktur lembaga dakwah.

Secara akademik, artikel ini ingin memperkaya kajian dakwah Islam modern. Secara praktis, ia menawarkan panduan bagi lembaga dakwah dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efektif, responsif, dan inovatif agar Islam tetap menjadi pedoman hidup di tengah badai pemikiran global.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka untuk menganalisis peran lembaga dakwah dalam menghadapi perang pemikiran (ghazwul fikri) di era globalisasi dan digitalisasi. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif-kualitatif dan eksploratif, dengan fokus pada strategi, narasi ideologis, serta penggunaan media dakwah kontemporer.

Penelitian dilaksanakan pada Maret–Juni 2025 tanpa lokasi fisik tertentu, melainkan melalui literatur, dokumen lembaga, serta konten digital. Lembaga dakwah yang dikaji meliputi DDII, MUI, LDK, Muhammadiyah, dan NU, karena peran historis dan kontribusinya dalam membentuk opini umat.

Fokus penelitian diarahkan pada strategi dakwah dalam menanggapi ideologi asing seperti liberalisme, sekularisme, relativisme moral, dan Islamofobia. Data dikumpulkan melalui dokumentasi literatur, observasi konten digital, serta kutipan dari 10–15 tokoh dakwah (ulama, akademisi, aktivis) yang berpengaruh.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan disusun berdasarkan tema strategi dakwah, media yang digunakan, respon ideologis, dan inovasi dakwah. Validitas dijaga dengan triangulasi sumber dan konsultasi akademik.

Hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat ketahanan intelektual umat Islam melalui narasi dakwah yang kontekstual, rasional, dan berlandaskan syariah dalam menghadapi tantangan ideologi global.

RESULTS AND DISCUSSION

A. Hasil dan Pembahasan (Bagian A)

Hasil studi pustaka ini menunjukkan bahwa lembaga dakwah di Indonesia telah mengadopsi berbagai strategi dalam menghadapi perang pemikiran, namun keberhasilan dan konsistensi penerapannya masih bervariasi. Tiga blok tematik temuan utama muncul: (1) adaptasi konten dakwah terhadap media digital; (2) penguatan narasi keagamaan moderat; dan (3) pembangunan kolaborasi kelembagaan.

1. Adaptasi Konten Dakwah di Media Digital

Lembaga dakwah mulai mengoptimalkan kanal digital seperti YouTube, Instagram, dan Telegram. Studi oleh Nasution & Alisyia (2024) menunjukkan bahwa mereka menyusun seri video dakwah tematik selama 5–10 menit untuk menyampaikan pesan akidah, akhlak, dan respon terhadap propaganda ekstremis. Konten ini mendulang 5.000–20.000 tayangan per episode di kanal resmi, serta meningkatnya engagement berupa komentar positif dan repost dalam jaringan dakwah kampus.

Implikasi: format digital membuat dakwah lebih luas jangkauannya, terutama pada generasi milenial. Namun, tantangan muncul pada konsistensi kualitas editing dan narasi yang mudah dipahami oleh khalayak awam.

2. Narasi Keagamaan Moderat

Narasi yang diusung banyak pesantren dan lembaga organisasi Islam seperti NU dan Muhammadiyah menekankan Islam wasathiyah—yang inklusif dan toleran. Penelitian oleh Ajmal (2023) menyoroti efek moderasi ini terhadap persepsi publik: peserta kajian menunjukkan peningkatan indeks literasi agama dari 62% menjadi 78% setelah mengikuti seminar dakwah wasathiyah digital.

Implikasi: penguatan nilai moderat efektif melawan ekstremisme berbasis kebencian. Kendati demikian, masih ada kekhawatiran bahwa narasi menjadi terlalu umum dan tidak memenuhi kebutuhan emosional dari audiens yang haus kejelasan moral.

3. Kolaborasi Lembaga dan Pemerintah

Lembaga dakwah yang bekerja sama dengan kampus dan pemerintah—misalnya dalam program moderasi beragama Kemenag—telah menghasilkan materi modul dakwah bersama dan pelatihan dai digital. Meski demikian, Ali dan Hasanah (2023) mencatat adanya benturan regulasi, antara dakwah informal dan pembatasan konten publik.

Implikasi: sinergi meningkatkan legitimasi dan jangkauan, tetapi regulasi yang kaku membatasi inovasi, terutama dalam konten yang bersifat kritis terhadap kebijakan publik.

Pembahasan Awal Strategi Struktural

Dari ketiga blok temuan tersebut, terlihat bahwa lembaga dakwah sedang bertransformasi; dari yang awalnya bersifat ritual, kini mengintegrasikan teknologi digital dan narasi inklusif. Namun, strategi-strategi ini membutuhkan penguatan: misalnya, program pelatihan Editing & Scriptwriting untuk dai digital agar kualitas konten semakin profesional.

Implikasi Masyarakat

Adaptasi dakwah digital menimbulkan dampak positif seperti peningkatan literasi agama dan penetrasi dakwah ke daerah urban maupun pedesaan yang belum terjangkau sebelumnya. Indeks kepercayaan publik terhadap lembaga dakwah juga meningkat, terutama setelah kampanye moderasi selama Ramadan (Sumber internal DDII, 2024). Namun, kelompok yang konservatif menyoalakan bahwa digitalisasi dapat membahayakan jika tanpa filter iklan atau sponsor berbayar, karena bisa menurunkan integritas pesan.

B. Hasil dan Pembahasan (Bagian B)

Tantangan Implementasi Dakwah di Era Digital

Meskipun dakwah digital menawarkan kemudahan distribusi informasi, realitas di lapangan memperlihatkan adanya sejumlah hambatan struktural dan kultural yang signifikan. Pertama adalah kurangnya literasi digital pada sebagian besar dai dan pengurus lembaga dakwah, terutama di tingkat daerah. Studi dari Hidayatullah & Farhan (2022) mengungkapkan bahwa lebih dari 60% narasumber dari lembaga dakwah di daerah belum familiar dengan tools digital seperti Canva, Google Trends, hingga algoritma media sosial.

Kedua, kurangnya konsistensi dalam pengembangan narasi konten dakwah menjadi masalah tersendiri. Banyak konten dakwah yang belum dikurasi secara tematik dan tidak berbasis riset sosial. Ini menyebabkan pesan dakwah tidak jarang bersifat reaktif dan kurang berdampak dalam membangun narasi ideologis jangka panjang. Menurut Hasan & Qureshi (2021), tanpa peta ideologis yang jelas, lembaga dakwah mudah terpancing isu sesaat dan kehilangan arah dalam membentuk basis pemikiran keislaman yang kuat dan kontemporer.

Ketiga, tindakan kontra-dakwah dari kelompok ekstremis atau ideologi transnasional menjadi tantangan serius. Beberapa konten radikal masih dapat ditemukan di platform seperti Telegram dan forum-forum eksklusif yang menyerang lembaga dakwah moderat sebagai “boneka negara”. Hal ini menimbulkan dilema antara dakwah yang bersifat moderat dan tekanan dari kelompok kanan maupun kiri ideologi.

Respons Strategis Lembaga Dakwah

Untuk menjawab tantangan tersebut, beberapa lembaga dakwah telah merumuskan strategi sistematis. Misalnya, DDII (Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia) menggagas Program Digital Dai Training (2023) bekerja sama dengan Kominfo, untuk melatih para dai memahami literasi digital, teknik video editing, serta komunikasi publik berbasis data. Pelatihan ini tidak hanya membekali secara teknis, tetapi juga menyusun modul narasi strategis tentang Islam dan tantangan global seperti sekularisme, pluralisme agresif, dan dekadensi moral.

Lembaga dakwah kampus (LDK) seperti di Universitas Indonesia dan ITB telah merintis pendekatan berbasis riset sosial. Mereka melibatkan mahasiswa dari program studi komunikasi dan sosiologi untuk memetakan kebutuhan pemikiran mahasiswa agar narasi dakwah yang dibangun lebih kontekstual dan tepat sasaran. Penelitian oleh Rohman (2022) menunjukkan bahwa 76% mahasiswa lebih tertarik mengikuti kajian ketika topik dakwah dikaitkan dengan isu sosial seperti mental health, pergaulan bebas, atau krisis identitas.

Tantangan Ideologis dan Polarisasi Sosial

Dalam konteks kontemporer, salah satu tantangan terbesar adalah perang narasi ideologis di media sosial. Lembaga dakwah yang bersikap moderat sering dituding liberal atau sekuler oleh kelompok radikal. Sebaliknya, kelompok garis keras diposisikan sebagai ancaman oleh pemerintah. Polarisasi ini menyulitkan lembaga dakwah untuk mempertahankan posisi tengah.

Studi dari Azra (2021) menunjukkan bahwa polarisasi ideologi Islam tidak hanya terjadi di level institusi, tetapi juga di tingkat individu, khususnya generasi muda digital native yang rentan terhadap disinformasi.

Lembaga seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama berusaha menjembatani kesenjangan ini dengan pendekatan kultural. Mereka menggunakan seni, musik, bahkan game edukatif untuk menyampaikan nilai Islam. Inovasi ini berhasil menarik minat segmen muda, tetapi menimbulkan resistensi dari sebagian kalangan konservatif yang menganggapnya sebagai bentuk bid'ah modern.

Implikasi terhadap Literasi dan Sumber Daya Manusia

Dari sisi pengembangan SDM, peran lembaga dakwah sangat vital dalam membentuk karakter generasi muda. Konten dakwah yang menyentuh aspek literasi digital berbasis Islam menjadi kebutuhan mendesak. Misalnya, modul “Fikih Media Sosial” yang dikembangkan oleh Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah memberikan panduan kepada pengguna media digital dalam menyikapi berita hoaks, ujaran kebencian, serta perilaku online yang merusak moralitas.

Namun sayangnya, belum semua lembaga dakwah memiliki sistem pelatihan kader yang terstruktur dalam bidang ini. Hal ini menyebabkan terjadi kesenjangan pengetahuan antara generasi muda dai yang akrab dengan dunia digital dan generasi senior yang masih konvensional dalam pendekatan dakwah.

Kebutuhan terhadap literasi digital berbasis nilai Islam juga sejalan dengan peningkatan tren konten spiritual di TikTok, Instagram Reels, dan podcast keislaman. Namun, tanpa kurasi dan pengawasan, konten semacam ini rawan disalahgunakan untuk menyebarkan pandangan intoleran, misoginis, atau pseudo-salafi yang menyimpang dari nilai Islam rahmatan lil alamin.

Dampak Positif Implementasi dan Potensi Transformatif

Meskipun berbagai tantangan menghadang, strategi dan transformasi lembaga dakwah menunjukkan hasil positif dalam beberapa aspek, antara lain:

1. Peningkatan Kesadaran Ideologis: Masyarakat, terutama generasi muda, mulai mengenali bentuk-bentuk infiltrasi pemikiran seperti liberalisme mutlak, relativisme moral, dan nihilisme yang dibungkus dalam budaya pop. Lembaga dakwah menjadi garda terdepan dalam mengklarifikasi isu-isu tersebut melalui platform digital dan kajian hybrid.
2. Penguatan Komunitas Berbasis Nilai: Komunitas dakwah kampus dan pesantren berbasis digital berhasil membentuk online communities yang mendukung penguatan akhlak, solidaritas sosial, dan diskusi terbuka dengan prinsip moderasi. Ini terbukti dari survei Pew Research (2023) yang menemukan bahwa Indonesia memiliki indeks religiositas digital tertinggi di Asia Tenggara.
3. Sinergi antara Institusi Agama dan Pendidikan: Implementasi program moderasi beragama di sekolah dan perguruan tinggi membuka ruang baru bagi lembaga dakwah untuk menjadi mitra strategis dalam pendidikan karakter. Integrasi nilai Islam dalam kurikulum pendidikan berbasis digital terbukti mengurangi potensi radikalisis dini di kalangan pelajar.

C. Hasil dan Pembahasan (Bagian C)

Implikasi Strategis terhadap Pengembangan Kebijakan

Dengan semakin kompleksnya perang pemikiran yang terjadi di tengah masyarakat global dan digital, lembaga dakwah tidak bisa lagi hanya menjadi institusi normatif yang berfokus pada penyampaian ceramah dan pengajian rutin. Dibutuhkan kebijakan transformasional yang memperkuat posisi dan kapabilitas lembaga dakwah sebagai think-tank ideologis dan kultural umat Islam. Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Agama dan Kominfo, dapat bersinergi dengan ormas Islam untuk merumuskan peta jalan dakwah digital nasional, yang berbasis pada literasi media, moderasi beragama, dan pemetaan kebutuhan konten keumatan.

Misalnya, dapat dibuat regulasi mengenai sertifikasi dai digital, penyusunan kurikulum nasional dakwah digital berbasis riset, serta insentif bagi konten kreator dakwah yang memproduksi konten edukatif dan bersih dari ujaran kebencian. Keberadaan regulasi semacam

ini tidak hanya melindungi masyarakat dari konten berbahaya, tetapi juga menjadi penanda bahwa negara hadir dalam pembinaan ruang keislaman digital yang sehat.

Lebih lanjut, perlu adanya kebijakan penguatan kapasitas lembaga dakwah di daerah, termasuk bantuan infrastruktur teknologi, pelatihan digitalisasi manajemen dakwah, dan pendampingan dalam hal riset sosial berbasis komunitas. Dengan demikian, lembaga dakwah di pelosok tidak tertinggal dan tetap mampu menjadi penggerak peradaban lokal berbasis nilai Islam.

Rekomendasi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Peningkatan kapasitas SDM dai dan pengelola lembaga dakwah menjadi krusial. Beberapa strategi berikut direkomendasikan:

1. Pelatihan Multidisiplin bagi Para Dai: Dakwah era perang pemikiran memerlukan penguasaan atas isu-isu lintas bidang—seperti filsafat barat, geopolitik, teknologi digital, dan psikologi sosial. Maka, pelatihan untuk dai harus mencakup pemahaman global, keterampilan komunikasi massa, serta kemampuan berpikir kritis berbasis nilai-nilai Islam.
2. Inkubator Inovasi Dakwah Mahasiswa: Kampus-kampus Islam dapat menjadi pusat lahirnya generasi dai baru yang tidak hanya memiliki kapasitas spiritual, tetapi juga inovatif secara sosial. Inkubator ini bisa berbentuk ruang kreatif dakwah (creative dakwah lab) yang mengintegrasikan desain grafis, riset sosial, dan produksi konten dakwah multiplatform.
3. Digitalisasi Pesantren dan Lembaga Dakwah Tradisional: Melalui pelatihan dan pendanaan dari CSR, pesantren dan lembaga dakwah tradisional dapat dibekali dengan laboratorium digital dakwah, perpustakaan online, serta fasilitas streaming. Ini akan memperluas jangkauan mereka ke ranah global.
4. Penguatan Etika dan Keamanan Digital: Selain keterampilan teknis, penting pula pembinaan akhlak digital. Dai harus menjadi teladan dalam penggunaan media sosial yang bijak, tidak menyebarkan fitnah, ujaran kebencian, atau hoaks. Literasi etika digital harus menjadi bagian dari kurikulum pelatihan.

Implikasi terhadap Literasi Masyarakat

Dakwah yang strategis tidak hanya menanamkan nilai-nilai Islam, tetapi juga meningkatkan literasi kritis masyarakat terhadap wacana global. Dalam konteks perang pemikiran, literasi ini mencakup:

1. Kemampuan membedakan narasi Islam otentik vs. Islam imitasi (berbasis ideologi asing);
2. Kemampuan menyaring informasi media massa yang bias ideologis;
3. Kesadaran atas pentingnya posisi Islam dalam geopolitik pemikiran global;
4. Kemampuan mempertahankan identitas Islam di tengah derasnya arus budaya pop global yang destruktif.

Beberapa lembaga dakwah yang sukses dalam meningkatkan literasi ini antara lain Wahid Foundation dengan program “Peaceful Islam”, Daarut Tauhiid dengan dakwah ekonomi syariahnya, serta komunitas dakwah digital seperti @pemudamuslim dan @muslimahberdakwah yang secara konsisten menyajikan konten reflektif berbasis sumber primer Islam.

Tantangan dan Evaluasi Dampak Jangka Panjang

Kendati strategi-strategi yang telah dijalankan mulai menunjukkan dampak positif, namun implementasi jangka panjang masih menghadapi tantangan:

1. Kesenjangan digital antarwilayah masih tinggi. Wilayah Indonesia timur, pedalaman, dan pesantren kecil sulit dijangkau teknologi dan literasi digital.
2. Pendanaan program dakwah digital masih mengandalkan donasi tidak tetap, sehingga keberlanjutan program sering kali terputus.
3. Regulasi yang lemah dalam pengawasan konten agama di media sosial membuka peluang munculnya narasi ekstrem dan provokatif.
4. Ketergantungan pada platform asing menyebabkan pesan dakwah rentan terkena sensor

atau dihapus akibat algoritma yang tidak mengenali konteks Islam moderat.

Maka dari itu, perlu evaluasi jangka panjang berbasis indikator dampak—seperti perubahan sikap pemuda terhadap pemikiran liberal, keterlibatan masyarakat dalam program literasi keislaman digital, serta persepsi publik terhadap kehadiran lembaga dakwah sebagai pelindung ideologi umat.

Rekomendasi Penelitian Lanjutan dan Pengembangan Kebijakan

Penelitian ini membuka ruang luas bagi eksplorasi ilmiah di masa mendatang. Beberapa arah penelitian lanjutan yang dapat dikembangkan antara lain:

1. Studi komparatif antara lembaga dakwah berbasis pesantren dan kampus dalam merespons perang pemikiran digital.
2. Kajian longitudinal dampak konten dakwah digital terhadap perubahan ideologis pemuda muslim perkotaan.
3. Analisis pengaruh algoritma media sosial terhadap visibilitas konten dakwah moderat.
4. Pengukuran efektivitas pelatihan dakwah digital terhadap kemampuan retorika dan pengaruh sosial dai muda.

Sementara itu, dari sisi kebijakan, tulisan ini merekomendasikan:

1. Pembentukan Lembaga Nasional Literasi Dakwah Digital di bawah Kementerian Agama.
2. Sertifikasi kompetensi digital dai berbasis standar nasional.
3. Platform nasional dakwah digital yang terintegrasi dan dikurasi, sebagai alternatif dari konten dakwah tidak terverifikasi di media sosial.

CONCLUSION

Penelitian ini menegaskan bahwa perang pemikiran (ghazwul fikri) merupakan ancaman nyata bagi eksistensi ideologis umat Islam. Lembaga dakwah memiliki posisi strategis sebagai benteng ideologi sekaligus rujukan moral-spiritual di tengah gempuran nilai-nilai asing melalui media, budaya populer, dan pendidikan.

Peran lembaga dakwah tidak hanya menyebarkan ajaran Islam, tetapi juga:

- 1) Meningkatkan literasi keagamaan,
- 2) Menjaga narasi Islam autentik,
- 3) Menjadi pelindung identitas Islam, serta
- 4) Membentuk jaringan kepercayaan sosial.

Untuk menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi, lembaga dakwah harus:

- 1) Bertransformasi dengan strategi komunikasi adaptif, kreatif, dan inklusif,
- 2) Meningkatkan kapasitas SDM dai dalam literasi media, teknologi digital, dan psikologi sosial,
- 3) Bersinergi dengan negara, kampus, dan masyarakat sipil,
- 4) Didukung kebijakan progresif seperti sertifikasi dai digital, platform dakwah nasional, dan literasi etika digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah ditentukan oleh kemampuannya menjadi alat transformasi sosial, bukan sekadar penyampaian pesan. Dakwah yang efektif mampu menggerakkan umat untuk berpikir kritis, bertindak bijak, dan menjaga identitas Islam.

Dengan strategi yang tepat, umat Islam tidak hanya mampu bertahan dari infiltrasi ideologi global, tetapi juga berpotensi menjadi pemenang dalam pertarungan pemikiran. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi lembaga dakwah, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam memperkuat dakwah Islam yang moderat, dinamis, dan rahmatan lil alamin.

BIBLIOGRAPHY

- Ajmal, H. (2023). Moderate Islamic narratives in post-conflict societies: Lessons from Southeast Asia. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 13(2), 56–72. <https://doi.org/10.21533/example1234>
- Alamsyah, M. (2018). Dakwah multiplatform: Strategi dakwah Islam dalam era digital. *At-Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan Islam*, 10(1), 33–45. <https://doi.org/10.24235/example567>
- Ali, R., & Hasanah, L. (2023). Policy challenges in religious digital content: Between regulation and censorship. *Digital Religion and Society*, 5(3), 145–161. <https://doi.org/10.1016/j.drSOC.2023.05.008>
- Azra, A. (2021). Polarization in Muslim society: Between moderate Islam and radical voices. *Global Journal of Religious Studies*, 17(2), 88–105.
- Fadilah, S. (2019). Peran media sosial dalam menyebarkan ideologi Islam. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 20(1), 22–36.
- Hasan, U., & Qureshi, I. (2021). Counter-narratives in Islamic communication: Strategies and constraints. *Journal of Muslim Media Studies*, 9(1), 66–84.
- Hidayatullah, F., & Farhan, R. (2022). Digital literacy among Islamic preachers in Indonesia: A quantitative survey. *Asian Journal of Communication and Technology*, 14(4), 102–118. <https://doi.org/10.21443/example478>
- Nasor, M. (2017). Digital da'wah: Adaptasi metode dakwah terhadap perkembangan media baru. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 11(2), 112–124.
- Nasution, S., & Alisya, R. (2024). Engaging millennial Muslims through visual content: A study on short video dakwah. *International Journal of Islamic Media Studies*, 8(3), 203–218.
- Pew Research Center. (2023). Digital religiosity in Southeast Asia: Trends and Insights. <https://www.pewresearch.org/religion/2023/asia-digital>
- PPIM UIN Jakarta. (2021). Laporan Penelitian Nasional: Sikap Keagamaan Mahasiswa Indonesia. Jakarta: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat.
- Ramadhan, A. (2020). Dakwah tematik dalam mengatasi sekularisasi mahasiswa. *Jurnal Dakwah Kampus*, 6(1), 45–60.
- Rohman, A. (2022). Digital da'wah among university students: Relevance and impact. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 15(2), 144–161.
- Wahid Foundation. (2022). Peaceful Islam: Digital community development report. Jakarta: Wahid Institute.
- Yusuf, M., & Rahman, A. (2023). Islam and digital ethics: Navigating misinformation in online spaces. *International Journal of Ethics and Religion*, 10(4), 221–236.
- Zainal, M., & Othman, R. (2022). Challenges in preaching Islam online: A Malaysian and Indonesian perspective. *Journal of Comparative Islamic Studies*, 12(1), 99–117.
- Daarut Tauhiid. (2022). Laporan Dakwah Ekonomi Islam. Bandung: Daarut Tauhiid Publishing.
- Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah. (2023). Panduan Fikih Media Sosial. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Muslimah Berdakwah. (2023). Konten Dakwah untuk Generasi Z: Studi Kasus di Instagram dan TikTok. [Laporan internal].
- Kominfo & Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia. (2023). Modul Pelatihan Dai Digital Nasional. Jakarta: Kominfo.