



PKM Komunikasi Dakwah Berplatform Digital Kepada Para Penceramah di Yayasan Dakwah Ar Risalah Jakarta Timur

Agus Riyanto¹, Nur Ali², Tom Amrozi³

^{1,2,3} Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

email: agusriyanto@ gmail.com

Abstrak.

Pendidikan islam esensinya adalah menghadirkan nilai-nilai kebaikan yang dapat diarahkan, bagi siapa saja, diterapkan dimana saja dan kapan saja. Begitu juga komunikasi dakwah, pesan yang disampaikan idealnya dibingkai dengan kebaikan, karena komunikasi dakwah selalu merujuk pada nilai Pendidikan islam. Meskipun begitu masih banyak komunikasi dalam dakwah yang memuat nilai-nilai yang justru dapat bertentangan dengan nilai Pendidikan islam. Terlebih komunikasi pada saat ini tidak hanya bersifat verbal, tapi sudah merambah kepada era komunikasi digital. Platform digital pada kondisi saat ini dijadikan media yang cepat dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan apapun, salah satunya adalah komunikasi dakwah. Akan tetapi pada kenyataannya masih didapati komunikasi dakwah yang tersebar pada platform digital bermuatan pada potensi menimbulkan permusuhan, pertengkaran bahkan tidak menutup kemungkinan dapat memecah belah anak bangsa. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan, diskusi, dan pendampingan. Penyuluhan dilakukan dalam bentuk ceramah interaktif untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya dakwah digital di era modern serta bagaimana menyampaikan pesan dakwah secara efektif melalui media digital Tujuan dari kegiatan ini adalah mengajak dalam menerapkan Pendidikan islam serta menyampaikan pesan yang dibingkai pada komunikasi dakwah dengan memanfaatkan platform digital, sehingga pesan yang disampaikan sejuk yang mengajak pada persatuan serta menyadarkan pada kewajiban seorang hamba dalam beribadah.

Kata Kunci: Pendidikan Islam, Komunikasi Dakwah, Platform Digital

Abstract

The essence of Islamic education is to instill good values that can be taught to anyone, applied anywhere, and at any time. Likewise, in Islamic propagation communication, the message conveyed should ideally be framed in a positive light, as it always refers to the values of Islamic education. However, much Islamic propagation communication still contains values that can actually conflict with Islamic educational values. Furthermore, communication today is no longer solely verbal but has also entered the digital era. Digital platforms are currently used as a fast medium for conveying any message, one of which is Islamic propagation communication. However, in reality, Islamic propagation communication spread on digital platforms still carries the potential to incite hostility, conflict, and even divide the nation's children. Methods used include counseling, training, discussion, and mentoring. The counseling was conducted in the form of an interactive lecture to provide an understanding of the importance of digital da'wah in the modern era and how to convey da'wah messages effectively through digital media. The purpose of this activity is to encourage the implementation of Islamic education and convey messages framed in da'wah communication by utilizing digital platforms, so that the messages conveyed are cool, inviting unity and making people aware of the obligations of a servant in worship.

Keywords: *Islamic Education, Da'wah Communication, Digital Platform*

PENDAHULUAN

Pendidikan Islam merupakan sebuah konsep Pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai Islam yang tertanam pada al qur'an dan sunnah. Tujuan dari Pendidikan Islam memberikan pemahaman agar dapat menyadarkan manusia pada ketentuan dasarnya dalam menghambakan diri pada Allah swt. Kesadaraan inilah yang menjadikan manusia taat dalam beribadah, dimana ketaannya dapat dibuktikan dengan menghadirkan nilai-nilai kebaikan yang tertanam pada ajaran Islam yang kemudian dapat diterapkan dalam kehidupannya sehari-hari.

Secara normatif tujuan dari Pendidikan Islam ingin menghadirkan sebuah pemahaman yang dapat membentuk kepribadian manusia berperilaku baik secara universal. Penerapan dalam Pendidikan Islam pun yang dihadirkan juga dengan sikap kebaikan sehingga dapat dirasakan secara langsung dalam kesehariannya. Melalui Pendidikan Islam, umat Islam dapat menyampaikan ayat-ayat yang ada pada al qur'an melalui kebaikan yang kemudian di hadirkan melalui sikapnya. (Harahap et al., 2024)

Nilai terhadap Pendidikan islam yang disampaikan pada saat ini tidak hanya melalui Pendidikan formal pada Lembaga Pendidikan saja, penerapan Pendidikan islam juga dapat disampaikan melalui media komunikasi dakwah dengan *platform digital*. Dimana sudah beberapa tahun belakangan ini ada seorang habib muda yang menyampaikan pesan serta nilai Islam melalui *platform digital* dengan melakukan diaolog kepada orang-orang yang berbeda keyakinan akan tetapi menghadirkan pesan moral yang sangat dalam. (Masfufah, 2019)

Dunia digital yang saat ini digandrungi semua kalangan tidak bisa dihindari, oleh karena itu era digitalisasi dengan beragaram platformnya harus di isi serta diimbangi dengan konten-konten positif yang mengajak khususnya generasi muda untuk menjadi sosok pembaharu dengan mengedepankan nilai-nilai pada Pendidikan Islam. Komunikasi dalam dakwah dapat diperluas lagi jangkauannya, jika selama ini hanya dari masjid, musholah atau pada kegiatan perayaan hari besar Islam, kini pesan dakwah sudah bisa dinikmati dari mana saja dengan kondisi apa saja.

Komunikasi dakwah yang dibangun harus memberikan pesan yang merujuk pada tujuan Pendidikan Islam, meskipun *platform digital* juga terdapat konten-konten yang mengarah pada perbuatan radikalisme atau permusuhan. Komunikasi dakwah yang berplatform digital juga harus mampu memberikan pemahaman kepada generasi muda dalam menyampaikan pesan bagaimana cara menerapkan Pendidikan agama dengan baik dan benar. (Lestari, 2020)

Sementara yang dimaksud dengan *platform digital* sendiri awalnya lebih populer dalam dunia marketing, dimana *platform digital* yang dimaksudkan adalah dengan memanfaatkan sosial media yang berkembang dijadikan komunikasi tanpa batas serta dapat diakses oleh siapa dengan tujuan untuk meningkatkan pasar dan penjualan dari suatu produk. Akses tanpa batas tersebut menjadikan informasi dan tujuan marketing menjadi sangat luas, dari sinilah pesan dari produk yang ditawarkan tersampaikan keseluruh lapisan masyarakat dimana saja.

Banyak produk yang ditawarkan melalui *platform digital*. Kegiatan tersebut dikampanyekan secara berkesinambungan oleh perusahaan yang menginginkan penjualan produknya meningkat. Dengan masuk kepada *platform digital* apa yang menjadi tujuan marketingnya akan tercapai. Strategi ini patut ditiru dalam penerapan Pendidikan Islam melalui komunikasi dakwah yang disampaikan. Ini bertujuan agar pesan kebaikan yang ada pada dakwah dapat dikomunikasikan dan diterima oleh siapa saja melalui bentuk pemasaran dakwah dalam bentuk platform digital. (Pangestika, 2018)

Komunikasi dalam dakwah memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman dalam penerapan Pendidikan Islam mesti dibarengi dengan selera serta kondisi masyarakat pada saat ini. Pola hidup masyarakat sendiri sudah berubah dimana dengan kehidupan saat ini masyarakat banyak melakukan migrasi besar-besaran dari zaman tradisional menjadi era digital. Migran digital juga harus bisa diikuti dengan perubahan dakwah yang juga sudah harus menyesuaikan dengan zamannya yaitu dengan menggunakan *platform digital*. (Maulidina & Ridho, 2020)

Saat ini platform digital tidak lagi dimarginalkan hanya untuk kepentingan dunia usaha dan marketing saja, akan tetapi sudah dapat dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi apa saja. Kecepatan serta daya jelajah yang tanpa batas menjadikan tujuan dari pesan yang akan disampaikan tersebar dengan mudah. Hanya dengan menggunakan perangkat teknologi yang dipadukan dengan jaringan internet siapapun dapat menyampaikan pesan dengan mudah.

Pesan dalam komunikasi dakwah harus disesuaikan dengan nilai-nilai Pendidikan Islam yang mengedepankan pesan moral. Penerapan Pendidikan Islam dalam keseharian akan menghadirkan sikap moderat dalam beragama. Sebuah sikap yang menghargai perbedaan keyakinan dan pemahaman, bisa jadi jika ada kegiatan dakwah yang berpotensi memunculkan sikap intoleran, maka sebenarnya itu bukan pesan sakawah dakwah yang disampaikan melainkan pesan yang terindikasi provokatif yang hakikatnya sudah keluar dari nilai-nilai Islam. (Sutrisno, 2020)

Komunikasi sendiri adalah kegiatan pertukaran atau menyampaikan informasi yang melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki tujuan dan maksud tertentu. Komunikasi merupakan komponen penting sebagai syarat terjadinya interaksi sosial, bisa antar individu atau kelompok. Maka komunikasi dakwah memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan yang bertujuan penerima pesan dapat menerapkan nilai dalam Pendidikan Islam dengan menyeluruh. (Choiri, 2020)

Platform digital saat ini masih dimanfaatkan untuk mencari informasi dalam bentuk kegiatan negatif komunikasi dakwah. Banyak pelaku sikap intoleran mencari informasi dalam melakukan kejahatan melalui media elektronik digital. Sudah saatnya platform digital menghadirkan komunikasi dakwah yang membangkitkan kesadaran masyarakat dalam menerapkan nilai Pendidikan Islam, sehingga nilai pada Pendidikan Islam dapat dirasakan tidak hanya kepada umat Islam itu sendiri akan tetapi kebaikan akan tersebar kepada siapa saja, dimana saja dan kapan saja.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan, diskusi, dan pendampingan. Penyuluhan dilakukan dalam bentuk ceramah interaktif untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya dakwah digital di era modern serta bagaimana menyampaikan pesan dakwah secara efektif melalui media digital. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan berbasis praktik (*workshop*), di mana peserta dibimbing secara langsung dalam penggunaan berbagai platform digital seperti media sosial untuk kepentingan dakwah. Peserta juga dilatih dalam membuat konten dakwah, mulai dari perencanaan materi, teknik pengambilan video sederhana, hingga proses editing menggunakan aplikasi yang mudah diakses.

Selama proses pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan mengajukan pertanyaan terkait kendala yang mereka hadapi. Interaksi ini diharapkan dapat membantu peserta memperoleh solusi yang tepat dan meningkatkan pemahaman mereka secara lebih mendalam. Selain itu, dilakukan pula pendampingan

secara intensif, di mana tim PKM memberikan bimbingan langsung dalam proses pembuatan dan publikasi konten dakwah digital, serta memberikan umpan balik terhadap hasil karya peserta.

Tahap berikutnya adalah evaluasi, yang dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test guna mengetahui peningkatan pemahaman peserta, serta penilaian terhadap hasil praktik berupa konten dakwah digital yang telah dibuat. Selain itu, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap akhir, dilakukan tindak lanjut untuk memastikan keberlanjutan program. Kegiatan ini meliputi pembentukan komunitas dakwah digital di antara para peserta serta pemberian pendampingan lanjutan secara daring. Dengan adanya tindak lanjut ini, diharapkan para penceramah dapat secara konsisten memanfaatkan platform digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

HASIL PEMBAHASAN

1. Platform digital dan Sejenisnya

Platform digital mulai ramai berbarengan dengan dunia digital yang mengisi ruang-ruang kehidupan manusia. Teknologi informasi seakan sudah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan pada masa saat ini. Perangkat teknologi dan jaringan internet sudah sangat mudah didapatkan, sehingga era teknologi sudah menjadi sebuah keniscayaan.

Tempat atau ruang yang awalnya terpisah dengan jarak dapat dijadikan menjadi satu disemensi ruang virtual dengan *platform digital*. Ruang tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sarana bertukar informasi, serta tidak sedikit yang juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi. Dimana pada saat ini *platform digital* juga sering disebut media sosial.

Pada awalnya ada perbedaan antara *platform digital* dengan media sosial, dimana platform digital pada awal mula kemunculannya lebih menekankan pada dunia pemasaran dan penjualan. Platform digital merupakan media yang dijadikan sarana promosi terhadap sebuah produk tertentu dalam mencapai target penjualannya, maka hampir dipastikan platform digital menjadi ujung tombak dalam sebuah perusahaan.

Penggunaan *platform digital* kemunculannya memang identik dengan dunia usaha, proses informasi yang luas, tanpa batas sehingga dapat menjangkau semua kalangan. Teknologi yang lekat dengan kehidupan manusia saat ini sangat memungkinkan sekali jika pemasaran dilakukan dengan platform digital informasi terkait produk yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Kecepatan inilah yang juga mempengaruhi angka penjualan sebuah produk, akan tetapi pada era pandemi covid *platform digital* juga mulai digunakan dalam dunia Pendidikan. (Assidiqi & Sumarni, 2020)

Kecepatan informasi ini yang akan dimanfaatkan dalam penerapan Pendidikan Islam yang disampaikan melalui komunikasi dakwah berplatform digital. Meskipun awal kemunculannya di gunakan untuk tujuan marketing, dalam elemen komunikasi dimana akhirnya harus ada tanggapan (*feedback*). Tanggapan dalam dunia marketing itu dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan dari suatu produk. (Kustiawan, 2019)

Keterbukaan pada *platform digital* membuat siapa saja dapat melihat dan menilai, maka dengan keterbukaan informasi yang ada pada platform digital, komunikasi dalam dakwah diharapkan menghadirkan konten yang positif serta membuat atau membangkitkan kesadaran manusia untuk faham akan fungsi dirinya sebagai seorang

hamba, kedisaran akan menjadi *feedback* dalam bentuk melaksanakan nilai-nilai yang ada pada Pendidikan Islam. Kesadaran yang dimaksud adalah ketaatan dalam beribadah.

Penggunaan *platform digital* menjadikan semua serba terbuka, setiap orang bisa masuk kapan saja, dimana saja dan kapan saja. Keterbukaan yang ada pada era *digital platform* akan memiliki dampak yang positif jika dapat memanfaatkannya. Keterbukaan menjadi persaingan lebih kompetitif, ini dapat menghadirkan perubahan-perubahan yang mengarah pada kegiatan-kegiatan lebih baik lagi (Broekhuizen et al., 2021)

Teknologi komunikasi yang sulit dipisahkan menjadikan masyarakat dengan mudah mengakses apapun, paket internetpun sudah sangat mudah didapatkan dimapun, hanya telepon genggam berbasis android yang ada pada saat ini menjadi alat yang paling mudah digunakan dalam mengakses dakwah berplatform digital, didalamnya sudah ada youtube, facebook, whatsapp dan masih banyak lagi. (Andarsyah, 2022)

Dari data penelitian yang dilakukan platform yang paling banyak digunakan adalah *youtube*. Kemudian mencari penceramah serta bisa mencari langsung pada tema atau isi ceramah menjadikan orang banyak menggunakan media tersebut, adapun yang lain medinya lebih bersifat statis, dengan artian konten yang diterima tidak menawarkan pilihan tema dakwah. (Hamdan & Mahmuddin, 2021)

2. Komunikasi dan Dakwah

Menurut *littlejohn* teori komunikasi adalah satu teori yang merupakan penggabungan dari buah pemikiran secara kolektif yang didapatkan dari kesatuan sumbernya yang terpusat terhadap topik berupa proses komunikasi. Pesan yang disampaikan harus dari sumbernya serta memiliki spesifikasi pesan yang akan di komunikasikan. (Littlejohn & Foss, 2019)

Pesan yang akan disampaikan dalam teori komunikasi harus memiliki kejelasan didalam proses penyampaiannya dilakukan dengan penuh kehati-hatian terstruktur dan disampaikan secara sadar. Secara prinsip komunikasi selalu bermuatan pesan yang baik, disampaikan dengan dengan cara yang baik dan kondisi yang baik pula, karena hal ini akan berpengaruh pada *feedback* yang dikomunikasikan.

Sementara dakwah secara umum adalah menyerukan kebaikan dan meyerukan untuk meninggalkan keburukan. Atau bisa juga dikatakan mengajak orang untuk melakukan kebaikan dan mengajak orang untuk menjauhkan perbuatan tidak terpuji. Setiap orang memiliki kewajiban dalam menyampaikan dakwah, bisa diartikan setiap orang harus selalu menyampaikan pesan yang baik yang bersumber pada kebiakan itu sendiri.

Terdapat kesamaan antara komunikasi dan dakwah, hanya komunikasi pesan yang disampaikan bersifat umum dan spesifik, umum yang dimaksud disini adalah tidak terkait agama, sementara dakwah pesan yang disampaikan lebih bersifat kepada pesan yang bersandar pada agama. Komunikasi dakwah dimana unsur-unsurnya lebih menyesuaikan dengan tujuan Pendidikan Islam.

Sehingga dapat disimpulkan dari segi prosesnya komunikasi dakwah memiliki kemiripan antara keduanya, yang membedakan hanya pada tujuannya yang akan dicapai. Komunikasi secara umum berharap ada partisipasi dari komunikan atas gagasan yang disampaikan komunikator sehingga akan ada perubahan sikap, sementara dakwah memiliki tujuan terjadinya perubahan serta pembentukan sikap yang merujuk pada nilai Pendidikan Islam. (Marwantika & Novitasari, 2021)

3. Digitalisasi Komunikasi Dakwah

Pesan yang disampaikan pada komunikasi dakwah tidak lagi terbatas pada suatu tempat atau kegiatan tertentu. Komunikasi dakwah yang awalnya disampaikan secara konvensional kini sudah makin merambah kepada *platform digital*. Keterbatasan tidak lagi menjadi kendala bagi siapa saja yang ingin menyaksikan atau mendengarkan pesan yang disampaikan pada komunikasi dakwah.

Komunikasi dakwah secara digital semakin menjadi trend berbarengan dengan berkembangnya era teknologi pada masa sekarang. Generasi muda yang akrab dengan dunia digital dapat memanfaatkannya sebagai wasilah atau penghubung untuk menyampaikan pesan dakwah didalamnya. Pemuda tidak lagi harus secara formil datang ke masjid hanya untuk mendengarkan dakwah dari para ulama atau kyai. Hanya cukup menggunakan alat yang ada gengaman yang terkoneksi dengan internet. (Rumata et al., 2021)

Banyak sisi positif ketika komunikasi dakwah disampaikan dalam bentuk *platform digital*. Pesan yang disampaikan dapat diulang dan diputar kembali, pendengar dapat mencari dan memutar kembali materi dakwah yang dibutuhkan, sehingga keefektifitasan pesan diterima menjadi lebih besar serta akan berdampak pada *feedback* pesan tersebut agar dapat di implementasikan pada kehidupan sehari-hari.

Hal ini yang membedakan ketika komunikasi dakwah disampaikan dengan cara konvensional. Dakwah konvensional terjadi hanya sekali, meskipun materi yang disampaikan mirip atau bahkan sama dikarenakan tempat yang berbeda, maka akan ada audiens yang juga berbeda. Belum lagi terkadang tempat ceramah dari yang satu dengan tempat yang lainnya berjarak cukup jauh, kondisi tersebut sangat menyulitkan bagi orang-orang yang ingin mendengarkan pesan dakwah dari sang guru atau kyai.

Platform digital mampu mengubah kesulitan-kesulitan bagi orang yang ingin mendengarkan pesan yang disampaikan dalam komunikasi dakwah dari sang guru. Komunikasi dakwah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Sang guru memang menyampaikan dakwahnya disatu tempat saja, akan tetapi dengan memodifikasi media dakwah yang kemudian disebarluaskan dengan *platform digital* sehingga pada akhirnya komunikasi dakwah dapat disebarkan kepada siapa saja. (Marwantika & Novitasari, 2021)

Era digital banyak mempermudah kehidupan manusia, begitu juga dalam menyampaikan komunikasi dakwah, meskipun kemunculan teknologi erat kaitannya dengan kapitalis, umat Islam harus mampu memanfaatkan untuk kepentingan yang positif. Pesan yang dikomunikasikan dalam dakwah harus disebar secara gencar sebagai penyeimbang konten-konten yang berpotensi merusak generasi muda. Ditengah postensi negative, dengan komunikasi dakwah yang digitalisasikan dapat menjadi penyejuk. (Makdis, 2020)

Digitalisasi dakwah sudah menjadi trend tersendiri dalam menyampaikan pesan dakwah. *Face book, You tube, Instragram, reels, tiktok, snack video* dan masih banyak lagi platform digital yang bisa diakses untuk menyaksikan pesan dakwah. Dari tokoh terkenal sampai yang baru muncul kini sudah memanfaatkan *platform digital* untuk menyampaikan pesan dakwah. Dengan penggunaan teknologi yang dibantu data internet siapa saja sudah dapat menikmati dan menerima pesan yang disampaikan melalui komunikasi dakwah para sang guru. Pesan sang guru dapat dinikmati secara berulang-ulang apabila memang ada hal yang berkesan pada satu tanyangan dakwah.

Implementasi pada nilai Pendidikan Islam diharapkan akan terjadi peningkatan melalui pesan yang disampaikan dalam bentuk komunikasi dakwah, tentunya pesan dakwah yang disampaikan dapat menumbuhkan serta meningkatkan si penerima pesan memiliki kesadaran dalam beribadah. Ditengah krisis mental pada generasi muda,

komunikasi dakwah yang menyasar segmentasinya dimana merupakan suatu bentuk upaya yang dilakukan para tokoh agama dalam membangun literasi serta pemahaman keagamaan yang baik dan benar melalui komunikasi dakwah *berplatform digital*.

Sumber <https://kampartrapost.com/dakwah-digital>



Gamabar 1 platform sosial media

4. Penerapan Pendidikan Islam

Penerapan atau yang juga disebut implementasi baru dapat dilaksanakan apabila sudah melalui tahapan perencanaan yang matang. Pendidikan Islam dalam hal ini tidak dapat didapat oleh semua orang terlebih pada awalnya Pendidikan Islam sering kali dianggap sebagai Lembaga Pendidikan yang masih berada dibawah dari pada Lembaga Pendidikan umum. Bisa jadi ini dikarenakan Pendidikan umum dapat menyalurkan para lulusannya untuk mendapatkan lapanganpekerjaan ditempat-tempat strategis, sementara lulusan Lembaga Pendidikan Islam seakan memberikan ketidakpastian dalam pekerjaan.

Fenomena ini yang pada akhirnya Lembaga Pendidikan Islam disebagian daerah dan sebagian kalangan tidak menjadi pilihan utama dalam proses belajar mengajar. Disatu sisi nilai yang terdapat pada Pendidikan Islam akan terus melekat pada diri setiap muslim. Untuk mengantisipasi keadaan tersebut komunikasi dakwah digital dapat menjadi alternatif untuk membangun literasi terhadap Pendidikan Islam. Komunikasi dakwah digital pada saat ini sudah dapat diakses dimana saja tanpa harus duduk dibangku sekolah.

Pengetahuan terkait nilai pada Pendidikan Islam sudah bisa didapatkan secara luas melalu media komunikasi dakwah berplatform digital. Semua dengan mudah diakses hanya menggunakan perangkat teknologi dan kuota internet. Pendidikan agama yang disampaikan melalaui komunikasi dakwah berplatform digital setidaknya memiliki peran yang sangat penting dalam mengurangi dekadensi moral yang ada pada remaja. (Adi, 2019)

Maka yang terpenting dalam komunikasi adalah *feedback* dari pesan yang sudah disampaikan. Jangan sampai banyak pesan yang sudah disampaikan tidak membawa dampak atau penengaruh apapun. Nilai Pendidikan Islam dalam penenerapannya adalanya menjadikan manusia merasa terbimbing dan memberikan kesadaran terhadap nilai-nilai kebaikan yang terdapat pada Al qur'an dan sunnah yang dibuktikan dengan berperilaku baik kepada siapapun. (Munirah, 2019)

Komunikasi dakwah dengan *flatform* digital menjadikan pesan kebaikan dalam dakwah akan mudah diingat. Kemudahan mengakses materi dakwah bisa menjadi imunitas manusia untuk menjaga dirinya dari perbuatan negatif. *Smartphone* yang sudah tidak bisa dipisahkan tidak hanya dapat digunakan untuk pengingat waktu saja. Akan tetapi juga dapat difungsikan sebagai alat untuk menuntun pada jalan kebaikan malalui

platform digital yang ada didalamnya. Pesonanya yang sudah memikat siapaun dapat digunakan kearah yang lebih positif. (Verayanti, 2019)

Pendidikan Islam dengan nilai-nilainya dapat mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Penerapannya merupakan bentuk ketaatan yang bersandar pada kesadaran akan kewajiban sebagai seorang hamba yang berdampak menghadirkan rasa aman, damai, tentram serta akan dapat menghargai beragam perbedaan yang ada. Sikap bijak, sabar, *tawakal* serta berserah diri pada Allah swt akan selalu menghiasi orang-orang yang menerapkan nilai pada Pendidikan Islam dalam kehidupannya. (Hibatullah, 2022)

Komunikasi dalam dakwah harus merujuk pada nilai Pendidikan Islam, sehingga dakwah yang disampaikan lebih kepada mengajak orang untuk melakukan kebaikan dimana tidak akan bertentangan terhadap hukum apapun, budaya manapun, kebiasaan siapapun. Karena nilai pada Pendidikan Islam pastinya tidak akan bertentangan dengan tradisi apapun. Kebaikan yang bersifat universal akan dapat diterima oleh siapa saja.

Komunikasi dakwah yang disampaikan sebaiknya tidak mengandung unsur diskriminasi, jika mengacu pada nilai Pendidikan Islam maka dakwah mengajak dengan penuh kelembutan tanpa adanya unsur kebencian. Komunikasi dakwah yang sudah menyesuaikan dengan zamannya lebih kepada kontekstual dimana disampaikan dengan arif dan bijak agar tujuan dari nilai Pendidikan Islam dapat tercapai dan diterima. (Al Zamzami, 2019)

Jadi jika ada kegiatan yang mengatasnamakan dakwah, akan tetapi pesan yang disampaikan bermuatan pada perpecahan, penghinaan serta permusuhan, maka dapat dipastikan bahwa pesan tersebut tidak terdapat pada nilai Pendidikan Islam. Penerapan pada Pendidikan Islam akan membawa pada keteraturan yang baik secara individual, sosial maupun ritual. Penerapan terhadap Pendidikan Islam akan menjadikan kepribadian yang berakhlakuk karimah.

KESIMPULAN

Komunikasi dakwah yang disampaikan melalui *platform digital* menjadikan lingkup dakwah menjadi lebih luas jangkauannya, meskipun komunikasi dan dakwah memiliki kesamaan tapi ada perbedaan dalam tujuan yang akan dicapai. Komunikasi umum masih bersifat umum hanya lebih spesifikasi dari segi pesan yang akan disampaikan, sementara dakwah bersumber pada nilai Pendidikan Islam. Jika selama ini dakwah disampaikan ditempat terbatas, maka dengan *platform digital* menjadi tidak terbatas. Era teknologi yang juga harus dibarengi penyampaian pesan dengan memanfaatkan teknologi mengingat teknologi pada saat ini seakan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi dakwah menjadi masiv dengan memanfaatkan *platform digital* yang bertujuan agar terjadinya perubahan sikap atau perilaku terhadap prinsip penerapan nilai Pendidikan Islam. Dengan *platform digital* pesan yang disampaikan melalui komunikasi dakwah menjadi lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pimpinan serta peserta lembaga dakwah Yayasan Ar risalah Jakarta Timur, sehingga tim dapat melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lokasi tersebut .

DAFTAR PUSTAKA

Adi, H. C. (2019). PERNIKAHAN DINI DI KOTA YOGYAKARTA DITINJAU DARI ASPEK PENDIDIKAN AGAMA. *Al-Qalam*, 25(2).
<https://doi.org/10.31969/alq.v25i2.759>

- Al Zamzami, M. (2019). Konsep Moderasi Dakwah dalam M. Quraish Shihab Official Website. *Jurnal Bimas Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.98>
- Andarsyah, R. (2022). Impelementasi Metode First in First Out (Fifo) Pada Aplikasi Jual Beli Asset Digital Berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1).
- Assidiqi, M. H., & Sumarni, W. (2020). Pemanfaatan Platform Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*.
- Broekhuizen, T. L. J., Emrich, O., Gijsenberg, M. J., Broekhuis, M., Donkers, B., & Sloot, L. M. (2021). Digital platform openness: Drivers, dimensions and outcomes. *Journal of Business Research*, 122. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.001>
- Choiri, E. (2020). Pengertian Komunikasi, Tujuan, Fungsi dan Macamnya. *Qwords.Com*.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai media dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1).
- Harahap, M. H., Tengku Kasim, T. S. A. B., & Yussuf, A. Bin. (2024). The Value of Fitrah And Its Relationship With Islamic Education. *Journal Analytica Islamica*, 13(1). <https://doi.org/10.30829/jai.v13i1.20819>
- Hibatullah, H. (2022). Implementasi Bimbingan Konseling dalam Pendidikan Islam. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 32(1). <https://doi.org/10.52030/attadbir.v32i1.122>
- Kustiawan, W. (2019). Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.37064/jki.v6i1.5517>
- Lestari, P. P. (2020). DAKWAH DIGITAL UNTUK GENERASI MILENIAL. *Jurnal Dakwah*, 21(1). <https://doi.org/10.14421/jd.2112020.1>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2019). Teori Komunikasi Edisi 9. *Teori Komunikasi Edisi 9*, XI(1).
- Makdis, N. (2020). Penggunaan e-book pad era digital. *Al-Maktabah*, 19.
- Marwantika, A. I., & Novitasari, E. (2021). Da'i Akademisi Dalam Kontestasi Dakwah Digital : Analisis Media Siber Channel Youtube Transformasi Iswahyudi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.9364>
- Masfufah, A. (2019). Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar. *Jurnal Dakwah*, 20(2).
- Maulidina, R., & Ridho, K. (2020). Internet dan Metamorfosa Generasi Digital: Analisa Perbandingan Perilaku Penyebarluasan Berita Hoax Lintas Generasi. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2). <https://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.18920>
- Munirah, M. (2019). Implementasi Pendidikan Sufisme dalam Pendidikan Islam. *Farabi*, 16(2), 91–104. <https://doi.org/10.30603/jf.v16i2.1103>
- Pangestika, W. (2018). Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing. *Jurnal.Id*.
- Rumata, F. 'Arif, Iqbal, M., & Asman, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2). <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>
- Sutrisno, E. (2020). Moderasi Dakwah di Era Digital dalam Upaya Membangun Peradaban Baru. *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 1(1).
- Verayanti, S. (2019). Penggunaan Handphone Dalam Berkarya Poster Berbasis Fotografis Bagi Siswa Smk. *Jurnal Imajinasi*, 13(2).