



DAKWAH INTERAKTIF: TEORI INTERAKSI SIMBOLIK DALAM PENYEBARAN PESAN ISLAM ONLINE

Rahasbi Tarmizi¹, Muhammad Abrar Azizi²
Universitas Islam Al-Aziziyah¹²
rahasbitarmizitarmizi@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma komunikasi dakwah dari satu arah menjadi lebih interaktif. Dalam konteks ini, teori interaksi simbolik menawarkan kerangka analisis yang relevan untuk memahami dinamika penyebaran pesan Islam secara online. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji praktik dakwah digital melalui perspektif interaksi simbolik, di mana simbol, makna, dan respon audiens memainkan peran utama dalam membentuk komunikasi dakwah yang efektif. Melalui studi pustaka dan pendekatan kualitatif, tulisan ini menyoroti pentingnya pemaknaan bersama (*shared meaning*), interaksi dua arah, serta peran simbol religius dalam memperkuat pesan Islam di ruang digital. Dakwah interaktif bukan hanya menyampaikan informasi agama, tetapi juga membangun dialog dan identitas keagamaan bersama antara da'i dan jamaah digital.

Kata Kunci: dakwah digital, interaksi simbolik, media sosial, komunikasi Islam, ruang virtual

ABSTRACT

The development of information technology has transformed the paradigm of da'wah communication from one-way to more interactive. In this context, symbolic interaction theory offers a relevant analytical framework for understanding the dynamics of the dissemination of Islamic messages online. This article aims to examine digital da'wah practices through the lens of symbolic interaction, where symbols, meanings, and audience responses play a central role in shaping effective da'wah communication. Through literature review and qualitative approach, this paper highlights the importance of shared meaning, two-way interaction, and the role of religious symbols in reinforcing Islamic messages in the digital space. Interactive da'wah is not merely about conveying religious information but also about fostering dialogue and shared religious identity between da'is and digital congregations.

Keywords: digital dakwah, symbolic interaction, social media, Islamic communication, virtual space

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan pilar utama dalam Islam yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran, nilai, dan pesan-pesan keimanan kepada umat manusia. Pada hakikatnya, dakwah adalah aktivitas komunikasi yang melibatkan interaksi antara da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan) dalam rangka menanamkan pemahaman keagamaan serta membentuk perilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam perkembangan sejarahnya, metode dakwah telah mengalami transformasi seiring dengan dinamika sosial dan kemajuan teknologi komunikasi. Dari dakwah lisan di majelis taklim hingga dakwah visual di televisi, kini dakwah telah memasuki era digital yang menawarkan ruang baru yang lebih luas, cepat, dan interaktif (Irawan, 2025).



Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi. Media sosial, aplikasi pesan instan, forum daring, dan platform video telah mengubah pola hubungan antara komunikator dan audiens. Dalam konteks dakwah, perubahan ini menuntut adaptasi baik dari sisi metode maupun pendekatan komunikasi. Dakwah digital tidak lagi mengandalkan komunikasi satu arah yang bersifat monologis, tetapi menuntut keterlibatan audiens dalam bentuk respons, komentar, bahkan reinterpretasi terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, dakwah telah beralih menjadi bentuk komunikasi yang dialogis dan dinamis.

Fenomena ini membuka ruang penting bagi penggunaan pendekatan teoritis dalam memahami transformasi dakwah digital. Salah satu pendekatan yang relevan adalah teori interaksi simbolik (symbolic interactionism), yang diperkenalkan oleh George Herbert Mead dan dikembangkan oleh Herbert Blumer. Teori ini berpijak pada asumsi bahwa makna sosial tidak bersifat tetap, tetapi terbentuk melalui proses interaksi antara individu dengan simbol-simbol yang mereka gunakan. Dalam konteks dakwah, simbol-simbol tersebut dapat berupa kata-kata religius, ekspresi visual keagamaan, gaya berpakaian da'i, hingga cara berinteraksi secara daring. (Chairani et al., 2025)

Interaksi simbolik berfokus pada bagaimana individu membangun makna melalui komunikasi timbal balik dengan orang lain. Makna dalam dakwah digital tidak ditentukan sepenuhnya oleh da'i, melainkan juga dibentuk dan dinegosiasikan oleh mad'u sebagai penerima pesan. Dengan demikian, dakwah tidak lagi sekadar menyampaikan pesan normatif, tetapi juga menjadi ajang pertukaran makna dan peneguhan identitas keagamaan bersama. Interaksi ini terjadi dalam konteks ruang virtual, di mana batas antara penyampai dan penerima pesan menjadi lebih cair.

Teori interaksi simbolik memberikan ruang analisis untuk memahami bagaimana simbol-simbol Islam ditafsirkan secara sosial oleh audiens dalam konteks digital. Misalnya, penggunaan istilah seperti "akhi", "ukhti", "hijrah", atau "istiqamah" dalam percakapan daring tidak hanya merepresentasikan konsep teologis, tetapi juga membangun solidaritas identitas dan kedekatan emosional antar anggota komunitas dakwah online. Begitu pula, cara berpakaian da'i, gaya bahasa, serta ekspresi wajah dalam video dakwah menjadi bagian dari simbol sosial yang membentuk persepsi audiens terhadap isi dakwah.

Lebih jauh, pendekatan ini juga membantu menjelaskan dinamika komunitas dakwah online yang terbentuk di media sosial. Dalam banyak kasus, akun-akun dakwah membentuk komunitas virtual yang memiliki sistem simbol, nilai, dan norma tersendiri. Proses interaksi yang terjadi melalui komentar, balasan pesan, hingga forum diskusi menjadi media bagi umat Islam, khususnya generasi digital, untuk membentuk identitas keislaman mereka. Ruang virtual ini memperlihatkan bahwa dakwah tidak hanya berlangsung dalam bentuk ceramah, tetapi juga dalam praktik keseharian komunikasi digital yang membangun kesadaran bersama (Salamah & Malayati, 2025).

Dalam konteks ini, dakwah digital bukan sekadar menyampaikan isi ajaran Islam secara teknis, melainkan merupakan proses interaksi sosial yang penuh makna dan simbol. Da'i tidak lagi menjadi pusat otoritas tunggal, tetapi berperan sebagai fasilitator dialog keagamaan di ruang digital. Mad'u pun tidak pasif, melainkan aktif memilih, menanggapi, dan bahkan memproduksi ulang pesan dakwah sesuai dengan pengalaman dan pemahamannya sendiri. Dengan demikian, dakwah digital berkembang menjadi dakwah



interaktif yang menekankan pertukaran simbol dan pembentukan makna secara kolektif.(Faishol & Zuhro, 2024). Oleh karena itu, memahami dakwah dari perspektif interaksi simbolik menjadi penting untuk mengembangkan model dakwah yang lebih partisipatif dan kontekstual. Ketika da'i mampu memahami dinamika simbol dan interaksi di media sosial, maka ia dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat, menyentuh, dan berdampak. Interaksi yang terbangun bukan lagi sekadar penyampaian teks keagamaan, tetapi pembentukan ekosistem makna yang hidup dan berkembang sesuai dengan kebutuhan dan konteks sosial audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena dakwah interaktif melalui pendekatan teori interaksi simbolik dengan fokus pada bagaimana simbol, bahasa, dan relasi sosial membentuk keberhasilan komunikasi dakwah di ruang digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi dakwah yang lebih humanistik, responsif, dan sesuai dengan semangat zaman digital yang dialogis dan demokratis. Dakwah tidak lagi berdiri sendiri sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai proses sosial dan budaya yang terus berubah mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku umat.(Effendi et al., 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) dan observasi non-partisipatif terhadap fenomena dakwah digital di media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah menggali makna, simbol, dan pola interaksi dalam komunikasi dakwah daring yang tidak dapat dijelaskan secara numerik, melainkan melalui interpretasi mendalam. Sumber data utama berasal dari literatur akademik yang relevan seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan teori interaksi simbolik karya George Herbert Mead dan Herbert Blumer, serta dokumentasi konten dakwah digital dari platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.(RISMAWATI, 2025).

Peneliti juga melakukan observasi terhadap akun-akun da'i populer di media sosial, dengan fokus pada penggunaan simbol keagamaan, gaya bahasa dakwah, serta interaksi yang terjadi antara da'i dan audiens di kolom komentar maupun fitur siaran langsung. Data dianalisis secara deskriptif-analitis dengan pendekatan interpretatif, yaitu menafsirkan simbol dan respons interaktif berdasarkan prinsip-prinsip teori interaksi simbolik. Proses ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana makna dakwah dibentuk secara kolektif melalui interaksi virtual, serta bagaimana simbol-simbol keagamaan digunakan untuk membangun identitas religius di ruang digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Simbol Keagamaan dan Pemaknaan di Ruang Virtual

Simbol merupakan elemen utama dalam teori interaksi simbolik. Dalam konteks dakwah digital, simbol keagamaan menjadi instrumen penting dalam menyampaikan pesan Islam secara tidak langsung namun kuat. Simbol ini tidak hanya berupa kata-kata, tetapi juga visual, gestur, dan ekspresi yang mengandung makna religius. Di ruang virtual, simbol keagamaan hadir dalam berbagai bentuk: dari pakaian yang dikenakan da'i (seperti peci, jubah, gamis), penggunaan kaligrafi Arab sebagai latar visual, hingga ungkapan salam



seperti "Assalamu'alaikum", yang secara simbolis menunjukkan identitas Islam. (Alamsyah, 2018)

Simbol-simbol tersebut, menurut perspektif interaksi simbolik, hanya bermakna jika dipahami dan dimaknai bersama oleh komunikator (da'i) dan komunikan (mad'u). Dalam konteks ini, ruang virtual menjadi arena pertukaran makna, di mana audiens tidak hanya mengonsumsi simbol, tetapi juga menafsirkannya sesuai pengalaman, latar belakang sosial, dan kapasitas pengetahuan mereka. Oleh karena itu, penggunaan simbol tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan kultural audiens yang dituju.

Di satu sisi, penggunaan simbol keagamaan dapat memperkuat kesan religiusitas dan kredibilitas da'i. Ketika seorang pendakwah tampil dengan visual yang khas Islami, menyapa dengan bahasa religius, dan menyisipkan istilah-istilah Arab dalam kontennya, audiens yang memiliki latar belakang Islam konservatif atau santri akan merasa lebih dekat secara emosional. Namun di sisi lain, simbol yang terlalu formal atau eksklusif bisa menciptakan jarak dengan audiens non-santri atau generasi muda yang tidak terbiasa dengan simbol tersebut. Artinya, penggunaan simbol harus disesuaikan dengan karakteristik target audiens agar pesan dakwah tidak tereduksi maknanya. (Setiyawati et al., 2019)

Ruang virtual juga memperluas makna simbol keagamaan karena audiens dapat memberikan komentar, tanggapan, bahkan memodifikasi simbol tersebut dalam bentuk meme, parodi, atau konten reaksi. Proses ini disebut sebagai remix culture, di mana simbol-simbol religius bisa bermakna ganda—bisa memperkuat pesan dakwah, atau justru menimbulkan distorsi jika tidak dikontrol dengan baik. Maka dari itu, da'i di era digital perlu memiliki literasi simbol yang kuat agar mampu membaca dan mengantisipasi kemungkinan multi-tafsir dari simbol yang mereka gunakan.

Selain simbol visual dan verbal, elemen musik dan suara juga menjadi bagian dari simbol keagamaan di ruang dakwah digital. Lantunan sholawat sebagai latar video, efek suara lembut ketika menyampaikan ayat Al-Qur'an, atau bahkan jeda diam dengan ekspresi khusyuk adalah bentuk komunikasi simbolik yang membentuk suasana religius. Hal ini memperkuat pesan dakwah bukan hanya melalui isi verbal, tetapi juga melalui atmosfer yang dibangun secara simbolik. Dalam teori interaksi simbolik, atmosfer atau suasana ini termasuk bagian dari "situasi sosial" yang mempengaruhi interpretasi makna. (Setya, 2019)

Simbol keagamaan juga berfungsi sebagai alat pembentuk identitas kolektif di komunitas dakwah online. Ketika pengguna media sosial memakai simbol-simbol tertentu dalam komentar seperti "MasyaAllah", "Barakallah", atau menambahkan emoji tangan berdoa, mereka sedang menegaskan identitas keislamannya dan menunjukkan afiliasi simbolik dengan komunitas yang memiliki nilai yang sama. Interaksi ini menciptakan perasaan keterhubungan (connectedness) yang menjadi kekuatan sosial dalam mempertahankan loyalitas terhadap dakwah digital.

Dengan demikian, simbol keagamaan dalam dakwah online tidak hanya berfungsi sebagai ornamen atau pelengkap, tetapi sebagai alat utama dalam membangun komunikasi makna antara da'i dan mad'u. Pemanfaatan simbol yang tepat dapat memperkuat efektivitas dakwah, mempererat komunitas, dan membentuk citra Islam yang inklusif serta penuh makna. Namun, apabila tidak dipahami dan dikelola secara bijak, simbol-simbol ini bisa menjadi bumerang yang justru menjauhkan audiens dari pesan dakwah itu sendiri. Oleh



karena itu, pemahaman terhadap dimensi simbolik dakwah digital menjadi kunci utama dalam membangun komunikasi religius yang efektif di era interaksi virtual. (Salsabila, 2025)

Bahasa Dakwah sebagai Simbol Sosial

Bahasa dalam dakwah bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga merupakan simbol sosial yang sarat makna. Dalam perspektif interaksi simbolik, bahasa mencerminkan nilai, status, dan identitas sosial komunitas yang menggunakannya. Dalam dakwah digital, pemilihan kata, gaya bahasa, dan struktur kalimat tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi membentuk suasana, relasi sosial, dan persepsi terhadap keislaman yang ditampilkan. Bahasa menjadi salah satu instrumen utama yang menghubungkan da'i dan mad'u di ruang virtual. (Akbar, n.d.)

Penggunaan istilah seperti "*akhi*", "*ukhti*", "*istiqamah*", "*syar'i*", dan "*hijrah*" telah menjadi bagian dari simbol bahasa khas komunitas dakwah daring. Istilah-istilah ini bukan sekadar kosakata Arab, tetapi merepresentasikan semangat keagamaan, afiliasi ideologis, dan posisi identitas dalam ruang publik digital. Dalam komunitas virtual, penggunaan istilah semacam ini menciptakan rasa keintiman simbolik di antara pengguna, seolah berada dalam satu lingkaran pemahaman dan nilai yang sama. (Mawaddah, n.d.)

Bahasa dakwah juga menjadi alat legitimasi moral. Ketika seorang da'i menggunakan diksi yang lembut, penuh hikmah, dan tidak menghakimi, maka bahasa tersebut menjadi simbol kasih sayang Islam yang rahmatan lil 'alamin. Sebaliknya, bahasa yang kasar, sarkastik, atau penuh vonis cenderung menghadirkan simbol eksklusivitas dan kekerasan simbolik, yang justru menjauhkan audiens dari substansi dakwah. Dalam hal ini, bahasa tidak netral; ia membentuk persepsi terhadap pesan dan pembawa pesan.

Ruang digital memperluas kemungkinan interaksi bahasa secara real-time. Da'i dapat merespons langsung komentar jamaah, menjawab pertanyaan, atau bahkan berdiskusi terbuka melalui fitur live streaming. Bahasa yang digunakan dalam interaksi ini bukan hanya informatif, tetapi juga performatif—ia menunjukkan karakter, etika, dan sikap religius sang da'i. Misalnya, penggunaan sapaan seperti "*saudaraku*" atau "*sahabat muslim*" memberikan nuansa kedekatan dan kesetaraan antara da'i dan mad'u, menciptakan atmosfer dakwah yang egaliter. (Panjaitan, n.d.)

Di sisi lain, bahasa dalam dakwah digital juga dapat menjadi penanda batas kelompok. Ada istilah atau frasa yang hanya digunakan dalam komunitas tertentu, yang tidak mudah dimengerti oleh audiens luar. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa juga berfungsi sebagai simbol eksklusivitas. Bagi komunitas yang mengerti, bahasa itu menguatkan identitas dan solidaritas. Namun bagi yang di luar, bahasa itu bisa menciptakan jarak dan kesan elitis. Maka, penggunaan bahasa perlu menyesuaikan dengan konteks dan latar audiens.

Adaptasi bahasa menjadi penting ketika dakwah ditujukan untuk generasi muda digital. Bahasa yang terlalu formal atau sarat istilah Arab yang tidak diterjemahkan bisa menyulitkan pemahaman. Di sinilah pentingnya penggunaan bahasa populer, storytelling, dan analogi yang kontekstual agar pesan dakwah mudah dicerna dan diterima. Misalnya, menyampaikan konsep taqwa dalam bentuk cerita pendek yang relatable dengan kehidupan mahasiswa atau pekerja muda di kota besar. (Amara, 2024)

Dengan demikian, bahasa dakwah digital bukan sekadar medium penyampaian ajaran, tetapi merupakan simbol sosial yang membentuk dan mencerminkan budaya



dakwah itu sendiri. Bahasa menciptakan identitas, membangun kedekatan, dan menjadi alat seleksi sosial dalam komunitas dakwah online. Maka, seorang da'i digital harus cermat dalam memilih dan menggunakan bahasa, karena di era interaksi virtual, bahasa bukan hanya dipahami, tetapi juga dirasakan, diinterpretasi, dan dikomentari secara luas oleh audiens yang beragam.

Respon Audiens dan Proses Negosiasi Makna

Dalam teori interaksi simbolik, makna tidak bersifat tetap dan tunggal, tetapi merupakan hasil dari proses negosiasi sosial yang terjadi dalam interaksi antarindividu. Dalam konteks dakwah digital, audiens tidak lagi berperan pasif sebagai penerima pesan semata, melainkan terlibat aktif dalam proses penafsiran, tanggapan, bahkan transformasi atas pesan dakwah yang disampaikan. Setiap interaksi yang terjadi melalui komentar, reaksi, atau pesan pribadi merupakan bagian dari konstruksi makna yang bersifat dinamis. (Solimin et al., 2025)

Media sosial memberikan ruang yang sangat luas bagi audiens untuk merespons dakwah secara langsung dan terbuka. Da'i yang mengunggah konten ceramah, kutipan hadis, atau video edukatif akan menerima berbagai bentuk tanggapan—mulai dari apresiasi, pertanyaan, diskusi, hingga kritik. Tanggapan-tanggapan ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak berhenti di titik pengunggahan, melainkan berlanjut menjadi dialog publik yang bisa memperkuat atau bahkan menegosiasi ulang makna awal yang dimaksudkan oleh da'i. (Amalia, n.d.)

Sebagai contoh, ketika seorang da'i menyampaikan pesan tentang hijrah atau istiqamah, respons audiens bisa sangat beragam: ada yang memaknainya secara spiritual, ada yang menghubungkannya dengan perubahan gaya hidup, dan ada pula yang menanggapinya secara politis. Di sinilah terjadi negosiasi makna antara pesan yang dimaksud oleh da'i dan interpretasi yang dibangun oleh audiens. Interaksi seperti ini mencerminkan teori interaksi simbolik secara nyata, di mana makna adalah produk sosial yang dinegosiasikan secara terus-menerus.

Proses negosiasi makna ini menjadi sangat penting dalam konteks masyarakat digital yang plural. Audiens dakwah digital berasal dari latar belakang usia, pendidikan, pemahaman agama, bahkan ideologi yang berbeda. Dengan demikian, satu pesan dakwah bisa melahirkan berbagai pemaknaan. Oleh sebab itu, da'i yang mampu merespons audiens dengan empati, keterbukaan, dan kemampuan menjelaskan kembali makna pesan secara kontekstual, akan lebih berhasil membangun komunikasi dakwah yang efektif. (Simatupang & Kholil, 2024)

Negosiasi makna juga terlihat dalam fenomena konten viral. Ketika suatu pesan dakwah menyebar luas dan ditanggapi oleh banyak pengguna, makna pesan tersebut bisa berkembang di luar kendali awal da'i. Misalnya, video singkat tentang toleransi beragama dalam Islam bisa disambut positif oleh sebagian audiens, tetapi juga bisa disalahartikan oleh pihak lain sebagai bentuk kompromi terhadap prinsip keislaman. Maka, da'i harus memiliki kemampuan untuk mereposisi makna pesan melalui klarifikasi, diskusi lanjutan, atau pembaruan konten yang lebih presisi.

Lebih jauh, audiens juga berperan sebagai produsen makna melalui konten balasan. Banyak pengguna media sosial yang mengedit ulang, membuat meme, atau menanggapi



dakwah dengan narasi mereka sendiri. Ini menjadi bagian dari user-generated interpretation—di mana audiens menjadi subjek aktif dalam ekosistem dakwah digital. Dalam konteks ini, relasi antara da'i dan mad'u menjadi lebih setara dan kolaboratif, bukan hierarkis. Da'i yang menyadari hal ini akan membuka ruang partisipasi dan menjadikan dakwah sebagai proses yang dialogis dan membumi. (Hakim & Dahri, 2025)

Namun, tidak semua respons audiens bersifat konstruktif. Ada pula bentuk respon yang menantang, menyerang, atau bahkan menjatuhkan kredibilitas da'i. Dalam hal ini, kemampuan da'i untuk menyikapi dengan adab, kearifan, dan tetap menjaga objektivitas pesan menjadi kunci penting. Respon yang negatif sekalipun bisa dijadikan momen untuk mengedukasi dan meluruskan pemahaman jika dihadapi dengan cara yang elegan. Justru dari proses negosiasi yang penuh dinamika ini, dakwah menjadi lebih adaptif dan berakar dalam realitas sosial yang kompleks.

Dengan demikian, proses respon audiens dan negosiasi makna dalam dakwah digital merupakan inti dari praktik dakwah interaktif. Teori interaksi simbolik memberi kita kerangka untuk memahami bahwa komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan, tetapi juga tentang mendengar, merespons, dan membentuk makna bersama. Di era digital yang sangat responsif, da'i bukan hanya dituntut fasih dalam menyampaikan isi agama, tetapi juga cakap dalam mengelola interaksi sosial yang terjadi setelahnya. (Salma & Amalia, 2025)

Interaktivitas sebagai Ciri Dakwah Modern

Interaktivitas merupakan salah satu karakteristik utama dari komunikasi digital kontemporer, termasuk dalam praktik dakwah di era modern. Berbeda dengan pola dakwah konvensional yang cenderung bersifat top-down dan satu arah, dakwah digital memberi ruang kepada audiens untuk terlibat secara langsung dalam komunikasi keagamaan. Hal ini menghadirkan dinamika baru dalam hubungan da'i dan mad'u, di mana tidak hanya penyampai pesan yang aktif, tetapi juga penerima pesan memiliki peran signifikan dalam menentukan arah dan makna komunikasi dakwah. (Nasution, 2023)

Media sosial menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara real-time, seperti kolom komentar, pesan langsung, fitur tanya-jawab, polling, hingga siaran langsung. Dalam ruang ini, jamaah tidak hanya mendengar ceramah atau membaca kutipan ayat, tetapi juga dapat bertanya, menyanggah, berbagi pengalaman, bahkan memberi masukan kepada da'i. Keterlibatan semacam ini menciptakan nuansa dialogis yang memperkaya substansi dakwah, sekaligus memperkuat hubungan emosional antara da'i dan audiensnya. (Ramadhan & Iswadi, 2024).

Dari perspektif teori interaksi simbolik, interaktivitas ini membuka ruang terjadinya pertukaran simbol yang aktif antara dua pihak. Simbol-simbol keagamaan tidak lagi bersifat otoritatif dari satu pihak, melainkan dapat ditafsirkan, dipertanyakan, dan direfleksikan bersama oleh komunitas dakwah digital. Misalnya, ketika seorang da'i mengangkat topik tentang etika dalam bermedia sosial, para audiens bisa menambahkan pengalaman pribadi mereka atau mempertanyakan relevansinya dalam konteks tertentu. Dialog semacam ini menciptakan makna yang lebih hidup dan kontekstual. (Hasanah et al., 2025)

Lebih lanjut, interaktivitas juga memungkinkan fleksibilitas dalam menjawab keragaman kebutuhan spiritual jamaah digital. Seorang da'i dapat mengetahui pertanyaan paling sering diajukan, isu-isu yang sedang hangat di masyarakat, atau bahkan kegelisahan



batin para pengikutnya. Respon terhadap isu-isu aktual ini memperlihatkan bahwa dakwah modern tidak berjalan dalam ruang hampa, melainkan hadir sebagai solusi atas problematika umat secara nyata. Hal ini juga memperkuat kepercayaan jamaah dan memperkuat loyalitas mereka terhadap da'i.

Selain itu, interaktivitas mendorong transformasi peran da'i dari sekadar penyampai pesan menjadi fasilitator spiritual. Peran ini menuntut da'i untuk memiliki kecakapan komunikasi interpersonal yang tinggi, sensitivitas terhadap respon audiens, serta kemampuan untuk membangun narasi yang bisa menampung keberagaman pemikiran dan pengalaman. Da'i tidak lagi berdiri di atas mimbar secara hierarkis, tetapi hadir di tengah-tengah audiens dalam format yang lebih setara dan partisipatif. Dakwah menjadi ruang dialog yang membangun, bukan instruksi yang menekan. (Asrul, 2024)

Fenomena lain yang muncul dari interaktivitas adalah terbentuknya komunitas virtual keagamaan yang aktif berdiskusi dan saling belajar satu sama lain. Dalam grup WhatsApp, Telegram, atau forum daring keislaman, komunikasi dakwah tidak hanya datang dari satu sumber, tetapi diproduksi dan didistribusikan secara kolektif oleh anggotanya. Setiap anggota komunitas bisa menjadi pembelajar sekaligus penyampai dakwah. Ini mencerminkan model komunikasi horizontal yang mencirikan masyarakat digital dan menegaskan bahwa interaktivitas telah menjadi bagian dari etos dakwah modern.

Dengan demikian, interaktivitas tidak hanya menjadi pelengkap dalam dakwah digital, melainkan jantung dari keberhasilan dakwah itu sendiri. Interaktivitas menciptakan relasi yang lebih manusiawi, membangun rasa memiliki dalam komunitas, dan menjadikan pesan dakwah relevan dengan realitas sosial audiens. Dalam perspektif interaksi simbolik, semakin tinggi kualitas interaksi, semakin dalam pula makna religius yang terbentuk. Oleh karena itu, interaktivitas harus dijaga, dirawat, dan dikembangkan sebagai bagian esensial dari strategi dakwah modern yang lebih responsif dan membumi. (SEPTIRA, 2024)

Pembentukan Identitas Keagamaan Kolektif

Salah satu implikasi penting dari dakwah digital yang interaktif adalah terbentuknya identitas keagamaan kolektif di ruang maya. Identitas ini lahir melalui proses interaksi berulang, pertukaran simbol, dan penguatan nilai bersama antara da'i dan mad'u. Dalam konteks teori interaksi simbolik, identitas tidak bersifat statis dan diberikan begitu saja, melainkan dibentuk melalui proses sosial yang melibatkan simbol-simbol, bahasa, dan makna yang dibangun bersama. Maka, komunitas dakwah daring merupakan ruang sosial di mana umat Islam membentuk, menegaskan, dan mengekspresikan identitas keislaman mereka secara kolektif. (Wibawa, 2019)

Media sosial memungkinkan umat Islam untuk saling terhubung, meski secara geografis berjauhan, dalam satu ekosistem komunikasi yang bersifat lintas batas. Mereka mengikuti akun dakwah tertentu, menyimak konten-konten religius, berinteraksi dalam komentar, dan ikut serta dalam diskusi keagamaan. Dari intensitas interaksi tersebut, terbentuklah komunitas yang memiliki "bahasa bersama", simbol bersama, dan bahkan gaya hidup yang relatif seragam. Misalnya, komunitas hijrah online di Indonesia banyak menggunakan istilah dan simbol yang khas, yang membedakan mereka dari komunitas lainnya.

Simbol-simbol seperti gaya berpakaian islami, pilihan musik latar (nasyid, sholawat),



emoji doa 🙏, penggunaan kata-kata seperti “Barakallah”, “Aamiin ya Rabb”, serta kutipan ayat atau hadis di bio akun media sosial merupakan bagian dari proses simbolisasi identitas. Ketika seseorang menggunakan simbol tersebut secara konsisten, maka ia sedang menegaskan afiliasinya terhadap komunitas keagamaan tertentu. Dalam interaksi simbolik, ini adalah cara membangun makna identitas: tidak hanya dari apa yang diyakini, tetapi juga bagaimana seseorang menampilkan dirinya dalam ruang sosial digital. (Saputra, 2019)

Identitas kolektif ini juga diperkuat oleh keterlibatan emosional dan psikologis yang tumbuh dari interaksi berulang dengan komunitas. Ketika seseorang merasa diterima, dihargai, dan didukung dalam komunitas dakwah digital, maka keterikatan identitasnya akan semakin kuat. Ia tidak hanya menjadi pengikut pasif, tetapi juga menjadi bagian dari narasi bersama yang mengafirmasi keyakinannya. Maka, dakwah yang interaktif bukan hanya menyampaikan informasi keislaman, tetapi juga menciptakan ruang “rumah spiritual” bagi banyak orang.

Uniknya, identitas keagamaan kolektif yang terbentuk secara digital dapat bersifat lebih cair dan dinamis dibandingkan komunitas offline. Di ruang virtual, seseorang bisa mengikuti lebih dari satu akun atau komunitas dakwah dengan orientasi yang berbeda. Misalnya, ia bisa mendengarkan kajian salafi di pagi hari, menyimak dakwah sufi di malam hari, dan menyukai konten komedi dakwah di TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa identitas digital tidak selalu bersifat monolitik, tetapi plural, kontekstual, dan terus dinegosiasikan dalam interaksi simbolik yang berlangsung setiap hari.

Namun, pembentukan identitas kolektif ini juga membawa tantangan. Ketika simbol-simbol identitas menjadi sangat eksklusif, ia bisa menciptakan sekat sosial antara kelompok “kami” dan “mereka”. Misalnya, komunitas dakwah tertentu bisa memandang kelompok lain sebagai kurang syar’i, terlalu liberal, atau tidak cukup “hijrah”. Jika tidak diantisipasi, hal ini bisa memicu polarisasi internal umat Islam di ruang digital. Maka dari itu, da’i perlu membangun narasi dakwah yang inklusif dan menekankan ukhuwah, bukan hanya identitas simbolik yang sempit. (Wulandari & Yuwita, 2024)

Di sisi lain, identitas kolektif yang terbentuk dari interaksi simbolik dakwah digital juga memiliki potensi mobilisasi sosial yang besar. Komunitas virtual ini dapat digerakkan untuk kegiatan filantropi, advokasi sosial, pendidikan Islam, bahkan aksi kemanusiaan lintas wilayah. Contohnya, penggalangan dana untuk korban bencana yang disebar oleh komunitas dakwah seringkali mencapai target hanya dalam hitungan jam. Ini menunjukkan bahwa identitas kolektif tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga memiliki kekuatan kolektif untuk bertindak nyata (Simatupang & Kholil, 2024).

Lebih jauh, pembentukan identitas keagamaan di dunia maya juga berperan penting dalam proses internalisasi nilai. Ketika seseorang merasa menjadi bagian dari komunitas yang religius, ia cenderung lebih termotivasi untuk menjalani nilai-nilai Islam dalam keseharian. Konten dakwah yang muncul setiap hari di linimasa tidak hanya menjadi pengetahuan pasif, tetapi membentuk habitus religius yang melekat secara perlahan. Maka, dakwah digital secara simbolik tidak hanya membentuk apa yang diyakini, tetapi juga bagaimana seseorang hidup. (Islam & Munir, n.d.)

Pada kesimpulannya dakwah digital yang interaktif bukan hanya mentransmisikan ajaran Islam, tetapi juga membentuk identitas keagamaan kolektif yang kuat, dinamis, dan bermakna. Proses ini terjadi melalui pertukaran simbol, bahasa, respons emosional, dan



keterlibatan sosial yang intensif. Teori interaksi simbolik memberi kita pemahaman bahwa identitas tidak dibentuk secara sepihak, melainkan dalam relasi sosial yang penuh makna. Dalam dunia digital, identitas keislaman hidup, tumbuh, dan berkembang bersama komunitas yang saling terhubung oleh simbol dan keyakinan yang sama. (Muhaemin, 2017)

SIMPULAN

Dakwah di era digital telah mengalami transformasi fundamental dari komunikasi satu arah menuju komunikasi interaktif yang melibatkan partisipasi aktif audiens dalam membangun makna keagamaan. Melalui perspektif teori interaksi simbolik, dapat dipahami bahwa proses dakwah digital bukan sekadar penyampaian ajaran, tetapi merupakan pertukaran simbol sosial—baik dalam bentuk bahasa, visual, maupun tindakan—yang secara kolektif membentuk pemahaman dan identitas keislaman. Simbol-simbol keagamaan yang digunakan oleh da'i, respon-respon dari audiens, serta interaktivitas yang tercipta di media sosial membuktikan bahwa dakwah kini menjadi praktik sosial yang kompleks dan dialogis, bukan sekadar instruksi keagamaan yang sepihak.

Lebih jauh, dakwah interaktif telah menjadi ruang pembentukan identitas keagamaan kolektif di tengah masyarakat digital yang plural dan dinamis. Komunitas virtual yang terbentuk dari interaksi simbolik ini menjadi wadah pembelajaran, penguatan nilai-nilai Islam, serta mobilisasi sosial yang positif. Namun, keberhasilan dakwah interaktif sangat bergantung pada sensitivitas simbolik da'i, kemampuan memahami konteks audiens, serta kepekaan dalam mengelola respon secara etis dan inklusif. Dengan demikian, dakwah digital bukan hanya tentang teknologi dan platform, tetapi juga tentang membangun ruang makna, membentuk ikatan sosial, dan merawat keberagaman yang reflektif dan partisipatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. Y. (n.d.). Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Kementerian Luar Negeri pada Instagram@ kemlu_ri. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76176>
- Alamsyah, R. (2018). *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomik. Islam*.
repository.uinjkt.ac.id.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41521>
- Amalia, S. S. (n.d.). Fenomena Interaksi Simbolik Hujatan Viewers Pada Tren Joget Di Media Sosial Tiktok Esportainment. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74209>
- Amara, N. A. (2024). Interaksi Simbolik Melalui Eksistensi Komeng Pada Pemilu 2024 Di Media Sosial Instagram. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan Ilmu Komunikasi*.
ilmadika.org.
<https://ilmadika.org/index.php/jurnalmahasiswa2/article/download/14/7>
- Arslan, A. (2024). "Respon Netizen Terhadap Konten Pesan Dakwah TikTok@ Kadamsidik00k".
repository.iainpare.ac.id. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/7207/>
- Chairani, S. A., Noorhayati, S., & ... (2025). INTERAKSI SOSIOLOGI DAKWAH STUDI KASUS KOMENTAR VIDEO YOUTUBE@ USTAZ FELIX SIAUW: STUDI KASUS PADA VIDEO'AGAR TENANG JIWAMU'. *Ta'lif: Jurnal Pendidikan*



- <http://purpendijournal.com/index.php/talif/article/view/42>
- Effendi, D. I., Lukman, D., & Rustandi, R. (2022). *Dakwah digital berbasis moderasi beragama*. *digilib.uinsgd.ac.id*. <https://digilib.uinsgd.ac.id/50378/>
- Faishol, M., & Zuhro, F. (2024). *Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: the Influence of Alaydrus's Platform of Instagram*. *JKMD*. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/jkmd/article/view/8880>
- Hakim, F., & Dahri, H. (2025). *Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. ...: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*. <https://www.pasca.jurnalikhac.ac.id/index.php/adrg/article/view/1813>
- Hasanah, M. R., Annabil, M. N., & ... (2025). *Analisis Isi Pesan Dakwah pada Konten "Pertanda" dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official*. *MUDABBIR* ... <http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir/article/view/1514>
- Irawan, D. (2025). *Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital)*. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan* ... <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Syiar/article/view/3784>
- Islam, D. P., & Munir, M. (n.d.). *DA'I DAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA*. In *core.ac.uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/343200947.pdf>
- Mawaddah, I. (n.d.). *Konvergensi Simbolik Dalam Media (Ujaran Kebencian Dalam Kebebasan Bereksprei Di Fanpage Jonru Ginting Periode 2013-2017)*. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51554>
- Muhaemin, E. (2017). *Dakwah digital akademisi dakwah*. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic* <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/1906>
- Nasution, N. R. (2023). *Dakwah yang Menggerakkan: Ustadz Abdul Somad dan Komunikasi Islam*. *Prophetica: Scientific and Research Journal of* ... <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/prophetica/article/view/49314>
- Panjaitan, M. C. (n.d.). *Konstruksi Media Web Series Ustad Milenial Atas Realitas Simbolik Riba, Suap dan Pernikahan di bawah Umur*. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73149>
- Ramadhan, A., & Iswadi, I. (2024). *Komunikasi Dakwah Berbasis Digital dalam Mempertahankan Tradisi Randai di Kota Bukittinggi*. *Bina'Al-Ummah*. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alummah/article/view/26049>
- RISMAWATI, R. (2025). *ANALISIS METODE DAKWAH MENGGUNAKAN BAHASA GAUL GENERASI ALPHA DI TIKTOK (STUDI KASUS UNGGAHAN VIDEO OLEH@ BANGAKBARR)*. *etheses.uingusdur.ac.id*. <http://etheses.uingusdur.ac.id/id/eprint/14743>
- Salamah, I., & Malayati, R. M. (2025). *Analisis Pesan Dakwah Habib Segaf Baharun Di Media Sosial Instagram (Edisi Juni-Oktober 2024)*. *JOURNAL SAINS* ... <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/view/5487>
- Salma, A., & Amalia, S. P. (2025). *... Symbolic Interactionism Analysis of Nadhifa Allya Tsana's Online Identity on Social Media Instagram@ ntsana: Analisis Symbolic Interactionism Mead terhadap* ... *Procedia of Social Sciences and* ... <https://pssh.umsida.ac.id/index.php/pssh/article/view/719>
- Salsabila, H. (2025). *Etika Komunikasi Dakwah dalam Konten Vidio Tiktok Ustadz Hanan*



- Attaki*. etheses.uingusdur.ac.id. <http://etheses.uingusdur.ac.id/id/eprint/14005>
- Saputra, B. D. (2019). *PEMANFAATAN FITUR VIDGRAM BAGI REMAJA DALAM MENGAKSES PESAN DAKWAH (Studi Kasus Pada Remaja di Desa Panggungan Kecamatan ...* academia.edu. <https://www.academia.edu/download/99926608/295429749.pdf>
- SEPTIRA, A. (2024). *POLA KOMUNIKASI JAMA'AH TABLIGH PEREMPUAN DALAM KEGIATAN DAKWAH DI BATURAJA TIMUR OGAN KOMERING ULU SUMATERA SELATAN*. repository.radenintan.ac.id. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/35654>
- Setiyawati, A., Sofian, A., & Parmudi, M. (2019). Komunikasi Agama di Dunia Virtual: Kajian terhadap Fanpage Santrionline. In *JSW (Jurnal Sosiologi ...* academia.edu. https://www.academia.edu/download/84665567/Komunikasi_Agama_di_Dunia_Virtual_Kajian_terhadap_Fanpage_Santrionline.pdf
- Setya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Video Kan Kan Challenge Di Youtube The Sungkars Family*. repository.uinjkt.ac.id. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49836>
- Simatupang, M. A., & Kholil, S. (2024). Dinamika Komunikasi Kesbangpol dan Ormas Islam dalam Membangun Kesadaran Kebangsaan di Kota Medan. *Islam & ...* <https://www.jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/ICI/article/view/1725>
- Solimin, S., Carles, E., Kholifah, N., & ... (2025). Kajian Semiotika Dalam Komunikasi Islam (Analisis Simbol, Makna, Dan Interpretasi Dalam Penyebaran Pesan Dakwah). ... *Dan Penyiaran Islam*. <http://jurnal.staibslg.ac.id/index.php/khabar/article/view/1149>
- Wibawa, A. T. (2019). Fenomena dakwah di media sosial youtube. *Jurnal Rasi*. <http://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/RASI/article/view/23>
- Wulandari, R., & Yuwita, N. (2024). Interaksionisme Simbolik Dalam Kesenian Teater "Resolusi Jihad NU" Sebagai Komunikasi Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Walisongo Purwosari Pasuruan. *JURNAL HERITAGE*. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/5945>

