



COUNTER-NARRATIVE DAKWAH DIGITAL: MENANGKAL ISLAMOFobia MELALUI KONTEN POSITIF

Fauzi¹, Muhibuddin,²

^{1,2}Magister KPI Universitas Islam Al-Aziziyah Indonesia

Email Korespondensi: fauzy.alqashby@gmail.com

ABSTRACT

Islamophobia, as a form of negative prejudice against Islam and Muslims, has become increasingly prominent in the digital age. Negative narratives about Islam are widely disseminated through social media and digital platforms, fuelling stereotypes, discrimination, and even symbolic violence. In this context, digital da'wah plays a strategic role as a counter-narrative to present a peaceful, tolerant, and humanistic image of Islam. This article analyses how digital da'wah content can be constructed to effectively counter Islamophobia through a positive narrative approach. Using literature review and content analysis methods, this paper argues that inclusive da'wah content, rooted in universal values and communicated through appropriate strategies, can mitigate negative sentiments while strengthening Islam's image as a religion of mercy for all creation in the virtual space.

Keywords: digital da'wah, counter-narrative, Islamophobia, social media, Islamic communication

ABSTRAK

Islamofobia sebagai bentuk prasangka negatif terhadap Islam dan umat Islam semakin mengemuka di era digital. Narasi-narasi negatif tentang Islam tersebar luas melalui media sosial dan platform digital, memicu stereotip, diskriminasi, hingga kekerasan simbolik. Dalam konteks ini, dakwah digital memiliki peran strategis sebagai counter-narrative untuk menghadirkan wajah Islam yang damai, toleran, dan humanis. Artikel ini menganalisis bagaimana konten dakwah digital dapat dikonstruksi untuk menangkali Islamofobia secara efektif melalui pendekatan narasi positif. Dengan metode studi pustaka dan analisis isi, tulisan ini menegaskan bahwa konten dakwah yang inklusif, berbasis nilai universal, dan disampaikan dengan strategi komunikasi yang tepat dapat meredakan sentimen negatif sekaligus memperkuat citra Islam yang rahmatan lil 'alamin di ruang virtual.

Kata Kunci: dakwah digital, counter-narrative, Islamofobia, media sosial, komunikasi Islam

PENDAHULUAN

Islamofobia telah menjadi fenomena sosial-politik yang mendunia dan menunjukkan intensitas yang mengkhawatirkan, terutama dalam dua dekade terakhir. Istilah ini merujuk pada rasa takut, kebencian, dan prasangka terhadap Islam dan umat Islam yang sering kali disebabkan oleh stereotip negatif, misinformasi, serta penggambaran Islam sebagai ancaman terhadap nilai-nilai Barat dan demokrasi.

Berbagai insiden kekerasan, diskriminasi sosial, hingga pengucilan politik



terhadap komunitas Muslim di berbagai belahan dunia menjadi bukti bahwa Islamofobia bukanlah isu marginal, melainkan krisis representasi yang serius. Di tengah arus globalisasi informasi yang semakin massif, narasi-narasi negatif tentang Islam dengan mudah menyebar dan membentuk opini publik melalui media massa, film, berita daring, dan yang paling dominan media sosial.(Fajariyah & Halim, 2023)

Media sosial sebagai saluran komunikasi digital telah menjelma menjadi arena baru dalam membentuk opini, menyebarkan ideologi, dan membangun narasi publik. Namun, di balik potensinya sebagai alat demokratisasi informasi, media sosial juga menjadi ladang subur bagi penyebaran ujaran kebencian, propaganda ideologis, serta Islamofobia yang terselubung maupun terang-terangan. Dalam konteks ini, Islam dan umat Islam kerap menjadi sasaran narasi distorsif yang menggambarkan mereka sebagai radikal, intoleran, dan antikemajuan. Representasi negatif ini tidak hanya merugikan umat Islam secara kolektif, tetapi juga menghambat terciptanya dialog antaragama dan memperkuat polarisasi sosial di masyarakat(Adeoye, 2025).

Menanggapi tantangan ini, dakwah Islam di era digital harus mengambil peran strategis, tidak hanya dalam menyampaikan ajaran agama secara tradisional, tetapi juga sebagai upaya counter-narrative terhadap arus Islamofobia global. Dakwah digital tidak cukup hanya menyampaikan nasihat dan ceramah, tetapi juga harus hadir sebagai kekuatan kultural dan komunikatif yang mampu membongkar narasi negatif melalui pendekatan yang lebih moderat, inklusif, dan berbasis nilai-nilai kemanusiaan universal. Dalam hal ini, dakwah menjadi lebih dari sekadar aktivitas keagamaan—ia menjadi instrumen diplomasi kultural yang memainkan peran penting dalam membangun citra Islam yang damai dan konstruktif di mata dunia.

Konsep counter-narrative sendiri mengacu pada strategi komunikasi yang bertujuan untuk melawan dominasi narasi utama yang merugikan kelompok tertentu dengan menyuguhkan narasi alternatif yang lebih kredibel, manusiawi, dan mewakili realitas secara lebih adil. Dalam kerangka dakwah digital, counter-narrative berperan sebagai cara untuk meruntuhkan stereotip tentang Islam yang kaku, keras, atau radikal dengan menampilkan wajah Islam yang penuh cinta kasih, toleransi, dan dialog. Hal ini dapat dilakukan melalui konten-konten kreatif seperti video pendek, animasi, podcast, infografis, hingga narasi visual yang menyentuh sisi emosional dan rasional publik.(Yusron, 2024)

Pendekatan ini tentu memerlukan penguasaan terhadap dinamika komunikasi digital, memahami bagaimana algoritma bekerja, serta bagaimana membingkai pesan dakwah agar mampu bersaing dengan konten lain yang berseliweran di platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Para da'i digital bukan hanya dituntut untuk menguasai materi keislaman secara mendalam, tetapi juga harus memiliki kecakapan dalam membungkus nilai-nilai tersebut dalam bahasa yang mudah dipahami oleh publik global. Sebagai contoh, alih-alih menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an secara literal, mereka perlu menampilkan konteks sosial dan pesan moralnya yang relevan dengan isu-isu kemanusiaan, seperti keadilan sosial, perdamaian dunia, dan

hak-hak minoritas.(Munawar-Rachman, 2022)

Lebih jauh, pentingnya narasi positif dalam dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai reaksi terhadap Islamofobia, tetapi juga sebagai upaya proaktif untuk membangun literasi keberagamaan dan membentuk persepsi positif tentang Islam di kalangan non-Muslim. Konten-konten dakwah yang menampilkan tokoh-tokoh Muslim inspiratif, kisah-kisah kolaborasi antariman, serta kontribusi umat Islam dalam bidang ilmu pengetahuan, kesehatan, dan lingkungan menjadi sangat penting dalam membalik citra Islam yang sempit dan penuh konflik. Dengan demikian, dakwah digital berfungsi ganda: sebagai sarana penyampaian risalah Islam dan sebagai alat transformasi sosial yang meredam konflik identitas serta memperkuat jembatan antarbudaya.(NEGARA, n.d.)

Dalam konteks akademik dan praksis, kajian tentang dakwah digital sebagai counter-narrative terhadap Islamofobia menjadi sangat relevan untuk digali lebih dalam. Penelitian ini hadir untuk menjawab pertanyaan bagaimana dakwah digital dapat dikonstruksi secara strategis untuk melawan narasi Islamofobia, dan apa saja elemen naratif yang efektif untuk menampilkan Islam sebagai agama yang sejuk dan damai. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi pustaka, artikel ini akan membedah bentuk-bentuk konten positif dalam dakwah digital, strategi penyampaian, serta efektivitasnya dalam membentuk persepsi publik yang lebih objektif terhadap Islam.(Alfulana & Baihaqi, 2024)

Melalui eksplorasi ini, diharapkan dapat ditemukan strategi-strategi komunikasi yang dapat digunakan secara lebih luas oleh komunitas dakwah, lembaga Islam, maupun individu muslim yang aktif di media sosial dalam membangun narasi Islam yang progresif, damai, dan konstruktif. Dakwah digital sebagai counter-narrative bukan hanya tanggung jawab moral umat Islam terhadap agamanya, tetapi juga sebagai kontribusi nyata dalam menciptakan ruang publik digital yang lebih sehat, adil, dan beradab(Harahap et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) yang dikombinasikan dengan analisis isi (content analysis). Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder seperti buku ilmiah, artikel jurnal, laporan riset, serta observasi terhadap konten dakwah digital yang beredar di platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Penulis menelaah bentuk, gaya, dan substansi narasi dakwah yang berhasil menciptakan persepsi positif tentang Islam serta menyasar kelompok non-Muslim atau publik luas.(Yuliana & Kamil, 2023). Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi elemen-elemen narasi yang efektif dalam menangkal Islamofobia, seperti pendekatan budaya, penekanan pada nilai-nilai universal (keadilan, kasih sayang, kemanusiaan), serta strategi visual dan linguistik yang digunakan. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan, tetapi juga mengusulkan prinsip-prinsip pengembangan narasi dakwah digital yang mampu menandingi



propaganda Islamofobia secara etis dan cerdas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Islamofobia Dan Perang Narasi Di Dunia Maya

Islamofobia merupakan bentuk prasangka sosial yang berkembang melalui stereotip dan disinformasi tentang Islam dan umat Islam. Fenomena ini semakin meluas sejak peristiwa 11 September 2001, yang menjadi titik balik dalam framing media global terhadap Islam sebagai “agama ancaman”. Di era digital, narasi-narasi tersebut tidak hanya diproduksi oleh media arus utama, tetapi juga oleh pengguna media sosial individu maupun kelompok yang menyebarkan ujaran kebencian dan propaganda anti-Islam secara masif. Representasi negatif tentang simbol-simbol Islam seperti jilbab, masjid, atau kalimat tauhid menjadi bahan serangan naratif yang terus direproduksi dalam berbagai bentuk konten digital.(DAN, n.d.)

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, mempercepat penyebaran narasi Islamofobik. Platform seperti Facebook, YouTube, dan X (dulu Twitter) menjadi tempat beredarnya teori konspirasi, meme satir, hingga konten hoaks yang menargetkan umat Islam. Algoritma media sosial yang bekerja berdasarkan popularitas dan interaksi membuat konten provokatif lebih mudah viral, sekalipun mengandung kebencian. Hal ini menyebabkan pesan-pesan negatif tentang Islam menjangkau jutaan pengguna dalam waktu singkat, membentuk persepsi kolektif yang keliru dan memicu polarisasi.(Kafid, 2023)

Islamofobia di dunia maya juga diperkuat oleh ketimpangan produksi informasi. Banyak konten anti-Islam disampaikan dalam narasi yang emosional, visual yang kuat, dan didukung oleh framing media yang sistematis. Sementara itu, narasi keislaman yang rasional dan inklusif kerap tersisih oleh konten yang lebih sensasional. Ketimpangan ini menciptakan medan komunikasi yang tidak adil dan membuat upaya dakwah yang bersifat moderat sulit menjangkau audiens yang lebih luas.

Dalam kondisi ini, dunia maya menjadi arena perang narasi—sebuah kontestasi ideologi dan persepsi yang melibatkan beragam aktor dengan kepentingan berbeda. Umat Islam tidak bisa bersikap pasif terhadap realitas ini. Ketika ruang digital dipenuhi oleh konten-konten yang menyudutkan Islam, maka keheningan umat hanya akan memperkuat dominasi narasi yang merugikan. Oleh karena itu, kehadiran narasi tandingan menjadi sangat penting sebagai bentuk perlawanan diskursif terhadap Islamofobia.(Hilmi & Fitrianingtyas, 2024)

Namun, perlawanan terhadap Islamofobia di ruang digital tidak bisa dilakukan secara reaktif semata. Perlu ada strategi komunikasi yang bersifat transformatif dan terencana. Narasi tandingan yang dikembangkan harus mampu mengajak dialog, memberi pemahaman alternatif, dan menampilkan sisi humanis dari ajaran Islam. Dakwah digital sebagai counter-narrative harus menawarkan harapan, empati, dan pendekatan berbasis nilai-nilai universal seperti keadilan, kasih sayang, dan perdamaian.

Salah satu bentuk konkret perlawanan terhadap Islamofobia adalah dengan



menghadirkan narasi-narasi yang menunjukkan kontribusi nyata umat Islam dalam kehidupan global. Misalnya, menampilkan peran dokter Muslim dalam misi kemanusiaan, tokoh perempuan Muslim dalam pemberdayaan masyarakat, atau komunitas Islam dalam kegiatan lintas agama. Narasi semacam ini menjadi kontra logika terhadap stereotip bahwa Islam identik dengan kekerasan, penindasan, dan konservatisme.(Hatta, n.d.)

Perang narasi di dunia maya adalah pertempuran ide, simbol, dan emosi. Dalam konteks ini, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi juga alat penting dalam memperjuangkan citra Islam yang otentik dan konstruktif. Dengan memanfaatkan media sosial secara strategis dan etis, umat Islam dapat merebut kembali ruang publik digital yang selama ini didominasi oleh narasi yang bias dan penuh kebencian. Dakwah digital sebagai counter-narrative bukan sekadar pilihan, melainkan keniscayaan dalam membela kebenaran dan martabat Islam di era disrupsi informasi.

Konsep Counter-Narrative dalam Dakwah Digital

Konsep counter-narrative dalam konteks dakwah digital berakar pada strategi komunikasi yang bertujuan membongkar, melawan, dan menggantikan narasi dominan yang menyudutkan suatu kelompok atau keyakinan. Dalam hal ini, counter-narrative berfungsi sebagai alternatif narasi yang dirancang secara strategis untuk meruntuhkan stereotip, menyajikan fakta tandingan, serta menghadirkan perspektif yang lebih seimbang dan manusiawi. Dalam konteks Islamofobia, narasi yang berkembang kerap menggambarkan Islam sebagai agama kekerasan, intoleransi, dan anti-perempuan. Maka, counter-narrative berupaya menunjukkan wajah Islam yang sejuk, toleran, rasional, dan inklusif.(Ridho, 2024)

Dakwah digital merupakan salah satu kanal paling relevan untuk membangun counter-narrative secara efektif. Berbeda dengan pendekatan dakwah tradisional yang cenderung satu arah dan terbatas oleh ruang fisik, dakwah digital memungkinkan penyebaran pesan Islam secara luas, cepat, dan interaktif. Melalui media sosial dan platform digital, para da'i bisa menyentuh berbagai kalangan, termasuk mereka yang memiliki persepsi negatif terhadap Islam. Ini membuka ruang baru bagi dakwah untuk tidak hanya menyampaikan pesan agama kepada umat Islam, tetapi juga memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada non-Muslim dan masyarakat global.(Daud, 2017)

Dalam kerangka counter-narrative, dakwah tidak cukup hanya menyajikan kebenaran teologis, tetapi juga harus menyampaikan pengalaman-pengalaman kemanusiaan yang dapat dipahami secara lintas agama dan budaya. Misalnya, menyampaikan kisah seorang Muslim yang membantu korban bencana lintas agama akan lebih kuat dalam mengikis prasangka daripada sekadar menyampaikan ayat-ayat pembelaan. Dengan pendekatan naratif yang kuat, dakwah menjadi lebih persuasif karena menyentuh sisi emosional dan moral audiens yang lebih luas.

Penting juga untuk memahami bahwa counter-narrative tidak bersifat



konfrontatif, melainkan dialogis. Artinya, narasi yang dibangun tidak sekadar membantah atau menyanggah narasi Islamofobia secara frontal, tetapi lebih berupaya menyampaikan alternatif pemahaman yang logis dan humanis. Misalnya, jika Islamofobia menyerang posisi perempuan dalam Islam, maka counter-narrative bisa menyampaikan fakta-fakta tentang tokoh-tokoh perempuan Muslim yang berperan besar dalam ilmu pengetahuan, kepemimpinan, dan aktivisme sosial—tanpa harus membenturkan secara emosional.(Jailani, 2017)

Untuk itu, penting bagi pelaku dakwah digital untuk memahami teknik-teknik naratif yang kuat, seperti storytelling, metafora, analogi, dan penggunaan visual yang menyentuh. Counter-narrative yang berhasil bukan sekadar informatif, tetapi juga inspiratif dan menggugah. Hal ini menuntut perpaduan antara penguasaan materi keislaman, kemampuan literasi media, serta sensitivitas terhadap konteks sosial yang sedang berkembang. Oleh karena itu, dakwah digital hari ini menuntut pelaku dakwah tidak hanya sebagai ulama atau ustaz, tetapi juga sebagai komunikator, kreator, bahkan narrative architect.

Salah satu tantangan dalam membangun counter-narrative adalah mempertahankan keseimbangan antara pembelaan terhadap Islam dan nilai kejujuran serta keterbukaan. Counter-narrative yang terlalu defensif atau apologetik justru bisa memperkuat kesan bahwa Islam sedang “tersudut”. Sebaliknya, dengan membangun narasi yang percaya diri, inklusif, dan solutif, dakwah digital dapat menghadirkan Islam sebagai solusi, bukan sekadar sebagai pihak yang disalahpahami. Oleh karena itu, narasi tandingan harus dibangun atas dasar kekuatan argumentasi, bukan sekadar reaksi emosional.(Rahman & Kom, 2024)

Dengan mengembangkan konsep counter-narrative dalam dakwah digital, umat Islam dapat merebut kembali ruang percakapan publik dan membangun kesadaran baru di kalangan masyarakat luas bahwa Islam adalah agama yang konstruktif terhadap perdamaian, keadilan, dan kemanusiaan. Strategi ini membutuhkan konsistensi, kolaborasi, dan inovasi berkelanjutan agar dakwah Islam tidak hanya bertahan dalam gempuran narasi negatif, tetapi juga mampu memimpin transformasi wacana ke arah yang lebih konstruktif dan membebaskan.(Yuliana & Kamil, 2023)

Konten Positif sebagai Bentuk Dakwah Strategis

Dalam menghadapi arus deras Islamofobia di ruang digital, penyajian konten dakwah tidak bisa lagi bersifat normatif dan monoton. Konten dakwah harus dikonstruksi secara strategis dengan narasi positif yang mampu menampilkan wajah Islam yang ramah, solutif, dan berdaya saing di tengah keberagaman ideologi dan budaya digital. Narasi positif menjadi pendekatan yang sangat relevan karena bekerja dengan cara menyampaikan nilai-nilai Islam melalui pengalaman, inspirasi, dan solusi konkret atas persoalan-persoalan kemanusiaan kontemporer.(Utami et al., 2024)

Konten positif dalam dakwah digital mencakup berbagai bentuk—dari cerita inspiratif, video edukatif, podcast reflektif, hingga infografis yang menyederhanakan



konsep keislaman yang kompleks. Misalnya, video tentang Muslimah yang menjadi ilmuwan, konten tentang kontribusi Islam dalam pengembangan ilmu pengetahuan, atau kisah kolaborasi antaragama dalam aksi sosial kemanusiaan. Konten semacam ini lebih mudah diterima oleh publik global dibandingkan dengan retorika apologetik yang hanya membela diri.

Salah satu kekuatan konten positif adalah kemampuannya membangun empati. Ketika pengguna media sosial melihat narasi dakwah yang menggambarkan kebaikan umat Islam dalam bentuk aksi nyata—misalnya aksi solidaritas terhadap non-Muslim dalam musibah, atau kampanye anti-kekerasan berbasis nilai Islam—maka persepsi publik terhadap Islam akan perlahan berubah. Empati merupakan pintu masuk yang sangat efektif dalam komunikasi naratif, karena menyentuh sisi emosional dan moral audiens. (Sukarman et al., 2019)

Konten dakwah yang positif juga harus menyasar isu-isu kemanusiaan global yang menjadi perhatian publik luas. Isu seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, keadilan sosial, dan kesehatan mental merupakan tema yang dapat dijadikan materi dakwah berbasis nilai-nilai Islam. Misalnya, Al-Qur'an memiliki prinsip-prinsip lingkungan yang kuat yang bisa dikemas dalam kampanye green dakwah. Dengan demikian, Islam tidak hanya dipahami dari sisi ritual, tetapi juga dari kontribusinya dalam menyelesaikan masalah universal.

Selain isi, bentuk dan teknik penyampaian konten juga menentukan efektivitasnya. Konten yang baik secara substansi tetapi dikemas dengan cara yang membosankan akan sulit menjangkau khalayak luas. Oleh karena itu, penting bagi da'i digital dan tim kreatif untuk menguasai prinsip-prinsip desain komunikasi visual, storytelling digital, dan pengeditan multimedia. Animasi, sinematografi ringan, dan audio yang emosional dapat meningkatkan daya sebar dan daya pengaruh konten dakwah. (Yunanto & Damayanti, 2021)

Dalam strategi distribusi, platform digital harus dipilih dengan mempertimbangkan karakteristik audiens. TikTok cocok untuk konten singkat yang bersifat menghibur dan inspiratif, YouTube untuk ceramah tematik dan dokumenter dakwah, Instagram untuk infografis dan kampanye visual, sedangkan X (Twitter) cocok untuk dakwah berbasis opini dan diskusi singkat. Keberhasilan konten dakwah positif tidak hanya ditentukan oleh pesan, tetapi juga oleh kemampuannya menyatu dengan ekosistem digital tempat ia beredar.

Di sisi lain, konsistensi dalam membangun branding dakwah juga sangat penting. Masyarakat digital cenderung memilih mengikuti akun-akun yang punya ciri khas, visual yang rapi, dan narasi yang konsisten. Konten positif harus dibangun dengan identitas yang kuat—baik secara visual maupun secara ideologis. Branding yang kuat juga dapat meningkatkan (Zuhri, 2021) kepercayaan publik terhadap kredibilitas da'i dan lembaga dakwah di ruang maya.

Namun demikian, tantangan utama dalam produksi konten positif adalah kemampuan menjaga keseimbangan antara pesan dakwah dan tuntutan algoritma



media sosial. Kadang-kadang, konten positif kalah bersaing dengan konten sensasional atau kontroversial yang lebih cepat viral. Di sinilah pentingnya sinergi antara strategi dakwah dan pengetahuan tentang sistem distribusi digital. Konten dakwah harus dikembangkan dengan strategi SEO, pemilihan tagar yang relevan, waktu unggah yang optimal, serta kolaborasi dengan influencer Muslim. (Gabur, 2023)

Akhirnya, konten positif sebagai bentuk dakwah strategis bukan hanya bertujuan untuk memperbaiki citra Islam di mata publik, tetapi juga untuk membangun kesadaran baru bahwa Islam adalah agama yang aktif berkontribusi dalam peradaban. Strategi ini tidak hanya merespons Islamofobia, tetapi juga mendidik umat Islam sendiri untuk menyadari bahwa dakwah bukan hanya urusan ibadah verbal, melainkan juga amal sosial yang nyata dan solutif. Dengan konten positif, dakwah digital bisa menjadi kekuatan yang menyatukan, menginspirasi, dan menenangkan, serta merestorasi makna Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam. (Utami et al., 2024)

Strategi Optimalisasi Dakwah di Media Sosial

Optimalisasi dakwah di media sosial tidak bisa dilakukan secara instan. Ia membutuhkan strategi komunikasi yang matang dan berorientasi pada kebutuhan audiens. Langkah pertama adalah memahami karakteristik setiap platform. Instagram efektif untuk konten visual dan narasi pendek, TikTok cocok untuk video berdurasi singkat yang viral, sedangkan YouTube mendukung konten dakwah mendalam dalam bentuk ceramah atau podcast. Masing-masing platform menuntut penyesuaian format dan pendekatan. (Sukarman et al., 2019)

Strategi kedua adalah memproduksi konten yang berkualitas dan kontekstual. Konten dakwah tidak cukup hanya mengutip ayat atau hadis, tetapi juga harus menjawab isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari pengguna media sosial. Misalnya, membahas nilai-nilai Islam dalam menghadapi stres, literasi keuangan syariah, relasi sosial, hingga persoalan cinta dan keluarga. Konten yang mampu memberi solusi akan lebih dihargai audiens digital.

Langkah ketiga adalah pengemasan konten yang menarik secara visual dan naratif. Dakwah di media sosial harus mampu bersaing dengan konten hiburan, edukasi umum, dan informasi viral. Oleh karena itu, pemanfaatan desain grafis, animasi, musik latar, dan storytelling menjadi penting. Konten yang menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan teknik audio-visual modern akan lebih mudah diterima oleh generasi muda. (Harahap et al., 2019)

Keempat, penggunaan bahasa yang komunikatif dan empatik harus menjadi ciri khas dakwah digital. Bahasa yang terlalu formal atau terlalu syar'i dapat membuat audiens merasa jauh atau tersudut. Sebaliknya, penggunaan bahasa sehari-hari yang santun, inklusif, dan mudah dipahami akan menciptakan kedekatan psikologis. Dakwah bukan untuk menghakimi, melainkan untuk membimbing dengan kasih sayang.

Kelima, kolaborasi dengan tokoh publik, konten kreator, atau komunitas digital menjadi strategi penting. Kolaborasi ini dapat memperluas jangkauan dakwah



sekaligus menambah kredibilitas konten. Misalnya, seorang da'i dapat membuat podcast bersama influencer muslim atau tokoh masyarakat untuk membahas tema sosial dengan pendekatan keislaman.

Keenam, pentingnya konsistensi dan manajemen waktu dalam publikasi konten. Algoritma media sosial sangat menghargai konsistensi, sehingga da'i atau lembaga dakwah harus memiliki jadwal rutin untuk merilis konten. Selain itu, waktu unggah yang tepat (prime time) akan meningkatkan kemungkinan konten menjangkau lebih banyak pengguna. Optimalisasi juga menuntut evaluasi berkala dan pembacaan data (analytics). Melalui fitur statistik di media sosial, pelaku dakwah dapat menilai jenis konten apa yang paling disukai, waktu keterlibatan audiens tertinggi, dan tren interaksi. Evaluasi ini menjadi dasar untuk pengembangan konten yang lebih efektif dan tepat sasaran di masa mendatang. (Rahmadhani et al., 2024)

Literasi digital merupakan fondasi utama dalam mendukung efektivitas dakwah di media sosial. Literasi ini mencakup kemampuan memahami cara kerja platform digital, mengenali informasi yang kredibel, serta keterampilan dalam memproduksi dan menyebarkan konten. Da'i yang memiliki literasi digital akan mampu menyampaikan pesan dengan tepat dan menghindari jebakan digital seperti disinformasi, hoaks, atau manipulasi data.

Tanpa literasi digital yang memadai, dakwah digital rentan tergelincir ke dalam praktik yang justru merugikan umat. Misalnya, penyebaran konten tanpa verifikasi dapat menimbulkan fitnah, kekeliruan teologis, atau bahkan konflik sosial. Oleh karena itu, setiap pelaku dakwah perlu dibekali pelatihan digital secara sistematis, baik dalam hal teknis maupun etika.

Etika dakwah di media sosial juga menjadi aspek krusial. Dakwah harus menjunjung tinggi nilai-nilai akhlakul karimah, menjauhi ujaran kebencian, serta tidak memperlakukan pihak lain. Dakwah yang benar bukan yang memaksakan kehendak, tetapi yang mengajak dengan hikmah dan nasihat yang baik. Hal ini sebagaimana dicontohkan Rasulullah SAW dalam menyampaikan risalah Islam.

Konten yang etis menciptakan ruang dakwah yang sejuk dan inklusif. Ia membuka dialog, bukan debat. Ia menenangkan hati, bukan memprovokasi. Dalam konteks masyarakat digital yang rentan terhadap polarisasi dan ekstremisme, etika dakwah menjadi benteng penting untuk menjaga Islam tetap rahmatan lil 'alamin di ruang virtual. (Setiawan, 2021)

Salah satu tantangan etika dakwah yang muncul adalah dorongan untuk viral. Banyak da'i tergoda membuat konten yang provokatif demi engagement tinggi. Misalnya dengan menyindir pihak lain, menggunakan bahasa kasar, atau mempolitisasi agama. Padahal, viralitas semu seperti itu justru merusak citra dakwah dan menciptakan resistensi dari kalangan audiens.

Untuk itu, lembaga pendidikan Islam, ormas, dan komunitas dakwah perlu menyusun pedoman etika dakwah digital. Pedoman ini dapat menjadi acuan moral sekaligus teknis dalam berinteraksi di media sosial. Selain itu, pembinaan da'i digital

perlu terus ditingkatkan agar mereka tidak hanya cakap berbicara, tetapi juga beretika dan bertanggung jawab.

Literasi digital dan etika dakwah bukan hanya tuntutan teknis, tetapi juga tuntutan moral. Keduanya adalah pilar utama dalam menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang mencerdaskan, mencerahkan, dan mempersatukan umat. Tanpa keduanya, dakwah digital berisiko menjadi senjata makan tuan yang justru memperlemah nilai-nilai Islam di ruang publik.

Strategi Narasi: Bahasa, Visual, dan Emosi

Keberhasilan dakwah digital sebagai counter-narrative sangat ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan. Dalam konteks ini, narasi bukan sekadar rangkaian kata atau informasi, melainkan konstruksi makna yang dibentuk melalui kombinasi bahasa, visual, dan emosi. Ketiga elemen ini bekerja secara sinergis dalam mempengaruhi persepsi audiens dan menentukan apakah pesan dakwah akan diterima, diabaikan, atau bahkan ditolak. Oleh karena itu, membangun narasi dakwah yang kuat menuntut pemahaman mendalam terhadap psikologi komunikasi digital. (Rahmawati & Heriyanto, 2023)

Bahasa merupakan medium utama dalam menyampaikan pesan dakwah. Namun, tidak semua bahasa efektif dalam ruang virtual yang sangat cepat, padat, dan penuh gangguan. Bahasa dakwah harus adaptif dengan karakter audiens media sosial—lebih ringan, komunikatif, dan inklusif. Menggunakan bahasa keagamaan yang terlalu kaku atau eksklusif dapat menciptakan jarak psikologis antara da'i dan audiens. Sebaliknya, pendekatan naratif dengan gaya bertutur, dialogis, dan bersahabat akan membuat audiens merasa lebih dekat dan nyaman untuk terlibat.

Selain aspek linguistik, kekuatan visual juga sangat menentukan keberhasilan narasi dakwah. Visual dapat berupa gambar, ilustrasi, infografis, hingga video yang dirancang secara kreatif untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Dalam era digital, visual bukan hanya pelengkap, tetapi justru menjadi elemen utama dalam menarik perhatian. Konten dakwah yang dikemas dengan desain yang estetik dan profesional cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi dibandingkan hanya teks atau ceramah verbal biasa. (Adeoye, 2025)

Salah satu strategi visual yang efektif adalah pemanfaatan simbol-simbol universal yang bersifat humanis dan mudah dipahami lintas budaya. Misalnya, visual yang menggambarkan senyum, pelukan, kerja sama antar kelompok agama, atau anak-anak yang tertawa bahagia bisa menyampaikan pesan perdamaian dan kasih sayang Islam secara implisit. Pendekatan ini jauh lebih kuat dibandingkan pernyataan normatif yang langsung menolak Islamofobia. Simbol visual menciptakan resonansi emosional yang lebih dalam daripada sekadar argumentasi rasional.

Unsur emosi menjadi komponen krusial dalam membangun keterlibatan audiens secara lebih mendalam. Narasi dakwah yang mampu menggugah empati, harapan, atau inspirasi akan lebih mudah tertanam dalam ingatan audiens. Strategi ini

dapat diwujudkan melalui storytelling—yakni penceritaan pengalaman nyata atau kisah-kisah inspiratif umat Islam dalam menjalani hidup secara damai dan penuh kontribusi. Kisah-kisah tersebut tidak hanya menyentuh sisi afektif, tetapi juga mampu menggerakkan audiens untuk merefleksikan ulang persepsinya terhadap Islam (Rifqi et al., 2024).

Penggunaan narasi berbasis pengalaman juga memungkinkan dakwah menjadi lebih kontekstual dan relevan. Misalnya, menceritakan pengalaman seorang Muslim yang menghadapi diskriminasi di Barat namun tetap membalasnya dengan kasih sayang dan etika Islam akan lebih berdampak dalam menentang Islamofobia dibandingkan narasi yang bersifat debat teologis. Strategi ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai Islam mampu diwujudkan dalam praktik nyata kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya, penting juga untuk menyadari bahwa strategi narasi tidak berdiri sendiri. Ia harus dibangun di atas pemahaman terhadap audiens target. Segmentasi audiens yang baik akan membantu da'i dan konten kreator untuk merancang pesan yang sesuai dengan latar belakang sosial, budaya, dan psikologis pengguna media sosial. Misalnya, pendekatan untuk audiens remaja tentu berbeda dengan audiens dewasa atau intelektual. Pemilihan diksi, tempo penyampaian, bahkan gaya visual harus disesuaikan.

Pemanfaatan teknologi seperti subtitle multibahasa, animasi dengan voice-over, hingga pemilihan musik latar juga tidak bisa diabaikan. Elemen-elemen ini dapat meningkatkan daya sebar dan daya tangkap pesan dakwah. Musik yang tenang, ilustrasi yang lembut, serta tone warna yang hangat dapat memperkuat nuansa dakwah sebagai pesan kasih sayang dan ketenangan. Sebaliknya, penggunaan tone agresif, musik keras, atau efek visual yang memicu ketegangan justru bisa menciptakan kesan negatif dan bertolak belakang dengan misi counter-narrative (Halim et al., 2016).

Strategi narasi yang melibatkan bahasa yang inklusif, visual yang menyentuh, dan emosi yang kuat akan menjadikan dakwah digital lebih efektif dan bermakna. Dakwah bukan lagi sekadar penyampaian dogma, melainkan seni membangun kesadaran dan koneksi emosional antar manusia. Ketika dakwah mampu menginspirasi, menenangkan, dan mengedukasi sekaligus, maka ia tidak hanya menangkal Islamofobia, tetapi juga memperluas jangkauan nilai-nilai Islam yang sesungguhnya ke tengah masyarakat global yang plural dan kritis (Rasad & Nugraha, 2023).

SIMPULAN

Islamofobia sebagai bentuk narasi negatif terhadap Islam telah menyebar luas di ruang digital melalui berbagai bentuk konten yang penuh prasangka, stereotip, dan misinformasi. Dalam menghadapi tantangan ini, dakwah digital tidak cukup hanya bersifat reaktif atau defensif, melainkan harus membangun counter-narrative yang konstruktif, inspiratif, dan strategis. Narasi dakwah yang menampilkan nilai-nilai Islam secara humanis, dialogis, dan kontekstual terbukti mampu mengikis persepsi negatif yang terlanjur melekat. Melalui konten positif seperti kisah inspiratif, aksi



kemanusiaan, dan kampanye lintas agama, dakwah digital menjadi sarana strategis untuk menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang damai, inklusif, dan konstruktif terhadap kemanusiaan.

Efektivitas counter-narrative dakwah digital ditentukan oleh penggunaan strategi narasi yang tepat, yaitu bahasa yang inklusif, visual yang menyentuh, dan emosi yang menggugah. Dakwah harus dikemas dengan memperhatikan karakteristik audiens dan budaya media sosial agar pesan yang disampaikan tidak hanya menjangkau, tetapi juga menginspirasi. Dengan pemahaman terhadap psikologi komunikasi digital, para da'i dan kreator konten dapat memproduksi materi dakwah yang tidak hanya mencerahkan umat Islam, tetapi juga membuka ruang dialog dengan masyarakat non-Muslim. Dakwah digital berbasis konten positif bukan hanya instrumen keagamaan, melainkan juga alat peradaban yang berperan penting dalam merawat koeksistensi dan melawan narasi kebencian di era informasi. Menghadapi tantangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeoye, M. A. (2025). Hoaxes in Islamic Perspective: Qur'anic Solutions for Building an Anti-Hoax Society. *Al-Karim: International Journal of Quranic ...* <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/alkarim/article/view/6818>
- Alfulana, M. W., & Baihaqi, M. (2024). THE URGENCY OF RELIGIOUS MODERATION ON ISLAMIC EDUCATION IN THE DIGITAL ERA. *Proceedings of International ...* <https://ipcis.uinsa.ac.id/submission/index.php/ipcis/article/view/33>
- DAN, I. D. (n.d.). BERMARTABAT. In *digilib.uinkhas.ac.id*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/7126/1/2%281%29.pdf>
- Daud, A. J. (2017). *Pelaksanaan dan Masalah Dakwah Ikatan Da'i Indonesia di Aceh*. search.proquest.com. <https://search.proquest.com/openview/f52806bbaa5b646f721801c1abdc1e7f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Fajariyah, L., & Halim, A. (2023). Tafsir Islam Moderat di Media Sosial: Revitalisasi Syiar dan Kontestasi Narasi. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith*. <https://jurnalfuf.uinsa.ac.id/index.php/mutawatir/article/view/2289>
- Gabur, D. A. (2023). Etika Komunikasi di Era Digital dalam Fenomena Hate Speech Netizen Indonesia (Tinjauan dari Perspektif Etika Komunikasi Habermas). In *Jurnal Poros Politik*. [scholar.archive.org](https://scholar.archive.org/work/2bbpdy7u3ncs3cnj7s7bjdptvi/access/wayback/https://jurnal.unimor.ac.id/index.php/JPP/article/download/4527/1533). <https://scholar.archive.org/work/2bbpdy7u3ncs3cnj7s7bjdptvi/access/wayback/https://jurnal.unimor.ac.id/index.php/JPP/article/download/4527/1533>
- Halim, N. A., Rosidi, I., Haris, A., Yesicha, C., Riauan, M., & ... (2016). *Media dan Politik*. [repository.uin-suska.ac.id](http://repository.uin-suska.ac.id/64005/1/Buku-Media%20dan%20Politik.pdf). <http://repository.uin-suska.ac.id/64005/1/Buku-Media dan Politik.pdf>
- Harahap, S., Yamamah, A., & Harahap, S. (2019). *The Role Of Islamic Higher Education Institutions In Preventing Radicalism In Indonesia, Malaysia And Thailand [Fungsi Perguruan Tinggi dalam Mencegah ...]*. [repository.uinsu.ac.id](http://repository.uinsu.ac.id/12311/1/Laporan%20Penelitian%20Radikalisme%20IMT%20Final-2.pdf). <http://repository.uinsu.ac.id/12311/1/Laporan Penelitian Radikalisme IMT Final-2.pdf>



- Hatta, J. (n.d.). Konstruksi Konsep Liyan pada Portal Hidayatullah. com. In *digilib.uin-suka.ac.id*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/document/653903>
- Hilmi, M., & Fitrianingtyas, P. A. (2024). *Wajah Moderasi Beragama di Media: Perspektif Kritis dan Korpus*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=72obEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=dakwah+digital+menangkal+islamofobia&ots=kLZDLiOnm1&sig=XajcOM0F01eJPNV2UC-0X74p3Lg>
- Jailani, D. A. (2017). *Pelaksanaan dan masalah dakwah ikatan Da'i Indonesia di Aceh/Azhari Jailani Daud*. studentsrepo.um.edu.my. <http://studentsrepo.um.edu.my/11367/>
- Kafid, N. (2023). *Moderasi beragama reproduksi kultur keberagamaan moderat di kalangan generasi muda Muslim*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=YDrJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=dakwah+digital+menangkal+islamofobia&ots=WZbYhb2UhL&sig=djGQF6VxCLMRrBQ-xxhOOBsGYKY>
- Munawar-Rachman, B. (2022). *Pemikiran Islam Nurcholish Madjid*. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EuFxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA275&dq=dakwah+digital+menangkal+islamofobia&ots=uGQLXZfQm3&sig=tjF_vx39vOUeVy3KnL077mmkZCI
- NEGARA, D. A. I. D. I. (n.d.). HUKUM: ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP ISLAM DI INDONESIA. In *pdfs.semanticscholar.org*. <https://pdfs.semanticscholar.org/66a1/d1a34ed1fa0ca60f8cc753d69f3d4efe69c5.pdf>
- Rahmadhani, S. A., Pratama, D. I., Putri, R., & ... (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. In *Sinar Dunia: Jurnal Riset*
- Rahman, D., & Kom, M. I. (2024). *Membangun jembatan dakwah di dunia digital*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=iiYYEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=P A27&dq=dakwah+digital+menangkal+islamofobia&ots=6e-LW38Klm&sig=GQbUvScK0p60-gtiSxYhWYzNpLU>
- Rahmawati, K., & Heriyanto, H. (2023). Contra Radicalism Through The Interpreting Verse of Jihad (Case Study on NU Online Platform). In *Journal of Terrorism Studies*. scholarhub.ui.ac.id. https://scholarhub.ui.ac.id/context/jts/article/1092/viewcontent/auto_converrt.pdf
- Rasad, A., & Nugraha, F. (2023). Gerakan dakwah dan pengarusutamaan moderasi beragama menuju kerukunan umat beragama. *Transformasi*. <https://transformasi.kemenag.go.id/index.php/journal/article/view/290>
- Ridho, A. (2024). *Dakwah dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang dan Tantangan di Kancah Lokal sampai Global*. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=SesxEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=strategi+komunikasi+dinas+komunikasi+dan+informatika+kabupate n+banyumas+dalam+meningkatkan+literasi+digital+bagi+mahasiswa&ots=U6 AnOutXT2&sig=LnyDDJ1MqJeos_A-wRrgw_YunA
- Rifqi, N., Manggala, K., & Kholil, A. (2024). Racialising French Practices of Secularism (Laïcité): A Portrait of the Cyber-Abuse™ of Muslim and Islamic Attributes on Twitter Platforms in 2023. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan* <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/38478>



- Setiawan, A. T. (2021). *Propaganda Deislamisasi melalui Media Sosial pada Generasi Z*. repository.uinjkt.ac.id.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72195>
- Sukarman, S., Raharjo, R., & ... (2019). Deradikalisasi Agama di Era Digital Melalui Pendidikan Islam Multikultural. *Journal of Islamic Studies*
<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JISH/article/view/4734>
- Utami, N. A. T., SH, M. H., Sudrajat, T., Alawiya, N., & ... (2024). PERAN PESANTREN DALAM DIGITALISASI ILMU PENGETAHUAN AGAMA DAN INFORMASI ANTI RADIKALISME. *Prosiding Seminar*
<https://jos.unsoed.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/11414>
- Yuliana, R., & Kamil, P. (2023). *Model Dakwah Da'i Millenial (Studi Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban Pada Akun Media Sosial Tiktok)*. e-theses.iaincurup.ac.id. <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/5495>
- Yunanto, S., & Damayanti, A. (2021). *Menuju Indonesia yang Aman, Damai dan Demokratis: Tantangan, Disain Kebijakan dan Kelembagaan*. repository.uki.ac.id.
<http://repository.uki.ac.id/6394/1/MenujuIndonesiaAmanDamaidanDemokratis.pdf>
- Yusron, M. A. (2024). *Mencegah Islamofobia Melalui Terapi Kognitif Qur'ani*. repository-penerbitlitnus.co.id. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/498/>
- Zuhri, A. M. (2021). *Beragama di ruang digital; Konfigurasi ideologi dan ekspresi keberagamaan masyarakat virtual*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Jh_REAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=representasi+pluralisme+dalam+dakwah+media+sosial&ots=WluQznFaJU&sig=yfgP57LGG6XTaTkWSyTesOdd3C8

