

Strategi Dakwah Digital Nasyiatul Aisyiyah Bagi Remaja Putri

Maulana Adzi Fathin dan Rubino

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

maulana0104212073@uinsu.ac.id, rubino@uinsu.ac.id

Article:

Received: 19 Mei 2026

Accepted: 12 Juni 2026

Published: 30 Juni 2026

© 2026 The Author(s).



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

Correspondence

Address:

maulana0104212073@uinsu.ac.id

Abstrak: Intensitas penggunaan media sosial menjadikan ruang digital sebagai bagian penting dalam kehidupan remaja putri serta memengaruhi pola komunikasi, pembentukan nilai, dan perilaku keagamaan. Perubahan tersebut menuntut organisasi dakwah untuk menghadirkan strategi yang sesuai dengan karakter generasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah bagi remaja putri serta mengkaji bentuk integrasi antara pemanfaatan media digital dan pembinaan langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilaksanakan pada Pimpinan Daerah Nasyiatul Aisyiyah (PDNA) Kota Medan, Sumatera Utara pada Januari–Februari 2026. Informan penelitian berjumlah 15 orang yang terdiri atas 5 pengurus/pembina Nasyiatul Aisyiyah dan 10 remaja putri peserta kegiatan dakwah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah dilakukan melalui integrasi dakwah bil-kitābah, bil-lisān, dan bil-ḥāl. Dakwah bil-kitābah diterapkan melalui konten media sosial berupa poster digital, video pendek, dan pesan edukatif. Dakwah bil-lisān dilakukan melalui kajian dan mentoring dialogis, sedangkan dakwah bil-ḥāl diwujudkan melalui keteladanan kader. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas dakwah digital membutuhkan keterpaduan antara media digital, komunikasi dialogis, literasi digital, dan pembinaan berkelanjutan dalam pembentukan akhlak remaja putri.

Kata Kunci: Dakwah Digital; Nasyiatul Aisyiyah; Remaja Putri; Literasi Digital; Pembentukan Akhlak

Abstract: The intensity of social media use has made digital spaces an important part of young women's lives and influences communication patterns, value formation, and religious behavior. This transformation requires da'wah organizations to develop strategies that correspond to the characteristics of the digital generation. This study aims to analyze the digital da'wah strategy of Nasyyatul Aisyiyah for young women and examine the integration between digital media utilization and direct guidance activities. This research employed a descriptive qualitative approach conducted at the Regional Leadership of Nasyyatul Aisyiyah (PDNA) Medan City, North Sumatra, from January to February 2026. The study involved 15 informants consisting of 5 administrators/mentors of Nasyyatul Aisyiyah and 10 young female participants involved in da'wah activities. Data were collected through interviews, observation, and documentation. Data analysis used the Miles, Huberman, and Saldaña model through data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings show that the digital da'wah strategy of Nasyyatul Aisyiyah is implemented through the integration of bil-kitābah, bil-lisān, and bil-ḥāl approaches. Bil-kitābah da'wah is applied through social media content, including digital posters, short videos, and educational messages. Bil-lisān da'wah is carried out through religious studies and dialogical mentoring activities, while bil-ḥāl da'wah is realized through the exemplary behavior of organizational cadres. This study concludes that the effectiveness of digital da'wah requires the integration of digital media, dialogical communication, digital literacy, and continuous guidance in strengthening young women's Islamic character.

Keywords: Digital Da'wah; Nasyyatul Aisyiyah; Young Women; Digital Literacy; Islamic Character

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara generasi muda memperoleh informasi, membangun komunikasi, serta membentuk identitas diri. Kehadiran internet, media sosial, dan perangkat komunikasi berbasis digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang sosial baru yang mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan cara individu memahami nilai-nilai kehidupan.¹ Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menjadikan ruang digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi muda, termasuk remaja putri muslim yang tumbuh dalam lingkungan komunikasi berbasis teknologi.² Remaja putri sebagai bagian dari generasi digital hidup dalam ruang virtual yang ditandai oleh arus informasi cepat, budaya visual, serta interaksi sosial tanpa batas ruang dan waktu. Berdasarkan observasi awal terhadap remaja putri yang mengikuti kegiatan Nasyyatul Aisyiyah, media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok menjadi bagian dari aktivitas komunikasi sehari-hari. Media sosial

¹Dwi Novita Utami, "Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja: A Systematic Literature Review," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 2 (2026), h. 7106–7121.

²Muhammad Naufaldhi, "Strategi Komunikasi Dakwah Digital pada Generasi Z di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023), h. 89–104.

tidak hanya digunakan sebagai sarana memperoleh informasi, tetapi juga menjadi ruang ekspresi diri, interaksi sosial, dan pembentukan identitas personal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pembentukan nilai dan perilaku remaja tidak hanya dipengaruhi oleh keluarga dan lingkungan sosial secara langsung, tetapi juga oleh dinamika komunikasi digital yang semakin kompleks. Pada era digital juga menghadirkan berbagai tantangan bagi perkembangan moral dan sosial remaja putri. Paparan terhadap berbagai konten yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam, budaya konsumtif, eksploitasi citra diri, hingga fenomena perundungan siber menjadi persoalan yang dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku generasi muda. Ketika remaja memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi tanpa kemampuan literasi digital dan pendampingan yang memadai, mereka berpotensi lebih mudah menerima pengaruh negatif dari ruang digital.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat dengan kesiapan remaja dalam menggunakan media digital secara bijak. Dalam konteks ini, dakwah memiliki peran strategis sebagai proses edukasi, pembinaan nilai, serta penguatan identitas keislaman. Namun demikian, pendekatan dakwah yang hanya mengandalkan metode konvensional dan komunikasi satu arah tidak selalu efektif dalam menjangkau generasi muda yang terbiasa dengan komunikasi visual, interaktif, dan partisipatif. Oleh karena itu, strategi dakwah perlu mengalami transformasi melalui pemanfaatan media digital tanpa meninggalkan pembinaan langsung yang bersifat dialogis dan berkelanjutan. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas perkembangan dakwah digital. Amin dan Sururi menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperluas jangkauan dakwah kepada generasi muda melalui berbagai platform komunikasi berbasis internet. Setiawan, Al Fawaz, dan Ilmi menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media dakwah kreatif karena karakter visualnya mampu menarik perhatian generasi muda.⁴ Sementara itu, Naufaldhi menjelaskan bahwa strategi komunikasi dakwah di media sosial perlu disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z agar pesan dakwah lebih mudah diterima.⁵

Meskipun penelitian tersebut telah memberikan kontribusi terhadap kajian dakwah digital, sebagian besar masih berfokus pada efektivitas media sosial sebagai kanal penyebaran pesan dakwah. Kajian mengenai bagaimana organisasi dakwah mengintegrasikan media digital dengan pembinaan tatap muka dalam satu proses pembinaan yang berkelanjutan masih belum banyak dibahas. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah yang tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah,

³Muhammad Naufaldhi, "Strategi Komunikasi Dakwah Digital pada Generasi Z di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023), h. 89–104.

⁴Rudi Setiawan, Muhammad Al Fawaz, dan Ahmad Ilmi, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Kreatif Generasi Muda," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2022), h. 55–70.

⁵Naufaldhi, "Strategi Komunikasi Dakwah Digital pada Generasi Z di Media Sosial," h. 89–104.

tetapi juga menggabungkannya dengan kegiatan pembinaan, mentoring, dan pendampingan remaja putri.

Sebagai organisasi perempuan muda Muhammadiyah, Nasyyatul Aisyiyah memiliki posisi strategis dalam melakukan dakwah kepada remaja putri melalui pendekatan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Kedekatan karakter antara kader dan remaja memberikan peluang untuk membangun komunikasi dakwah yang lebih persuasif, dialogis, dan partisipatif. Pemanfaatan media digital menjadi bagian dari strategi organisasi dalam menghadirkan dakwah yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah bagi remaja putri, mengkaji bentuk implementasi strategi dakwah melalui media digital dan pembinaan langsung, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan tantangan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini penting dilakukan karena dakwah kepada remaja putri di era digital membutuhkan strategi yang adaptif dan integratif agar nilai-nilai Islam dapat disampaikan secara efektif dalam perkembangan masyarakat digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah bagi remaja putri. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami proses, pengalaman, serta dinamika pelaksanaan dakwah digital secara mendalam berdasarkan perspektif pengurus, pembina, dan remaja putri yang terlibat dalam kegiatan Nasyyatul Aisyiyah. Penelitian ini dilaksanakan pada Pimpinan Daerah Nasyyatul Aisyiyah (PDNA) Kota Medan, Sumatera Utara pada bulan Januari - Februari 2026. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada keterlibatan organisasi tersebut dalam pelaksanaan program dakwah kepada remaja putri, baik melalui kegiatan pembinaan secara langsung maupun pemanfaatan media digital sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan yang dipilih merupakan pihak yang memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam kegiatan dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang yang terdiri atas 5 pengurus/pembina Nasyyatul Aisyiyah (P1–P5) dan 10 remaja putri peserta kegiatan dakwah (R1–R10).

No	Kode Informan	Kategori Informan	Jumlah	Kriteria Pemilihan
1	P1–P2	Pengurus Nasyyatul Aisyiyah	2 orang	Terlibat dalam perencanaan program dan pengelolaan strategi dakwah digital
2	P3–P5	Pembina/kader	3 orang	Aktif dalam pelaksanaan kegiatan

		Nasyiatul Aisyiyah		dakwah, mentoring, dan pengelolaan media digital
3	R1-R10	Remaja putri peserta kegiatan	10 orang	Mengikuti kegiatan dakwah, pembinaan, serta mengakses konten dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah
	Total		15 orang	

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaksanaan dakwah Nasyiatul Aisyiyah, baik dalam kegiatan tatap muka maupun aktivitas dakwah melalui media digital. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi organisasi, arsip kegiatan, konten media sosial, serta literatur yang relevan dengan kajian dakwah digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur agar peneliti memperoleh informasi mendalam mengenai strategi, implementasi, serta respons terhadap dakwah digital. Observasi dilakukan menggunakan pedoman observasi dengan memperhatikan bentuk kegiatan dakwah, jenis konten digital, tema unggahan, penggunaan media sosial, serta keterlibatan remaja putri dalam aktivitas dakwah. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan arsip kegiatan organisasi dan konten dakwah digital yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pengurus, pembina, dan remaja putri. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, member check dilakukan dengan mengkonfirmasi kembali hasil interpretasi data kepada informan untuk memastikan kesesuaian informasi yang diperoleh. Pada analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). Data yang diperoleh dianalisis secara sistematis untuk menemukan pola, hubungan, dan makna yang berkaitan dengan strategi dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah bagi remaja putri. Selanjutnya pada penelitian ini memperhatikan aspek etika penelitian dengan meminta persetujuan informan sebelum proses wawancara dan observasi dilakukan. Identitas informan dijaga kerahasiaannya melalui penggunaan kode anonim P1-P5 untuk pengurus/pembina dan R1-R10 untuk remaja putri. Penggunaan kode tersebut dilakukan untuk menjaga privasi dan kenyamanan informan dalam memberikan informasi penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Strategi Dakwah di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital mendorong perubahan strategi dakwah Nasyyatul Aisyiyah dalam menjangkau remaja putri. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembentukan nilai, identitas, dan perilaku generasi muda. Kondisi tersebut membuat organisasi dakwah perlu menghadirkan pendekatan baru yang sesuai dengan pola komunikasi remaja yang lebih visual, cepat, dan interaktif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus dan remaja putri peserta kegiatan Nasyyatul Aisyiyah pada Januari–Februari 2026, ditemukan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp menjadi media utama yang digunakan remaja dalam memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan.

Salah satu informan remaja menjelaskan:

“Saya lebih sering melihat konten keagamaan melalui Instagram karena tampilannya menarik dan mudah dipahami. Kalau bentuknya video pendek atau poster biasanya lebih cepat saya pahami dibandingkan tulisan yang panjang.”
(R3, wawancara, Januari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perubahan pola penerimaan dakwah di kalangan remaja putri. Dakwah yang sebelumnya banyak berlangsung melalui forum formal kini berkembang melalui ruang digital yang lebih fleksibel. Media sosial memungkinkan pesan dakwah disampaikan melalui berbagai platform digital dengan jangkauan luas sehingga mampu menjangkau remaja dalam ruang komunikasi yang mereka gunakan sehari-hari.

Berdasarkan observasi terhadap aktivitas media sosial Nasyyatul Aisyiyah pada Februari 2026, ditemukan bahwa strategi dakwah digital dilakukan melalui berbagai bentuk konten seperti poster edukasi Islam, video pendek, dokumentasi kegiatan organisasi, dan konten motivasi perempuan muda. Poster digital digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai etika bermedia sosial melalui tampilan visual sederhana yang mudah dipahami oleh remaja. Konten video pendek banyak mengangkat tema perempuan muda berkemajuan dan memperoleh respons lebih tinggi karena format audio visual lebih sesuai dengan karakter pengguna media sosial saat ini. Selain itu, dokumentasi kegiatan kajian dan mentoring juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan aktivitas organisasi sehingga mampu meningkatkan ketertarikan remaja untuk mengikuti kegiatan secara langsung.

Hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah tidak hanya dilakukan melalui penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga melalui pendekatan komunikasi yang dekat dengan kehidupan remaja putri. Pengemasan pesan dakwah dalam bentuk visual dan bahasa yang sederhana menjadi salah satu cara organisasi menyesuaikan dakwah dengan perubahan pola komunikasi generasi digital. Salah satu pembina Nasyyatul Aisyiyah menjelaskan:

“Kami melihat remaja sekarang sangat dekat dengan media sosial. Karena itu dakwah juga perlu hadir di ruang digital, tetapi tetap harus dilanjutkan dengan pembinaan langsung agar nilai yang disampaikan lebih dipahami.”
(P2, wawancara, Februari 2026)

Penelitian ini menemukan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam membangun hubungan interpersonal dengan remaja putri. Strategi yang dilakukan Nasyiatul Aisyiyah menunjukkan adanya integrasi antara pemanfaatan media digital dan pembinaan langsung. Media digital berperan memperluas akses dakwah, sedangkan mentoring dan kegiatan organisasi berfungsi memperkuat pemahaman serta proses internalisasi nilai.

Temuan ini sejalan dengan konsep digital religion yang dikembangkan Heidi Campbell yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital menyebabkan praktik keagamaan mengalami perluasan melalui ruang online, komunitas virtual, serta interaksi berbasis media digital.⁶ Dengan demikian, ruang digital tidak hanya menjadi media penyampaian pesan, tetapi juga menjadi bagian dari praktik dakwah yang berkembang mengikuti perubahan sosial masyarakat. Berdasarkan temuan tersebut, transformasi strategi dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah kepada remaja putri tidak hanya bergantung pada keberadaan media sosial, tetapi juga pada kemampuan organisasi menghubungkan komunikasi digital dengan proses pembinaan yang berkelanjutan. Perpaduan antara dakwah digital dan pembinaan langsung menjadi strategi penting dalam menghadirkan dakwah yang relevan dengan kebutuhan remaja putri di tengah perkembangan teknologi.

Strategi Dakwah sebagai Perencanaan Sistematis

Penelitian ini menemukan bahwa strategi dakwah digital Nasyiatul Aisyiyah dilaksanakan melalui proses perencanaan yang sistematis dengan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik remaja putri sebagai sasaran dakwah. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi digital sebagai media penyampaian pesan, tetapi juga memperhatikan proses pembinaan yang mampu membangun komunikasi dan keterlibatan remaja secara berkelanjutan. Hal tersebut sejalan dengan konsep strategi dakwah yang menjelaskan bahwa pelaksanaan dakwah memerlukan perencanaan metode, pemilihan media, serta pemahaman terhadap kondisi mad'u agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif.⁷

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada Januari–Februari 2026, proses perencanaan dakwah dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan

⁶Heidi A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, (London: Routledge, 2013), h. 1–20.

⁷Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 349–351.

remaja putri, penyusunan materi dakwah, pemilihan media komunikasi, pelaksanaan program pembinaan, serta evaluasi kegiatan. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan dakwah digital tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui proses penyusunan strategi agar pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

Salah satu pengurus Nasyyatul Aisyiyah menjelaskan:

“Sebelum menyusun kegiatan, kami melihat terlebih dahulu persoalan yang banyak dialami remaja sekarang. Banyak yang berkaitan dengan media sosial, cara berkomunikasi, kepercayaan diri, dan bagaimana tetap menjaga nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.”

(P1, wawancara, Januari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perencanaan dakwah tidak dilakukan hanya berdasarkan kepentingan organisasi, tetapi mempertimbangkan kondisi sosial remaja putri. Pemahaman terhadap kebutuhan sasaran dakwah menjadi langkah awal agar pesan yang disampaikan lebih relevan dengan pengalaman kehidupan mereka. Berdasarkan observasi terhadap kegiatan Nasyyatul Aisyiyah pada Februari 2026, ditemukan bahwa implementasi program dakwah dilakukan melalui beberapa bentuk kegiatan, seperti kajian rutin, mentoring kelompok, penyebaran konten media sosial, serta pelatihan literasi digital. Kajian rutin digunakan sebagai sarana penguatan pemahaman nilai-nilai Islam, sedangkan mentoring kelompok menjadi ruang diskusi bagi remaja dalam membahas berbagai persoalan yang mereka hadapi. Selain itu, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran pesan dakwah digital, sementara pelatihan literasi digital diarahkan untuk membangun kesadaran remaja dalam menggunakan teknologi secara bijak. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa dakwah digital yang dilakukan Nasyyatul Aisyiyah tidak berdiri sendiri, tetapi menjadi bagian dari proses pembinaan yang lebih luas. Dalam pelaksanaan program, organisasi berupaya menyesuaikan metode dakwah dengan karakteristik generasi muda yang lebih menyukai komunikasi visual dan interaktif.

Penyesuaian metode dakwah dilakukan dengan menghadirkan materi yang berkaitan langsung dengan kehidupan remaja putri. Tema yang dikembangkan tidak hanya membahas persoalan ibadah, tetapi juga menyentuh isu sosial yang banyak ditemui dalam kehidupan digital, seperti etika bermedia sosial, penguatan identitas perempuan muslim, pengembangan potensi diri, komunikasi positif di ruang digital, serta kepemimpinan perempuan muda.

Salah satu remaja peserta kegiatan menyampaikan:

“Saya lebih suka kegiatan yang membahas hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, misalnya tentang media sosial dan cara menghadapi komentar orang lain. Jadi materinya terasa berhubungan dengan masalah yang sering dialami.”

(R5, wawancara, Februari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa relevansi materi menjadi faktor penting dalam penerimaan pesan dakwah. Remaja putri lebih mudah menerima pesan yang berkaitan langsung dengan pengalaman sosial mereka dibandingkan penyampaian yang hanya bersifat umum.

Selain menentukan materi, Nasyyiatul Aisyiyah juga melakukan pemilihan media dakwah berdasarkan karakteristik pengguna. Media sosial digunakan untuk memperkenalkan pesan dakwah secara luas, sedangkan kegiatan tatap muka digunakan untuk memperdalam pemahaman melalui dialog dan diskusi. Strategi tersebut sejalan dengan teori Diffusion of Innovations Everett M. Rogers yang menjelaskan bahwa penerimaan sebuah inovasi dipengaruhi oleh kesesuaiannya dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat pengguna.⁸ Pemanfaatan media digital dalam dakwah menunjukkan proses adaptasi organisasi terhadap perubahan pola komunikasi generasi muda. Strategi tersebut menunjukkan hubungan antara dakwah bil-kitābah dan bil-lisān. Dakwah bil-kitābah diwujudkan melalui tulisan, poster digital, dan pesan visual di media sosial. Sementara itu, dakwah bil-lisān dilakukan melalui kajian, mentoring, serta komunikasi langsung antara pembina dan remaja.

Seorang pembina menjelaskan:

“Media sosial membantu menyampaikan pesan awal kepada remaja, tetapi dalam pembinaan tetap diperlukan pertemuan langsung karena ada proses diskusi dan pendampingan.”

(P4, wawancara, Februari 2026)

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa media digital dan pembinaan langsung memiliki fungsi berbeda tetapi saling melengkapi. Penelitian ini menemukan bahwa strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah membentuk pola dakwah integratif yang menggabungkan media digital, mentoring dialogis, dan keteladanan kader. Model dakwah integratif tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi dan pembinaan nilai. Media digital membantu organisasi menjangkau remaja, sedangkan pembinaan langsung memberikan ruang untuk memperkuat pemahaman melalui interaksi sosial.

Strategi dakwah integratif tersebut menjadi relevan dalam menghadapi perubahan pola komunikasi generasi digital yang membutuhkan pendekatan kreatif sekaligus pendampingan yang berkelanjutan. Dengan demikian, strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah dapat dipahami sebagai proses yang dirancang melalui perencanaan,

⁸Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed., (New York: Free Press, 2003), h. 15–16.

pelaksanaan, dan evaluasi. Keberhasilan strategi tersebut tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan media digital, tetapi juga kemampuan organisasi dalam memahami kebutuhan remaja putri sebagai sasaran dakwah.

Dakwah Bil-Kitābah melalui Media Digital Nasyyiatul Aisyiyah

Penelitian ini menemukan bahwa salah satu bentuk implementasi strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah dilakukan melalui dakwah *bil-kitābah* dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan kepada remaja putri. Dalam perkembangan teknologi komunikasi, dakwah *bil-kitābah* tidak lagi terbatas pada penyampaian pesan melalui tulisan dalam bentuk cetak, tetapi telah berkembang melalui berbagai bentuk komunikasi digital seperti caption media sosial, poster digital, infografis, artikel singkat, dan pesan visual yang disebarakan melalui platform digital.

Penggunaan media digital menjadi strategi penting karena karakteristik remaja putri saat ini lebih dekat dengan pola komunikasi berbasis visual dan interaktif. Oleh karena itu, penyampaian pesan dakwah perlu dikemas secara kreatif agar mampu menarik perhatian serta sesuai dengan kebiasaan penggunaan media generasi muda. Berdasarkan hasil observasi terhadap aktivitas media sosial Nasyyiatul Aisyiyah pada Januari–Februari 2026, ditemukan bahwa konten dakwah digital yang dipublikasikan tidak hanya berisi informasi kegiatan organisasi, tetapi juga berisi pesan edukatif yang berkaitan dengan kehidupan dan persoalan remaja putri.

Hasil observasi menunjukkan bahwa bentuk konten dakwah digital yang digunakan meliputi poster digital, infografis Islami, video pendek, serta dokumentasi kegiatan organisasi. Poster digital digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai akhlak dan etika bermedia sosial melalui desain visual dengan pesan yang singkat dan mudah dipahami. Infografis Islami digunakan untuk mengenalkan nilai perempuan muda berkemajuan melalui kombinasi teks dan ilustrasi, sedangkan video pendek dimanfaatkan untuk menyampaikan motivasi diri dan nilai-nilai Islam dengan bahasa yang lebih dekat dengan remaja. Selain itu, dokumentasi kegiatan seperti kajian dan mentoring digunakan untuk memperkenalkan aktivitas organisasi serta meningkatkan keterlibatan remaja putri dalam kegiatan dakwah.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah tidak hanya memperhatikan isi pesan keagamaan, tetapi juga memperhatikan bentuk penyampaian agar sesuai dengan karakter komunikasi remaja. Pengemasan pesan menjadi aspek penting karena generasi muda lebih banyak berinteraksi dengan informasi yang bersifat singkat, visual, dan mudah dibagikan melalui media sosial.

Salah satu pengurus yang terlibat dalam pengelolaan media digital menjelaskan:

“Kami mencoba membuat konten dakwah yang tidak terlalu berat. Bahasa yang digunakan dibuat lebih dekat dengan remaja, karena tujuan utamanya agar pesan Islam bisa diterima dan mereka tertarik untuk membaca atau membagikan.”

(P3, wawancara, Januari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital membutuhkan proses adaptasi terhadap perubahan perilaku komunikasi masyarakat. Pesan dakwah tetap mempertahankan nilai-nilai Islam, tetapi cara penyampaiannya disesuaikan dengan karakter media dan sasaran dakwah.

Strategi tersebut berkaitan dengan konsep *digital religion* yang dikemukakan oleh Heidi A. Campbell. Campbell menjelaskan bahwa perkembangan media digital menyebabkan praktik keagamaan mengalami perluasan karena teknologi memungkinkan masyarakat membangun komunikasi, komunitas, dan ekspresi keagamaan melalui ruang digital.⁹ Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang baru bagi Nasyiatul Aisyiyah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada remaja putri.

Selain sebagai media penyampaian informasi, dakwah *bil-kitābah* melalui media digital juga memberikan kesempatan kepada remaja untuk ikut berpartisipasi dalam penyebaran pesan dakwah. Fitur berbagi unggahan (*share*), komentar, dan pesan digital memungkinkan proses dakwah berlangsung lebih interaktif sehingga remaja tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat menjadi bagian dari penyebaran nilai-nilai positif.

Salah satu informan remaja menyampaikan:

“Kalau ada postingan yang menurut saya bagus, biasanya saya bagikan ulang terutama kalau isinya motivasi atau pengingat tentang hal positif.”

(R4, wawancara, Februari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa remaja putri tidak hanya berperan sebagai audiens dalam dakwah digital, tetapi juga dapat menjadi pihak yang ikut menyebarkan pesan dakwah melalui aktivitas digital mereka. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola dakwah dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa dakwah melalui media digital juga memiliki tantangan. Banyaknya informasi dan konten hiburan di media sosial menyebabkan pesan dakwah harus mampu bersaing untuk mendapatkan perhatian

⁹Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, h. 1–20.

pengguna. Konten yang terlalu panjang atau menggunakan bahasa yang kurang sesuai dengan karakter remaja cenderung kurang menarik perhatian.

Salah satu informan remaja menjelaskan:

“Saya biasanya lebih tertarik melihat konten yang singkat tetapi jelas. Kalau tampilannya menarik dan bahasanya mudah dipahami, saya lebih sering membaca sampai selesai.”

(R8, wawancara, Februari 2026)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kreativitas dalam penyajian pesan menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital. Pesan agama yang disampaikan melalui media sosial membutuhkan strategi komunikasi yang mampu menghubungkan nilai-nilai Islam dengan kebiasaan komunikasi generasi muda.

Dalam perspektif *digital literacy* yang dikembangkan oleh Paul Gilster, penggunaan media digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara tepat.¹⁰ Oleh karena itu, dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah tidak hanya diarahkan untuk menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga membantu remaja membangun kemampuan menggunakan media secara positif. Literasi digital menjadi bagian penting dalam dakwah karena remaja membutuhkan kemampuan memahami informasi, memilih konten yang bermanfaat, serta bertanggung jawab dalam aktivitas komunikasi digital. Dengan demikian, dakwah *bil-kitābah* melalui media digital menjadi salah satu strategi Nasyyiatul Aisyiyah dalam menghadirkan pesan Islam yang relevan dengan kehidupan remaja putri. Keberhasilan strategi tersebut tidak hanya bergantung pada penggunaan platform digital, tetapi juga pada kemampuan menyusun pesan yang komunikatif, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

Dakwah Bil-Lisān melalui Komunikasi Dialogis dan Humanis

Penelitian ini menemukan bahwa implementasi strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah tidak hanya dilakukan melalui pemanfaatan media digital, tetapi juga diperkuat melalui dakwah *bil-lisān* yang berbasis komunikasi dialogis dan humanis. Dakwah *bil-lisān* dilaksanakan melalui kegiatan kajian rutin, mentoring kelompok, diskusi keislaman, serta ruang konsultasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara pembina dan remaja putri. Pendekatan ini digunakan karena pembentukan nilai dan akhlak remaja tidak cukup dilakukan melalui penyampaian informasi digital, tetapi membutuhkan proses interaksi, pendampingan, dan komunikasi yang berkelanjutan.

¹⁰Paul Gilster, *Digital Literacy*, (New York: Wiley Computer Publishing, 1997), h. 1–2.

Berdasarkan hasil observasi terhadap kegiatan pembinaan Nasyyatul Aisyiyah pada Februari 2026, kegiatan dakwah *bil-lisān* dilakukan dengan pola komunikasi dua arah. Pembina tidak hanya berperan sebagai penyampai materi, tetapi juga menjadi pendamping yang memberikan kesempatan kepada remaja untuk menyampaikan pengalaman, pertanyaan, dan persoalan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Tema pembahasan dalam kegiatan mentoring tidak hanya berkaitan dengan ibadah, tetapi juga membahas persoalan remaja seperti penggunaan media sosial, pergaulan, kepercayaan diri, pembentukan identitas muslimah, dan tantangan moral dalam ruang digital.

Salah satu pembina Nasyyatul Aisyiyah menjelaskan:

“Dalam kegiatan mentoring kami berusaha tidak hanya memberikan materi, tetapi juga mendengarkan cerita dan persoalan yang dialami remaja. Mereka lebih nyaman ketika diberikan ruang untuk berdiskusi, bukan hanya menerima nasihat satu arah.”

(P4, wawancara, Februari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dialogis menjadi bagian penting dalam strategi dakwah kepada remaja putri. Remaja sebagai generasi digital memiliki karakter komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif sehingga pendekatan dakwah yang terlalu formal dan satu arah kurang efektif dalam membangun kedekatan emosional. Melalui komunikasi yang dialogis, pembina dapat memahami kebutuhan remaja serta memberikan arahan keagamaan yang sesuai dengan kondisi sosial yang mereka alami.

Pendekatan komunikasi humanis dalam dakwah *bil-lisān* juga terlihat dari cara pembina membangun hubungan yang lebih dekat dengan remaja. Pembinaan tidak dilakukan dengan pendekatan yang menghakimi, tetapi melalui komunikasi yang menekankan empati, penghargaan, dan pemahaman terhadap pengalaman remaja. Pendekatan tersebut bertujuan agar remaja merasa memiliki ruang aman untuk berdiskusi mengenai persoalan pribadi maupun tantangan yang muncul akibat perkembangan media digital.

Salah satu remaja peserta kegiatan menyampaikan:

“Saya lebih suka kegiatan seperti mentoring karena bisa bertanya langsung dan bercerita. Kalau ada masalah tentang pertemanan atau media sosial, kami bisa berdiskusi dan mendapatkan masukan.”

(R7, wawancara, Februari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah kepada remaja tidak hanya ditentukan oleh isi materi, tetapi juga oleh cara komunikasi yang digunakan dalam proses pembinaan. Ketika remaja merasa dihargai dan dilibatkan dalam komunikasi, pesan dakwah lebih mudah diterima dan dipahami sebagai bagian dari kehidupan mereka.

Dalam perspektif komunikasi dakwah, Harjani Hefni menjelaskan bahwa keberhasilan penyampaian pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam memahami kondisi psikologis dan sosial penerima pesan (*mad'u*). Dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai proses membangun hubungan, pemahaman, dan perubahan perilaku melalui komunikasi yang tepat.¹¹ Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah *bil-lisān* memiliki peran penting dalam proses internalisasi nilai Islam kepada remaja putri. Media digital dapat memperkenalkan pesan dakwah secara luas, tetapi proses pemahaman nilai membutuhkan komunikasi interpersonal agar pesan tersebut dapat dikaitkan dengan pengalaman nyata remaja. Oleh karena itu, kegiatan mentoring dan kajian dialogis menjadi ruang untuk memperkuat pemahaman yang sebelumnya diperoleh melalui media digital.

Selain itu, pendekatan humanis dalam dakwah *bil-lisān* menjadi relevan dengan karakter generasi muda yang membutuhkan komunikasi terbuka. Remaja pada era digital tidak hanya membutuhkan arahan moral, tetapi juga membutuhkan pendamping yang mampu memahami dinamika kehidupan mereka. Komunikasi yang empatik membuat proses dakwah tidak berlangsung sebagai proses pemberian instruksi, melainkan sebagai proses pembinaan yang membangun kesadaran diri. Penelitian ini menemukan bahwa dakwah *bil-lisān* melalui komunikasi dialogis dan humanis menjadi penghubung antara dakwah digital dan pembentukan akhlak secara langsung. Media sosial berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan awal, sedangkan mentoring dan kajian menjadi ruang pendalaman nilai melalui interaksi sosial. Dengan demikian, dakwah *bil-lisān* yang dilakukan Nasyyatul Aisyiyah berperan dalam membentuk pola dakwah yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga tetap mempertahankan nilai kedekatan, kepedulian, dan pembinaan akhlak remaja putri secara berkelanjutan.

Dakwah *Bil-Ḥāl* sebagai Strategi Keteladanan

Penelitian ini menemukan bahwa dakwah *bil-ḥāl* menjadi bagian penting dalam strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah bagi remaja putri karena pembentukan akhlak tidak cukup dilakukan melalui penyampaian pesan keagamaan di media digital maupun komunikasi secara lisan, tetapi juga membutuhkan keteladanan melalui tindakan nyata. Dakwah *bil-ḥāl* diwujudkan melalui perilaku, sikap, dan aktivitas kader yang mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial. Melalui pendekatan ini, kader Nasyyatul Aisyiyah tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan dakwah, tetapi juga menjadi contoh bagi remaja putri dalam menerapkan nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

¹¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 45.

Berdasarkan hasil observasi terhadap kegiatan Nasyyatul Aisyiyah pada Januari–Februari 2026, penerapan dakwah *bil-ḥāl* terlihat melalui keterlibatan kader dalam berbagai aktivitas pembinaan remaja, kegiatan sosial, kepemimpinan organisasi, serta pembiasaan perilaku positif. Dalam kegiatan pembinaan, kader berupaya menunjukkan sikap yang mencerminkan nilai dakwah seperti komunikasi yang baik, kepedulian terhadap sesama, tanggung jawab, serta kemampuan membangun hubungan yang positif dengan remaja putri. Hal tersebut menunjukkan bahwa proses dakwah tidak hanya berlangsung melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui pengalaman sosial yang dilihat dan dirasakan langsung oleh peserta kegiatan.

Salah satu pengurus Nasyyatul Aisyiyah menjelaskan:

“Kami berusaha memberikan contoh terlebih dahulu kepada remaja. Karena menurut kami dakwah bukan hanya menyampaikan nasihat, tetapi juga menunjukkan melalui sikap dan tindakan.”

(P5, wawancara, Februari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keteladanan menjadi unsur penting dalam proses pembentukan akhlak remaja putri. Remaja tidak hanya memperoleh pemahaman melalui materi dakwah yang disampaikan dalam kegiatan pembinaan, tetapi juga melalui proses pengamatan terhadap perilaku dan interaksi sosial yang ditampilkan oleh kader Nasyyatul Aisyiyah. Dengan demikian, hubungan antara pembina dan remaja menjadi bagian dari proses internalisasi nilai Islam.

Dakwah melalui keteladanan memiliki peran penting karena remaja pada era digital tidak hanya membutuhkan akses terhadap informasi keagamaan, tetapi juga membutuhkan figur yang dapat memberikan contoh penerapan nilai agama dalam kehidupan nyata. Banyaknya informasi yang diperoleh melalui media digital membuat proses pembentukan akhlak membutuhkan pendampingan yang mampu menghubungkan pengetahuan agama dengan praktik kehidupan sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Al-Ghazali yang menjelaskan bahwa pembentukan akhlak tidak hanya diperoleh melalui pengetahuan, tetapi membutuhkan proses pembiasaan (*riyāḍah*) dan latihan perilaku baik secara berulang sehingga nilai kebaikan dapat menjadi bagian dari karakter seseorang.¹² Dalam konteks dakwah Nasyyatul Aisyiyah, keteladanan kader menjadi salah satu bentuk pembiasaan sosial yang membantu remaja memahami penerapan nilai Islam secara nyata. Pengaruh dakwah melalui keteladanan juga terlihat dari respons remaja peserta kegiatan.

Salah satu informan menyampaikan:

“Saya melihat kakak-kakak pembina bukan hanya memberi materi, tetapi juga memberikan contoh dari cara berbicara dan memperlakukan orang lain.”

¹²Abu Hamid Al-Ghazali, *Iḥyā’ ‘Ulūm al-Dīn*, Jilid III, (Beirut: Dar al-Ma’rifah, 2005), h. 52–53.

(R10, wawancara, Februari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa perilaku kader memiliki pengaruh terhadap cara remaja memahami pesan dakwah. Keteladanan yang diberikan dalam interaksi sehari-hari membuat nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami sebagai konsep, tetapi juga sebagai perilaku yang dapat diterapkan dalam hubungan sosial.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah *bil-ḥāl* memiliki peran dalam menghubungkan pesan dakwah dengan praktik kehidupan remaja putri. Keteladanan kader menjadi bentuk pembelajaran sosial yang memperkuat proses pembentukan akhlak karena remaja dapat melihat contoh nyata dari nilai yang disampaikan melalui dakwah. Dengan demikian, dakwah *bil-ḥāl* menjadi bagian yang melengkapi strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah. Dakwah *bil-kitābah* melalui media digital berfungsi memperkenalkan pesan keagamaan secara luas, dakwah *bil-lisān* melalui komunikasi dialogis memperkuat pemahaman, sedangkan dakwah *bil-ḥāl* melalui keteladanan membantu membentuk perilaku dan karakter remaja putri secara berkelanjutan.

Strategi Dakwah Integratif sebagai Model Pembentukan Akhlak

Penelitian ini menemukan bahwa strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah bagi remaja putri membentuk pola dakwah integratif yang menggabungkan dakwah *bil-kitābah*, *bil-lisān*, dan *bil-ḥāl* sebagai satu kesatuan proses pembinaan akhlak. Ketiga pendekatan tersebut tidak diterapkan secara terpisah, tetapi saling melengkapi dalam menjawab kebutuhan dakwah kepada remaja putri di tengah perkembangan teknologi digital. Dakwah *bil-kitābah* melalui media digital berperan sebagai sarana awal dalam memperkenalkan pesan-pesan keislaman melalui konten yang dekat dengan kehidupan remaja, seperti poster digital, video pendek, pesan motivasi, dan informasi kegiatan organisasi. Sementara itu, dakwah *bil-lisān* melalui kajian dan mentoring memberikan ruang komunikasi langsung agar remaja dapat memahami pesan dakwah secara lebih mendalam. Dakwah *bil-ḥāl* kemudian memperkuat proses tersebut melalui keteladanan kader sehingga nilai-nilai yang disampaikan dapat terlihat dalam perilaku nyata.

Berdasarkan hasil observasi terhadap kegiatan Nasyyatul Aisyiyah pada Januari–Februari 2026, integrasi ketiga strategi tersebut terlihat melalui hubungan antara aktivitas dakwah digital dan pembinaan langsung. Konten dakwah yang disebarluaskan melalui media sosial digunakan sebagai sarana membangun ketertarikan awal remaja terhadap pesan Islam. Setelah itu, kegiatan seperti kajian, diskusi kelompok, dan mentoring menjadi ruang untuk memperdalam pemahaman serta membangun kedekatan antara pembina dan remaja putri.

Salah satu pembina Nasyyiatul Aisyiyah menjelaskan:

“Media sosial membantu mengenalkan pesan dakwah kepada remaja, tetapi setelah itu tetap diperlukan pembinaan agar pesan tersebut tidak hanya dilihat, tetapi juga dipahami dan diterapkan.”

(P2, wawancara, Februari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki fungsi penting dalam memperluas jangkauan pesan, tetapi proses pembentukan akhlak tetap membutuhkan pendampingan secara berkelanjutan. Media digital menjadi pintu awal komunikasi dakwah, sedangkan interaksi langsung menjadi ruang penguatan nilai dan pembentukan karakter.

Respons positif terhadap strategi integratif tersebut juga terlihat dari pengalaman remaja peserta kegiatan. Salah satu informan menyampaikan:

“Awalnya saya mengetahui kegiatan dari media sosial, kemudian mulai mengikuti kajian dan kegiatan lainnya. Dari situ saya mendapatkan teman dan lingkungan yang lebih positif.”

(R3, wawancara, Februari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi sarana awal yang menghubungkan remaja dengan kegiatan pembinaan keagamaan. Namun, perubahan perilaku dan pembentukan akhlak terjadi melalui proses yang lebih panjang melalui interaksi sosial, pembiasaan, dan keteladanan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah digital Nasyyiatul Aisyiyah tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga pada proses internalisasi nilai Islam dalam kehidupan remaja putri. Pemanfaatan teknologi digital menjadi efektif ketika dikombinasikan dengan pendekatan komunikasi dan pembinaan yang memperhatikan kebutuhan remaja sebagai sasaran dakwah. Model dakwah integratif tersebut memperlihatkan bahwa pembentukan akhlak membutuhkan keterpaduan antara aspek pengetahuan, komunikasi, dan praktik. Dakwah *bil-kitābah* memberikan pemahaman awal melalui pesan tertulis dan visual, dakwah *bil-lisān* memperkuat pemahaman melalui dialog, sedangkan dakwah *bil-ḥāl* membantu membangun kebiasaan melalui contoh perilaku.

Strategi tersebut sejalan dengan konsep pembentukan akhlak Al-Ghazali yang menjelaskan bahwa akhlak terbentuk melalui proses pembiasaan (*riyāḍah*) dan latihan yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga nilai kebaikan menjadi karakter dalam diri

seseorang.¹³ Oleh karena itu, dakwah tidak hanya diarahkan pada penyampaian pengetahuan agama, tetapi juga pada pembentukan perilaku melalui proses yang berkelanjutan.

Dengan demikian, strategi dakwah integratif Nasyyatul Aisyiyah menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah kepada remaja putri di era digital membutuhkan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan pendekatan pembinaan langsung. Media digital memberikan ruang penyebaran pesan yang luas, komunikasi dialogis memperdalam pemahaman, sedangkan keteladanan kader memperkuat pembentukan akhlak dalam kehidupan sehari-hari.

Tantangan Dakwah dan Literasi Digital Remaja Putri

Penelitian ini menemukan bahwa pelaksanaan strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah tidak hanya memberikan peluang dalam memperluas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan dinamika penggunaan media sosial di kalangan remaja putri. Perkembangan teknologi digital menyebabkan remaja memperoleh akses informasi yang semakin luas, namun kondisi tersebut juga menghadirkan tantangan berupa paparan konten negatif, perubahan pola komunikasi, serta rendahnya kemampuan dalam memilah informasi yang diterima melalui ruang digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan remaja putri peserta kegiatan Nasyyatul Aisyiyah pada Januari–Februari 2026, ditemukan bahwa media sosial memiliki dua sisi dalam kehidupan remaja. Media digital dapat menjadi sarana memperoleh informasi dan pembelajaran agama, tetapi pada saat yang sama dapat memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan perilaku apabila tidak digunakan secara bijak.

Salah satu informan remaja menyampaikan:

“Media sosial sebenarnya banyak membantu karena bisa mendapatkan informasi baru, termasuk tentang agama. Tetapi kadang juga membuat kita membandingkan diri dengan orang lain atau mengikuti sesuatu yang sedang tren tanpa memikirkan baik buruknya.”

(R6, wawancara, Februari 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tantangan dakwah pada era digital tidak hanya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan pesan agama melalui media sosial, tetapi juga bagaimana membangun kemampuan remaja dalam memahami, menilai, dan memilih informasi yang sesuai dengan nilai Islam.

¹³Al-Ghazali, *Iḥyā’ ‘Ulūm al-Dīn*, Jilid III, h. 52–53.

Berdasarkan observasi terhadap kegiatan pembinaan Nasyiatul Aisyiyah pada Februari 2026, upaya menghadapi tantangan digital dilakukan melalui pemberian materi mengenai etika bermedia sosial, penguatan identitas muslimah, serta penggunaan media digital secara positif. Pembinaan dilakukan melalui diskusi kelompok dan mentoring agar remaja tidak hanya memahami cara menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran terhadap dampak dari aktivitas digital yang dilakukan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital tidak cukup hanya berfokus pada produksi konten keagamaan, tetapi juga perlu membangun literasi digital pada remaja sebagai pengguna media. Literasi digital menjadi kemampuan penting agar remaja mampu memahami informasi, mengevaluasi pesan yang diterima, serta menggunakan teknologi secara bertanggung jawab.

Hal tersebut sejalan dengan konsep *digital literacy* yang dikembangkan oleh Paul Gilster. Gilster menjelaskan bahwa literasi digital merupakan kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital secara efektif.¹⁴ Dalam konteks dakwah, kemampuan tersebut diperlukan agar remaja tidak hanya menjadi pengguna media, tetapi juga mampu memilih dan menyebarkan pesan yang bernilai positif.

Selain kemampuan memahami informasi, penggunaan media digital juga membutuhkan kesadaran mengenai tanggung jawab dalam berinteraksi di ruang online. Mike Ribble melalui konsep *digital citizenship* menjelaskan bahwa masyarakat digital perlu memahami etika penggunaan teknologi, komunikasi digital, serta tanggung jawab terhadap perilaku dalam lingkungan digital.¹⁵ Konsep tersebut relevan dengan strategi dakwah Nasyiatul Aisyiyah karena pembinaan remaja tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan pemahaman agama, tetapi juga membentuk perilaku yang bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

Salah satu pembina Nasyiatul Aisyiyah menjelaskan:

“Kami ingin remaja tidak hanya aktif menggunakan media sosial, tetapi juga mengetahui bagaimana menggunakan media dengan baik. Media sosial bisa menjadi tempat menyebarkan kebaikan kalau digunakan dengan cara yang benar.”

(P5, wawancara, Februari 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa literasi digital menjadi bagian dari proses dakwah karena penggunaan teknologi membutuhkan kemampuan memahami nilai dan etika. Dakwah digital tidak hanya berusaha menghadirkan konten Islam di ruang digital, tetapi

¹⁴Gilster, *Digital Literacy*, h. 1–2.

¹⁵Mike Ribble, *Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know*, 3rd ed., (Washington DC: International Society for Technology in Education, 2015), h. 15–20.

juga membentuk pengguna media yang memiliki kesadaran terhadap dampak komunikasi digital.

Respons terhadap pendekatan tersebut terlihat dari pengalaman remaja peserta kegiatan. Salah satu informan menyampaikan:

“Saya merasa kegiatan seperti ini membantu karena membahas hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, terutama tentang media sosial, pertemanan, dan bagaimana membawa diri.”

(R9, wawancara, Februari 2026)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah yang membahas persoalan digital lebih mudah diterima karena berkaitan langsung dengan pengalaman kehidupan remaja. Dakwah tidak hanya hadir sebagai penyampaian aturan agama, tetapi juga sebagai pendampingan dalam menghadapi perubahan sosial akibat perkembangan teknologi. Dengan demikian, tantangan dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah tidak hanya terletak pada kemampuan mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga pada kemampuan membangun literasi dan kesadaran digital remaja putri. Strategi dakwah yang menggabungkan pemanfaatan media digital, pendidikan literasi, serta pembinaan nilai Islam menjadi upaya penting dalam membentuk remaja yang mampu menggunakan teknologi secara positif dan bertanggung jawab.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah bagi remaja putri dilakukan melalui pendekatan integratif yang menggabungkan pemanfaatan media digital dengan proses pembinaan secara langsung. Strategi tersebut menunjukkan bahwa dakwah pada era digital tidak hanya berfokus pada penyebaran pesan keagamaan melalui teknologi, tetapi juga membutuhkan komunikasi, pendampingan, dan keteladanan agar nilai-nilai Islam dapat terinternalisasi dalam kehidupan remaja putri. Implementasi strategi dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah diwujudkan melalui tiga pendekatan utama, yaitu dakwah *bil-kitābah*, *bil-lisān*, dan *bil-ḥāl*. Dakwah *bil-kitābah* dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti penyebaran poster digital, video pendek, pesan motivasi, dan konten edukatif yang disesuaikan dengan karakter komunikasi generasi muda. Strategi ini membantu memperluas jangkauan pesan dakwah serta meningkatkan keterlibatan remaja dalam ruang digital. Dakwah *bil-lisān* dilakukan melalui kajian, mentoring, dan diskusi kelompok yang memberikan ruang komunikasi dialogis antara pembina dan remaja putri. Sementara itu, dakwah *bil-ḥāl* diwujudkan melalui keteladanan kader dalam sikap, perilaku, dan aktivitas sosial sehingga nilai dakwah dapat dipahami melalui contoh nyata.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital Nasyyatul Aisyiyah tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan memanfaatkan media sosial, tetapi juga oleh proses perencanaan strategi yang memperhatikan kebutuhan dan karakteristik remaja putri. Media digital berperan sebagai sarana membangun ketertarikan awal terhadap pesan keislaman, sedangkan pembinaan langsung berfungsi memperdalam pemahaman dan membangun karakter melalui interaksi yang berkelanjutan. Selain memberikan peluang, dakwah digital juga menghadapi tantangan berupa derasnya arus informasi, konten negatif, serta rendahnya kemampuan sebagian remaja dalam memilah informasi digital. Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi bagian penting dalam strategi dakwah Nasyyatul Aisyiyah. Literasi digital membantu remaja putri agar tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga mampu memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan ruang digital secara positif sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa model dakwah integratif Nasyyatul Aisyiyah yang memadukan media digital, komunikasi dialogis, dan keteladanan menjadi strategi yang relevan dalam pembentukan akhlak remaja putri di era digital. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi oleh kemampuan organisasi dalam menghubungkan ruang digital dengan proses pembinaan nilai secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Al-Ghazali, Abu Hamid, *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn*, Jilid III, Beirut: Dar al-Ma'rifah, 2005.
- Amin, Ahmad dan Ahmad Sururi, "Strategi Dakwah Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Generasi Muda," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 12, No. 2, 2023.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2017.
- Campbell, Heidi A., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, London: Routledge, 2013.
- Gilster, Paul, *Digital Literacy*, New York: Wiley Computer Publishing, 1997.
- Hefni, Harjani, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Naufaldhi, Muhammad, "Strategi Komunikasi Dakwah Digital pada Generasi Z di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 43, No. 1, 2023.
- Nauvan, M. Zacky, dkk., "Dampak Teknologi Digital terhadap Perilaku Sosial Generasi Muda," *TECHSI: Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 15, No. 2, 2024.

Ribble, Mike, *Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know*, 3rd edition, Washington DC: International Society for Technology in Education, 2015.

Rogers, Everett M., *Diffusion of Innovations*, Fifth Edition, New York: Free Press, 2003.

Setiawan, Rudi, Muhammad Al Fawaz, dan Ahmad Ilmi, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Kreatif Generasi Muda," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022.

Utami, Dwi Novita, "Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja: A Systematic Literature Review," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, Vol. 4, No. 2, 2026.