

Perkembangan Teknologi dan Pengembangan SDM Lembaga Dakwah: Reorientasi Strategis di Era Disrupsi Digital

Nurul Alvi Chindi Fadhilah¹, Cecep Castrawijaya²

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: nurul.alvi@uinjkt.ac.id, cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id

Article received: 22 Januari 2026, Review process: 11 Februari

Article Accepted: 25 April 2026, Article published: 14 Mei 2026

ABSTRACT

The era of digital disruption forces Islamic outreach organizations to transform in order to maintain religious authority in cyberspace. However, technology adoption is often hindered by low digital literacy, cultural resistance among human resources, and technical issues in operational management. This study aims to formulate a model for developing HR competencies and reorienting the operations of Islamic outreach organizations through the concept of Digital Bashirah. Through an in-depth literature review, it was found that digitalization is not merely about procuring tools, but entails changes in work culture and leadership mindset. Competency transformation must include the pillars of digital skills, culture, ethics, and safety as control standards in the use of artificial intelligence (AI) technology to remain consistent with the purity of scholarly chains of knowledge. Moreover, integrating data-driven POAC functions is necessary to address the manual data synchronization issues that have so far hindered organizational efficiency. This research concludes that Bashirah Digital functions as a moral brake so that technology remains an information aid without neglecting the theological responsibility of human resources as spiritual guides.

Keywords: Bashirah Digital, Da'wah Institution, Human Resource Development, Da'wah Management, Digital Era.

ABSTRAK

Era disrupsi digital memaksa lembaga dakwah untuk bertransformasi guna mempertahankan otoritas keagamaan di ruang siber. Namun, adopsi teknologi sering kali terhambat oleh rendahnya literasi digital, resistensi kultural SDM, hingga masalah teknis dalam manajemen operasional. Penelitian ini bertujuan merumuskan model pengembangan kompetensi SDM dan reorientasi operasional lembaga dakwah melalui konsep Bashirah Digital. Melalui kajian literatur yang mendalam, ditemukan bahwa digitalisasi bukan sekadar pengadaan alat, melainkan perubahan budaya kerja dan pola pikir pimpinan. Transformasi kompetensi harus mencakup pilar digital skills, culture, ethics, dan safety sebagai standar kendali dalam penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) agar tetap sesuai dengan kemurnian sanad keilmuan. Selain itu, integrasi fungsi POAC yang berbasis data diperlukan untuk mengatasi masalah sinkronisasi data manual yang selama ini menghambat efisiensi organisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Bashirah Digital berfungsi sebagai rem moral agar teknologi tetap menjadi alat bantu informasi tanpa mengabaikan tanggung jawab teologis SDM sebagai pembimbing spiritual.

Kata Kunci: Bashirah Digital, Lembaga Dakwah, Pengembangan SDM, Manajemen Dakwah, Era Digital.

PENDAHULUAN

Era disrupsi digital telah mendorong transformasi mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan ajaran agama, di mana ruang siber kini menjadi wahana utama penyebaran syiar. Transformasi komunikasi digital ini telah merevolusi praktik keagamaan masyarakat yang semula berbasis interaksi fisik menjadi berbasis platform digital yang lebih terbuka dan interaktif (Ulfa, 2024). Fenomena ini diperkuat dengan munculnya berbagai platform media sosial yang menawarkan kemudahan akses terhadap konten keagamaan secara instan, namun di sisi lain menciptakan kompetisi konten yang sangat ketat di ruang publik virtual (Andini et al., 2023). Realitas ini menandakan bahwa medan dakwah secara institusional kini telah berpindah menuju ruang virtual yang tidak terbatas (Anas, 2025).

Namun, kemudahan akses teknologi ini membawa tantangan baru berupa dominasi sistem algoritma media sosial yang sering kali lebih mengedepankan popularitas daripada substansi teologis. Tekanan algoritma ini berisiko menciptakan distorsi pesan keagamaan, di mana konten yang bersifat hiburan lebih mudah tersebar dibandingkan pesan dakwah yang memiliki kedalaman ilmu (Maulidna et al., 2025). Di sinilah letak problematika utama: urgensi adopsi teknologi sering kali berbanding terbalik dengan kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih menghadapi hambatan literasi dan problematika metodologis yang signifikan. Kesenjangan (*gap*) antara kecanggihan instrumen digital dengan kesiapan manajerial memicu risiko penyebaran informasi keagamaan yang tidak terverifikasi (Azzahro & Fasha, 2025).

Penelitian terdahulu telah banyak memotret penggunaan media sosial untuk dakwah secara teknis, namun masih sedikit yang menyentuh aspek transformasi manajerial SDM yang berbasis pada nilai spiritualitas tinggi. Oleh karena itu, diperlukan reorientasi strategis guna mengubah cara pandang pengelola lembaga agar memposisikan teknologi sebagai basis transformasi organisasi yang mampu meningkatkan efektivitas syiar secara global. Reorientasi ini harus bermuara pada pencapaian *Bashirah Digital*, yakni kemampuan menyinergikan kedalaman ilmu agama dengan kecerdasan strategi media agar dakwah tetap moderat dan humanis (Azzahro & Fasha, 2025). Melalui pendekatan ini, lembaga dakwah diharapkan mampu mengelola sistem informasi secara profesional tanpa kehilangan jati diri sebagai pembimbing spiritual umat. Naskah ini bertujuan merumuskan model pengembangan SDM yang adaptif guna mempercepat akselerasi teknologi dalam sistem operasional dakwah kontemporer, mulai dari sektor filantropi, layanan publik keagamaan, hingga manajemen tata kelola organisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Data penelitian bersumber dari literatur sekunder berupa jurnal ilmiah terutama dari basis data jurnal Cendekia, buku, dan dokumen kebijakan terkait manajemen dakwah periode 2021-2026. Pengumpulan data dilakukan melalui penelaahan dokumen secara sistematis sesuai dengan tema transformasi digital dan pengembangan SDM. Validitas data dijaga melalui

triangulasi sumber untuk membandingkan berbagai teori dan temuan penelitian terdahulu. Analisis data dilakukan secara interaktif mulai dari reduksi data, penyajian data secara deskriptif, hingga penarikan simpulan model operasional yang relevan bagi lembaga dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potret Literasi Digital dan Problematika SDM Lembaga Dakwah Saat Ini

Kondisi literasi digital pada berbagai lembaga dakwah saat ini menunjukkan adanya kesenjangan kompetensi yang cukup signifikan, di mana keterbatasan kemampuan teknis menjadi hambatan utama bagi institusi dalam mengoptimalkan komunikasi di ruang siber (Anjali et al., 2024). Realitas ini mengakibatkan terjadinya tantangan terhadap otoritas keagamaan di ruang publik virtual, di mana lembaga dakwah tradisional mulai terdesak oleh pergeseran praktik keagamaan dan pola komunikasi masyarakat yang telah bertransformasi (Ulfa, 2024). Fenomena tersebut diperburuk oleh munculnya tokoh-tokoh dakwah baru yang lebih populer dan adaptif terhadap algoritma media digital dibandingkan tokoh tradisional (Anas, 2025). Digitalisasi ritual dan penguatan komunitas *online* saat ini menuntut lembaga dakwah untuk tidak lagi hanya mengandalkan kemegahan mimbar fisik, melainkan harus memperkuat otoritas melalui penetrasi konten yang profesional (Ulfa, 2024). Untuk menghadapi tantangan tersebut, eksistensi lembaga dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan institusi dalam membangun *Bashirah Digital* guna menjaga kemurnian metodologi dakwah dari arus distorsi informasi (Azzahro & Fasha, 2025). Tanpa literasi strategis ini, entitas lembaga akan menjadi rentan dalam menghadapi tantangan verifikasi informasi yang dapat merusak kepercayaan publik secara sistemik.

Secara praktis, resistensi SDM di lembaga dakwah sering kali bukan karena mereka menolak kemajuan, tetapi karena ketakutan akan hilangnya relevansi peran manusia oleh teknologi. Ada kekhawatiran bahwa penggunaan AI atau sistem otomatis dalam dakwah akan membuat bimbingan agama terasa kaku dan kehilangan nilai spiritual. Oleh karena itu, digitalisasi tidak bisa dipaksakan hanya melalui pengadaan alat, melainkan harus dimulai dengan meyakinkan SDM bahwa teknologi hanyalah instrumen pendukung, bukan pengganti otoritas dai. Tanpa adanya kejelasan peran ini, program digitalisasi hanya akan menjadi beban administrasi bagi staf di lapangan.

Problematika SDM di lembaga dakwah juga menyentuh aspek etika dan metodologi penyampaian pesan yang sering kali terdistorsi demi memenuhi tuntutan sistem algoritma media sosial (Maulidna et al., 2025). Tekanan untuk mengejar popularitas digital sering kali membuat para pengelola dakwah institusional mengabaikan aspek substansi teologis demi konten yang bersifat instan namun dangkal. Tantangan ini semakin kompleks dengan hadirnya teknologi kecerdasan buatan (AI) yang menuntut kejelasan mengenai otoritas keilmuan serta sanad digital di mata audiens (Ula & Muhiid, 2025). Di sisi lain, kompetisi terbuka di ruang online mewajibkan lembaga untuk memiliki kecerdasan dalam mengemas materi agar program-program dakwah tidak ditinggalkan oleh audiens (Andini et al., 2023). Kegagalan lembaga dalam mengidentifikasi profil digital audiens melalui

pemetaan *digital persona* akan mengakibatkan pesan-pesan dakwah institusi menjadi tidak efektif dan salah sasaran (Maulidi et al., 2025).

Hambatan struktural dan kultural ini memerlukan pendekatan manajerial yang lebih visioner melalui penyusunan *grand design* pengembangan SDM agar langkah digitalisasi organisasi memiliki arah yang jelas (Setyawati & Woelandari, 2025). Perumusan strategi tersebut harus dilakukan secara adaptif terhadap kebutuhan riil industri digital agar kapasitas lembaga dakwah tetap memiliki daya saing yang kuat. Realitas di lapangan menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara kualitas manajemen sumber daya manusia dengan peningkatan kinerja operasional lembaga dakwah secara menyeluruh (Furqan & Castrawijaya, 2024). Penguatan literasi digital ini juga harus mencakup pemberdayaan perempuan di dalam struktur organisasi dakwah agar peran mereka semakin signifikan dalam memperluas jangkauan syiar di ruang siber (Rahmawati et al., 2025).

Secara keseluruhan, berbagai problematika tersebut membuktikan bahwa tantangan utama lembaga dakwah bukan hanya terletak pada penguasaan alat digital, melainkan pada kesiapan mental untuk melakukan perubahan besar. Kesenjangan literasi yang terjadi merupakan tanda bahwa institusi keagamaan harus segera memperbarui cara kerjanya agar tidak tertinggal oleh cepatnya perubahan teknologi. Jika lembaga dakwah hanya fokus pada popularitas tanpa menjaga kualitas isi pesan, maka peran mereka sebagai pembimbing umat akan perlahan memudar. Oleh karena itu, mengubah pola pikir (*mindset*) seluruh jajaran organisasi menjadi kunci agar digitalisasi tidak hanya menjadi beban, tetapi menjadi peluang untuk menyebarkan nilai Islam secara lebih luas. Keberhasilan institusi di masa depan sangat bergantung pada keberanian mereka untuk meninggalkan cara lama dan mulai membangun sistem manajemen yang profesional, transparan, dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat digital secara tepat.

Transformasi Kompetensi SDM Lembaga Dakwah

Sebagai solusi atas stagnasi inovasi di lembaga dakwah, penelitian ini merumuskan urgensi pengembangan Bashirah Digital sebagai puncak kompetensi SDM. Secara konseptual, Bashirah Digital didefinisikan sebagai kemampuan strategis untuk menyinergikan kedalaman ilmu agama dengan kecerdasan media yang moderat dan humanis (Azzahro & Fasha, 2025). Dalam tataran praktis, Bashirah Digital bukan sekadar kemampuan mengoperasikan perangkat lunak, melainkan kebijaksanaan dalam memilih narasi. Sebagai contoh, seorang SDM dengan Bashirah Digital tidak akan hanya mengejar jumlah *viewers* melalui konten yang kontroversial, melainkan mampu memformulasikan pesan agama yang mendalam menjadi konten kreatif yang relevan dengan algoritma tanpa mengorbankan kualitas teologis. Ia berfungsi sebagai filter mental yang membedakan mana teknologi yang bersifat alat dan mana yang bersifat substansi, sehingga lembaga dakwah tidak terseret menjadi sekadar industri hiburan digital, melainkan tetap teguh sebagai otoritas pembimbing spiritual.

Dalam konteks pengembangan kualitas, pembentukan SDM lembaga dakwah saat ini tidak bisa lagi dilakukan secara sporadis, melainkan harus berpijak pada empat dimensi utama, yaitu latar belakang pendidikan yang relevan,

pengalaman kerja yang memadai, keterampilan praktis, serta penguasaan teknologi yang matang (Handayani & Jama, 2024). Transformasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa digitalisasi tidak hanya berhenti pada aspek teknis, melainkan menjadi instrumen untuk mengamplifikasi nilai-nilai Islam secara profesional tanpa kehilangan otoritas keilmuan (Azzahro & Fasha, 2025). Dalam implementasinya, bashirah digital melahirkan pengelola dakwah yang memiliki ketajaman pandangan dalam memanfaatkan teknologi, termasuk kecerdasan buatan (AI), agar tetap berpijak pada kemurnian sanad dan etika keagamaan (Ula & Muhid, 2025). Dalam operasionalnya, Bashirah Digital berfungsi sebagai standar kendali untuk memastikan penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) tetap merujuk pada kemurnian sanad keilmuan. Hal ini berarti SDM lembaga dakwah harus mampu memverifikasi setiap jawaban yang dihasilkan oleh mesin agar tidak bertentangan dengan etika keagamaan. Dengan demikian, teknologi disini hanya diposisikan sebagai alat bantu kecepatan informasi, sementara tanggung jawab kebenaran teologis tetap berada sepenuhnya pada otoritas SDM lembaga.

Sinergi ini berfungsi sebagai rem moral dimana AI memberikan kecepatan informasi, namun sanad keilmuan memberikan tanggung jawab teologis yang membedakan Lembaga profesional dengan akun dakwah anonim. Melalui pendekatan ini, institusi dakwah mampu membangun kedaulatan informasi yang tidak mudah goyah oleh perubahan algoritma platform media sosial (Anas, 2025). Hal tersebut menandai pergeseran peran SDM dari sekedar teknisi pengunggah konten menjadi arsitek informasi yang mampu mendesain narasi tanpa harus tunduk pada selera pasar yang dangkal.

Manifestasi Bashirah Digital dalam operasional institusi diwujudkan melalui penguasaan *Digital Skills* yang mendasar, di mana personil lembaga dituntut memiliki kemampuan teknis dalam mengoperasikan ekosistem digital serta memahami arsitektur informasi keagamaan secara mendalam (Sururi 2022). Pilar kecakapan teknis ini bertujuan membangun kemandirian sehingga SDM mampu memproduksi konten secara mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi tanpa ketergantungan mutlak pada pihak eksternal (Azzahro & Fasha, 2025). Lebih jauh, kemandirian ini harus dibarengi dengan pengembangan *Digital Culture* guna membangun wawasan moderasi beragama yang inklusif di ruang virtual (Sururi, 2022). Budaya digital dalam lembaga dakwah diarahkan untuk mengharmonisasikan syiar virtual dengan kearifan lokal agar tidak terjadi benturan nilai antara pesan digital dengan tradisi masyarakat yang ada (Purbajati, 2021). Selain itu, keterlibatan perempuan dalam memperluas jangkauan syiar yang lebih humanis menjadi bagian tidak terpisahkan dari penguatan budaya digital yang menyentuh berbagai lapisan masyarakat (Rahmawati et al., 2025). Ruang digital telah meruntuhkan tembok patriarki dalam mimbar tradisional, namun hal ini tetap menuntut sensitivitas budaya agar pesan agama tetap terasa membumi (*rahmatul lil 'alamin*).

Integritas transformasi kompetensi ini semakin kokoh dengan penerapan *Digital Ethics* yang menekankan pada penegakan standar moral melalui prinsip Tabayyun atau verifikasi ketat terhadap informasi sebelum disebarluaskan guna menghindari fitnah (Sururi, 2022). Etika digital menjadi instrumen strategis untuk

memitigasi distorsi pesan akibat tekanan sistem algoritma media sosial yang sering kali mengabaikan substansi teologis demi mengejar popularitas instan (Maulidna et al., 2025). SDM yang memiliki etika digital tinggi akan senantiasa mengutamakan kejujuran data dan akurasi informasi keagamaan di atas sekadar angka keterlibatan audiens (Ulfa, 2024). Sebagai pelengkap, aspek *Digital Safety* hadir untuk memberikan perlindungan menyeluruh terhadap data pribadi dan aset digital lembaga (Sururi, 2022). Dalam lingkup *Bashirah Digital*, keamanan digital sangat krusial dalam membangun kepercayaan publik (*public trust*), terutama terkait transparansi layanan umat yang berbasis data besar seperti sistem informasi haji dan filantropi Islam (Sasmita et al., 2025).

Aspek keamanan digital di lembaga dakwah merupakan isu strategis yang berkaitan langsung dengan kepercayaan publik. Perlindungan terhadap data pribadi jemaah dan aset digital lembaga dilakukan untuk menjamin transparansi dalam layanan keagamaan, seperti pengelolaan zakat dan haji. Jika sistem keamanan terjaga, lembaga dapat meminimalisir risiko gangguan teknis yang dapat menghambat operasional dan merusak kredibilitas institusi di mata umat. Di sektor ini, keamanan bukan lagi isu teknis semata, melainkan isu strategis pimpinan untuk menjaga marwah Lembaga dari resiko serangan siber yang dapat merusak Amanah umat.

Penguasaan berbagai kompetensi digital tersebut pada dasarnya tidak bertujuan untuk mengubah peran pengelola dakwah menjadi sekadar pembuat konten, melainkan untuk memperkuat fungsi mereka sebagai pembimbing umat di ruang virtual. Adopsi kecakapan etika dan budaya digital yang kuat memastikan bahwa SDM lembaga dakwah tidak hanya mengejar popularitas instan, tetapi tetap konsisten menghadirkan narasi keagamaan yang berkualitas dan aman bagi masyarakat. Transformasi kompetensi ini menjadi instrumen strategis bagi institusi untuk mempertahankan kewibawaan dan kepercayaan publik di tengah derasnya arus informasi keagamaan yang tidak terverifikasi. Dengan demikian, profesionalisme SDM yang berbasis pada nilai-nilai spiritual dan kecakapan teknologi menjadi prasyarat mutlak bagi tegaknya otoritas dakwah di era digital.

Model Operasional Dakwah Berbasis Teknologi dan Data

Implementasi kompetensi SDM yang berbasis *Bashirah Digital* harus bermuara pada transformasi model operasional lembaga dakwah secara nyata guna menghadapi dinamika era Society 5.0 secara kompetitif (Nawa & Sari, 2026). Transformasi ini menuntut adanya modernisasi kurikulum pengembangan staf yang mengadopsi standar kompetensi teknologi terkini agar langkah digitalisasi organisasi memiliki arah yang jelas melalui penyusunan *grand design* yang solid (Setyawati & Woelandari, 2025). Secara manajerial, reorientasi fungsi organisasi diawali dengan Perencanaan Berbasis Data (*Planning*), di mana lembaga merumuskan strategi syiar menggunakan analisis Big Data untuk memahami preferensi, minat, dan perilaku audiens guna menghasilkan pesan dakwah yang lebih personal melalui integrasi AI (Kahfi, 2025). Perencanaan strategis ini memaksa institusi untuk mendefinisikan ulang model kegiatannya dari metode konvensional

(luring) ke sistem virtual yang lebih fleksibel agar mampu menjangkau jemaah secara luas (Purbajati 2021).

Integrasi fungsi POAC yang berbasis data bertujuan untuk mengubah sistem manajemen yang semula manual menjadi terdigitalisasi secara menyeluruh. Hal ini mencakup sinkronisasi data jemaah dan laporan kegiatan agar seluruh informasi dapat diakses secara transparan dan cepat. Kejelasan sistem ini diperlukan agar setiap unit kerja di lembaga dakwah memiliki koordinasi yang teratur, sehingga pelayanan kepada jemaah dapat dilakukan secara lebih efektif dan profesional. Melalui optimalisasi instrumen digital dalam tahap perencanaan ini, lembaga dapat membangun kedaulatan informasi yang lebih mandiri dan responsif terhadap kebutuhan umat melalui pengelolaan media sosial yang profesional (Anas, 2025).

Transisi menuju model operasional modern dilanjutkan pada tahap Pengorganisasian Digital (*Organizing*), yakni kemampuan institusi dalam mengelola alur kerja menggunakan teknologi seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk menciptakan efisiensi administrasi serta transparansi dalam pembagian tugas (Handayani & Jama, 2024). Pengorganisasian ini mencakup penataan sistem administrasi yang komprehensif, mulai dari pengaturan penjadwalan hingga pengadministrasian jemaah melalui buku induk digital agar seluruh kegiatan dakwah teratur secara sistematis (Ismail et al., 2023). Namun, implementasi model operasional ini di lapangan masih menghadapi kendala teknis yang nyata. Sering kali, contohnya sinkronisasi data layanan zakat atau haji tidak berjalan antara pusat dan daerah, sehingga pegawai terpaksa melakukan input data manual berulang kali sebagaimana ditekankan oleh Prof. Noor Achmad (Iqbal, 2023). Kegagalan fungsi MSDM dalam mengorganisir potensi manusianya secara digital bisa berakibat langsung pada rendahnya performa institusi di ruang publik virtual (Anjali et al., 2024).

Namun, penggunaan AI dalam operasional dakwah tidak boleh dipandang secara berlebihan. Ada risiko besar berupa hilangnya kedalaman empati karena mesin cenderung menghasilkan konten yang seragam dan 'dingin'. Selain itu, AI bekerja berdasarkan bias data yang ada di internet. Jika data awalnya salah atau tidak moderat, maka jawaban yang dihasilkan chatbot bisa menyesatkan secara teologis. Oleh karena itu, Bashirah Digital harus berfungsi sebagai pengawas manusia yang memastikan bahwa teknologi tidak mengambil alih fungsi bimbingan spiritual sepenuhnya. AI hanya digunakan untuk efisiensi teknis, sementara otoritas kebenaran dan sentuhan rasa tetap menjadi tanggung jawab mutlak dari SDM lembaga.

Pada tahap Pelaksanaan dan Pelayanan (*Actuating*), lembaga dakwah dituntut untuk mengimplementasikan teknologi cerdas guna meningkatkan keterlibatan umat. Hal ini diwujudkan melalui penggunaan chatbot Islami berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk layanan informasi 24 jam guna memberikan jawaban keagamaan yang cepat dan akurat (Kahfi, 2025). Implementasi operasional ini juga menyentuh layanan publik keagamaan yang lebih spesifik, seperti digitalisasi layanan haji melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) yang menuntut petugas profesional dan mahir dalam mengoperasikan sistem informasi (Ardiana & Fatimah, 2021). Selain itu, dalam ekosistem filantropi, lembaga

mengimplementasikan layanan pembayaran daring yang dirancang untuk memberikan kemudahan transaksi serta efisiensi bagi para muzaki (Rohmah et al., 2021). Keberhasilan pelayanan ini bergantung pada literasi teknologi SDM untuk mengoperasikan sistem otomatisasi tanpa mengabaikan sentuhan empati dan nilai-nilai keislaman (Kahfi, 2025).

Sebagai tahap akhir untuk menjamin kredibilitas lembaga, model operasional ini ditutup dengan Pengawasan dan Evaluasi (*Controlling*). Lembaga wajib mengevaluasi aktivitasnya melalui analitik media sosial untuk memahami sejauh mana pesan dakwah diterima oleh masyarakat (Kahfi 2025). Penguatan literasi digital pada fungsi pengawasan menjadi sarana utama bagi lembaga dakwah untuk menyajikan pelaporan data yang jujur, akurat, dan dapat diverifikasi setiap saat oleh publik sebagai bentuk pertanggungjawaban etika digital (Sururi, 2022). Secara keseluruhan, integrasi teknologi dalam model operasional POAC ini membuktikan bahwa keberhasilan dakwah kontemporer tidak hanya bergantung pada kecanggihan perangkat keras, melainkan pada komitmen kolektif seluruh level organisasi untuk melakukan revolusi pola pikir (*mindset*) SDM secara total.

Berbagai kajian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dalam institusi keagamaan bukanlah sekadar tren gaya hidup, melainkan evolusi mendasar untuk menjaga relevansi pesan agama di tengah hiruk-pikuk algoritma modern. Penggunaan instrumen cerdas seperti AI dan sistem manajemen terintegrasi sebenarnya berfungsi sebagai jembatan untuk mengembalikan dakwah pada hakikatnya, yaitu memberikan kemudahan dan solusi yang presisi bagi kebutuhan umat. Keberhasilan transformasi ini pada akhirnya tidak lagi diukur dari seberapa canggih perangkat keras yang dimiliki, tetapi dari kemampuan sumber daya manusianya dalam merawat ruh spiritualitas, empati, dan etika di dalam sistem yang serba otomatis. Dengan kedaulatan data dan transparansi operasional yang kuat, lembaga dakwah tidak hanya akan bertahan dari disrupsi teknologi, tetapi justru bertransformasi menjadi aktor utama yang mampu membangun ekosistem digital yang amanah, profesional, dan berwibawa.

Keberlanjutan Strategis Lembaga Dakwah

Reorientasi strategis lembaga dakwah untuk masa depan bukan lagi tentang pilihan penggunaan teknologi, melainkan tentang bagaimana mengintegrasikan teknologi ke dalam ruh organisasi secara permanen guna menjaga eksistensi institusi. Langkah awal dalam menjaga keberlanjutan strategis ini adalah membangun budaya pembelajaran berkelanjutan (*continuous learning culture*) di mana setiap anggota lembaga memiliki dorongan internal untuk terus beradaptasi dengan perubahan (Faidz & Kuswinarno, 2024). Keberlanjutan lembaga dakwah sangat bergantung pada keberanian pimpinannya untuk menghidupkan kembali semangat pembaruan dalam merumuskan strategi yang relevan dengan kebutuhan zaman (Achmad, 2023). Keberanian pimpinan ini sangat krusial untuk mengelola resistensi internal antara tradisi institusi dengan tuntutan inovasi digital yang sering kali dianggap sebagai ancaman terhadap pola kerja lama. Transformasi dari sekedar konsumen teknologi menjadi pusat Solusi keagamaan inovatif merupakan prasyarat bagi Lembaga dakwah untuk tetap kompetitif di ruang public digital.

Keberlanjutan ini juga ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam melakukan adopsi teknologi mutakhir secara bertahap, mulai dari fase adaptasi konten hingga transformasi digital penuh yang berbasis pada sistem cerdas (Sulaiman & Suseno, 2025). Pada tahun 2025, integrasi kecerdasan buatan (AI) diproyeksikan akan menjadi standar baru dalam meningkatkan efisiensi manajemen dan layanan kepada umat (Kahfi, 2025). Strategi ini harus tetap berpijak pada konsep bashirah digital, di mana lembaga mampu menyelaraskan kecanggihan alat dengan kedalaman nilai spiritual (Azzahro & Fasha, 2025). Jika keberlanjutan dakwah hanya dipenuhi oleh otomatisasi tanpa kehadiran sentuhan otoritas keagamaan yang murni, maka lembaga tersebut berisiko kehilangan koneksi emosional dan spiritual dengan umatnya. Hal ini menegaskan bahwa di era otomatisasi, nilai jual utama Lembaga dakwah bukan lagi sekedar kecepatan informasi, melainkan kedalaman bimbingan spiritual (*irsyad*) yang bersifat personal dan memiliki landasan otoritas yang tidak dapat di produksi oleh mesin.

Selain aspek teknologi, keberlanjutan strategis lembaga dakwah menuntut penguatan kemitraan lintas sektor guna memperluas dampak sosial bagi masyarakat secara sistematis (Kaddas, 2025). Penguatan ini dapat diakselerasi melalui sistem pemberdayaan komunikasi yang menyediakan dukungan infrastruktur serta pengembangan keterampilan bagi seluruh lini sumber daya manusia (Setiawati & Nur, 2024). Keberhasilan strategi jangka panjang ini juga sangat ditentukan oleh tingkat kepercayaan publik yang dibangun melalui transparansi tata kelola yang profesional (Zikri et al., 2025). Transparansi ini bukan hanya soal laporan keuangan, melainkan komitmen terhadap keamanan data jama'ah sebagai rukun baru dalam membangun loyalitas public di Tengah maraknya Risiko kejahatan siber yang dapat merusak Marwah Lembaga secara instan. Lembaga dakwah masa depan harus mampu memposisikan diri sebagai institusi yang kredibel, terbuka terhadap kolaborasi, namun tetap teguh dalam menjaga nilai-nilai fundamental di tengah dinamika global.

Reorientasi strategis lembaga dakwah merupakan upaya sistematis untuk mempertahankan otoritas keagamaan di tengah pergeseran paradigma digital. Transformasi kompetensi dan operasional yang telah dibahas sebelumnya pada akhirnya harus bermuara pada peningkatan kemaslahatan umat yang terukur dan berkelanjutan. Digitalisasi dalam konteks ini bukanlah tujuan akhir, melainkan instrumen untuk mengamplifikasi nilai-nilai Islam agar tetap relevan di tengah kompleksitas arus informasi. Melalui penguatan manajemen yang profesional dan visi yang jelas, lembaga dakwah akan mampu tumbuh sebagai institusi yang adaptif tanpa harus kehilangan esensi jati dirinya.

SIMPULAN

Transformasi digital di lembaga dakwah saat ini bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan untuk menjaga otoritas keagamaan di ruang virtual. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguasaan perangkat digital saja tidak cukup jika tidak dibarengi dengan konsep Bashirah Digital. Konsep ini menjadi standar mutlak bagi SDM lembaga dakwah agar mampu menggunakan teknologi, termasuk kecerdasan buatan (AI), tanpa kehilangan kendali atas kemurnian sanad keilmuan dan etika

dakwah. Secara manajerial, penerapan model operasional POAC yang berbasis data hanya akan menjadi beban administrasi jika tidak didukung oleh sinkronisasi data yang nyata antara pusat dan daerah serta perbaikan SOP kerja. Masalah utama dalam digitalisasi ini bukan terletak pada kecanggihan alat, melainkan pada resistensi kultural SDM dan ketidaksiapan pimpinan dalam merombak budaya kerja lama. Oleh karena itu, keberlanjutan lembaga dakwah di era disrupsi sangat bergantung pada keberanian untuk beralih dari manajemen tradisional menuju sistem yang transparan dan terintegrasi. Digitalisasi harus diposisikan sebagai alat untuk memperluas jangkauan manfaat, sementara tanggung jawab teologis dan sentuhan empati dalam bimbingan spiritual tetap menjadi peran manusia yang tidak dapat digantikan oleh mesin.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad, A. K. (2023). Manajemen Dakwah: Sebuah Pengantar Bagi Pelaku Dakwah. In *Insight Mediatama* (1). Insight Mediatama. <https://repository.insightmediatama.co.id/books/article/view/75>
- Anas, M. (2025). Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi: Studi Media Sosial Sebagai Media Dakwah. *Al-Muttaqin Jurnal Studi, Sosial Dan Ekonomi*, 6(1), 1-18.
- Andini, I. P., Hamida, F. N., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Dakwah Di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(2), 302-314. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>
- Anjali, F., Ummami, R., & Wildan, M. A. (2024). Pengembangan Sumberdaya Manusia dalam Mengoptimalkan Komunikasi Karyawan Melalui Era Digitalisasi. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 717-726.
- Ardiana, G. D., & Fatimah, S. (2021). Implementasi sistem informasi dan komputerisasi haji terpadu (SISKOHAT) dalam pendaftaran haji khusus di kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah tahun 2019. *Jurnal MD*, 7(1), 39-66. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/viewFile/1989/1421>
- Azzahro, F. & Fasha, J. (2025). Digital Media Literacy in Islamic Da'wah. *ANWARUL Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, 5(5), 701-713.
- Faidz, N. & Kuswinarno, M. (2024). Pengembangan Sdm Di Era Digital : Transformasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(11), 2-9.
- Furqan MD, M. & Castrawijaya, C. (2024). Hubungan MSDM Dengan Kinerja Lembaga Dakwah. *Jurnal Matlamat Minda*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.56633/jdki.v4i1.578>
- Handayani, N. A. T & Jama, H. A. (2024). Perkembangan Teknologi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah (Studi pada Lembaga Dakwah NU dan Muhammadiyah). *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(6), 244-256. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i6.732>
- Iqbal, A. M. (2023). Prof Noor Achmad Dorong Pemanfaatan Digital Zakat oleh BAZNAS se-Indonesia. *Suara Merdeka* Jakarta. <https://jakarta.suaramerdeka.com/nasional/13410010245/prof-noor-achmad-dorong-pemanfaatan-digital-zakat-oleh-baznas-se-indonesia>

- Ismail, F., Simbuka, S., & Nagauleng, A. M. (2023). Manajemen Berbasis Digital : Optimalisasi Gerakan Dakwah Pada Majelis Taklim. *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(2), 79–88.
- Kaddas, B. (2025). *Manajemen Dakwah: Teori Praktik* (Issue June). Inovasi Publishing Indonesia.
- Kahfi, A. (2025). Revolusi Manajemen Dakwah : Integrasi Artificial Intelligence dalam Strategi Dakwah Kontemporer. *Journal Of Islamic Management*, 5(2), 1–7. https://doi.org/10.1007/978-3-031-38971-9_51-1
- Maulidi, S. S., Rosanti, A., Noermanias, N., & Siswanto, A. H. (2025). Reaktualisasi Sasaran Dakwah Di Era Digital: Pendekatan Interdisipliner Antara Ilmu Dakwah Dan Teknologi Informasi. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 734–738.
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika Dakwah di Media Digital : Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 316–336.
- Nawa, A. T. & Sari, Y. A. (2026). Strategi Adaptasi Pondok Pesantren dalam Mempersiapkan Sumber Daya Manusia Menghadapi Era Society 5.0. *LEARNING : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 188–198.
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 202–214.
- Rahmawati, F. D., & Iskandar, R. (2025). Membangun Kesadaran Kemanusiaan di Era Digital: Tantangan Literasi Digital dan Implementasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Nasional*, 2(2), 147–152. <https://ejournal.faaslibsmidia.com/index.php/complex/article/view/226>
- Rohmah, I. M., Hidayah, R., & Maulidah, Z. (2021). Analisis Efektivitas Pembayaran Zakat melalui Layanan Online Pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 478–490.
- Sasmita, A. P. D., Khafidhoh, A. N., Najikha, Z. S., & Aenurofiq. (2025). Peran Teknologi Big Data dalam Optimalisasi Perhitungan Zakat, Infaq, dan Wakaf. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 88–95.
- Setawati, R. & Nur, M. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia Da’i melalui Penguasaan Literasi Digital Dalam Pengembangan Dakwah Islam. *DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI*, 5(1), 1–11.
- Setyawati, N. & Woelandari, D. S. (2025). Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Penyusunan Grand Design. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(6), 45–59. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i6.6797>
- Sulaiman, Anton & Suseno, L. D. (2025). Transformasi Media Dakwah dari Konvensional ke Digital. *Isyikah: Jurnal Pemikiran Dan Studi Islam*, 10(2), 167–186.
- Sururi, Z. (2022). *Dakwah Literasi Digital: Studi Kasus Komunitas AISNU dalam Mereduksi Radikalisme*. UIN Sunan Kalijaga.
- Ula, S. N., & Muhid, A. (2025). Transformasi Dakwah Digital Melalui Kecerdasan Buatan: Sebuah Kajian Literatur. *Inteleksia: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*,

7(2), 217-236.

- Ulfa, M. (2024). Transformasi Komunikasi Dakwah dan Pengaruhnya terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim di Indonesia. *NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies*, 2(2), 385-399. <https://doi.org/10.63875/nahnu.v2i2.58>
- Zikri, M. R., Logawa, N. M., Putri, N. S., & Hidayat, O. R. F. (2025). Kualitas Pengelolaan dana ZIS oleh Lembaga ZISWAF: Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 233-244. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jemba.v2i3.911>