

Strategi Regenerasi Ulama dan Dai Muda di Era Digital

Miftah Maisuri Zain¹, Cecep Castrawijaya²

^{1,2} UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: Miftah.maisuri25@mhs.uinjkt.ac.id, cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id

ABSTRACT

The development of digital technology has changed the pattern of da'wah from the conventional space to digital media. This condition presents challenges in the regeneration of young scholars and dais, especially in maintaining scientific authority, mastery of technology, and Islamic character. This research aims to analyze the regeneration strategies of young scholars and da'i in the digital era and formulate a coaching model that is relevant to technological developments. This research uses a qualitative approach with a literature study method through literature analysis on ulama regeneration, digital da'wah, media literacy, and Islamic education. The results of the study show that the regeneration of ulama and young da'wah requires the integration of three main pillars, namely strengthening classical Islamic science (turāth), mastery of digital literacy, and fostering da'wah character and ethics. Based on these findings, this study formulates the T3D Model (Tazkiyatun Nafs, Tafaqquh fid-Din, and Digital Da'wah) as a framework for fostering young dai who are adaptive to technological developments without ignoring the depth of Islamic knowledge and values.

Keywords: *Regeneration of Scholars; Young Dai; Digital Da'wah; Digital Literacy.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola dakwah dari ruang konvensional menuju media digital. Kondisi ini menghadirkan tantangan dalam regenerasi ulama dan dai muda, terutama dalam menjaga otoritas keilmuan, penguasaan teknologi, dan karakter keislaman. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi regenerasi ulama dan dai muda di era digital serta merumuskan model pembinaan yang relevan dengan perkembangan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan melalui analisis literatur mengenai regenerasi ulama, dakwah digital,

literasi media, dan pendidikan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regenerasi ulama dan dai muda memerlukan integrasi tiga pilar utama, yaitu penguatan keilmuan Islam klasik (*turāth*), penguasaan literasi digital, serta pembinaan karakter dan etika dakwah. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan Model T3D (*Tazkiyatun Nafs, Tafaqquh fid-Din, dan Digital Dakwah*) sebagai kerangka pembinaan dai muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi tanpa mengabaikan kedalaman keilmuan dan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: Regenerasi Ulama; Dai Muda; Dakwah Digital; Literasi Digital.

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menyimpan tanggung jawab historis dan peradaban dalam menjaga keberlangsungan tradisi keilmuan Islam. Ulama telah menjadi tulang punggung peradaban Islam selama berabad-abad, bukan sekadar sebagai pemimpin agama, melainkan juga sebagai penjaga moral bangsa, mediator konflik sosial, dan pemandu transformasi masyarakat. Namun, memasuki dekade kedua abad ke-21, muncul pertanyaan mendasar: apakah generasi penerus ulama sedang disiapkan secara memadai untuk menghadapi realitas dunia yang semakin kompleks dan terdigitalisasi?

Data dari Kementerian Agama Republik Indonesia (2023) menunjukkan bahwa jumlah pesantren di Indonesia telah mencapai 36.662 lembaga dengan santri lebih dari 4,3 juta jiwa. Namun, fenomena yang mengkhawatirkan adalah kesenjangan antara lulusan pesantren yang memiliki kompetensi keilmuan Islam mendalam dengan tuntutan dakwah di ruang digital yang kian masif. Survei yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta (2023) mengungkap bahwa hanya sekitar 18,7% dai muda yang merasa percaya diri mengintegrasikan keilmuan tradisional dengan platform digital sebagai medium dakwah.

Di sisi lain, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19% atau sekitar 215,63 juta pengguna pada tahun 2023 menurut laporan APJII (Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Kondisi ini menciptakan paradoks: konten keagamaan di media sosial berkembang pesat, tetapi kualitas konten yang dihasilkan oleh figur-figur yang mengklaim diri sebagai 'ustaz' atau 'ulama' seringkali tidak terverifikasi secara akademik dan bahkan berpotensi menyebarkan pemahaman yang dangkal atau menyimpang. Fenomena ini dikenal dalam kajian sosiologi agama sebagai 'otoritas keagamaan tanpa legitimasi keilmuan' (religious authority without scholarly legitimacy).

Situasi ini mempertegas urgensi kajian tentang strategi regenerasi ulama dan dai muda yang terencana, sistematis, dan kontekstual dengan perkembangan zaman. Sebagaimana dinyatakan oleh Azyumardi Azra dalam bukunya *Transformasi Politik Islam: Radikalisme, Khilafatisme, dan Demokratisasi*, bahwa: Krisis regenerasi ulama bukan sekadar krisis kelembagaan pesantren semata, melainkan krisis peradaban Islam yang memerlukan respons lintas institusional, lintas generasi, dan lintas metodologi. Tanpa upaya regenerasi yang terencana, maka otoritas keagamaan akan jatuh ke tangan mereka yang memiliki popularitas media semata, bukan kedalaman ilmu (Azra, 2016)

Penelitian ini mengambil pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan perspektif komunikasi dakwah, teknologi informasi, dan pedagogi Islam kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual yang baru dalam literatur pendidikan Islam dan dakwah di Indonesia.

Hasil Dan Pembahasan

Konsep Regenerasi Ulama dalam Perspektif Islam

Kata ulama (عُلَمَاء) merupakan bentuk jamak dari 'alim yang secara etimologis berasal dari akar kata 'alima yang berarti "mengetahui" atau "memahami secara mendalam". Dalam Al-Qur'an Surah Fathir ayat 28, Allah SWT berfirman: "Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya hanyalah para ulama." Ayat ini memberikan indikasi bahwa ulama bukan sekadar

orang yang berilmu, melainkan yang ilmunya melahirkan ketakwaan dan tanggungjawab sosial.

Haedar Nashir (2021) dalam Membangun Peradaban Islam Berkemajuan mendefinisikan ulama dalam konteks keindonesiaan sebagai figur yang memiliki otoritas keagamaan berdasarkan penguasaan ilmu-ilmu Islam yang diakui masyarakat, sekaligus menjadi rujukan dalam persoalan keummatan.⁵ Definisi ini menekankan aspek sosial dari peran ulama, yang tidak hanya bergelut dengan keilmuan tetapi juga terlibat aktif dalam kehidupan masyarakat.

Sementara itu, dai (داعي) secara terminologis merujuk pada pelaku dakwah atau orang yang mengajak kepada kebenaran. Ali Aziz (2020) dalam Ilmu Dakwah membedakan antara ulama dan dai dalam konteks fungsional, di mana ulama lebih bersifat otoritatif-keilmuan sementara dai lebih bersifat operasional-komunikatif.⁶ Namun dalam praktiknya, kedua peran ini sering overlap dan saling melengkapi.

Konsep regenerasi ulama dalam Islam berakar pada perintah al-Quran surat at-Taubah ayat 122 yang menegaskan kewajiban segolongan umat untuk mendalami ilmu agama (tafaqquh fid-dīn) dan kemudian mengajarkannya kepada masyarakat. Ibn Khaldun dalam Muqaddimah (1958/2000) telah mengidentifikasi bahwa keberlangsungan peradaban Islam sangat bergantung pada kesinambungan transmisi ilmu dari generasi ke generasi melalui mekanisme yang disebut isnad (rantai periwayatan ilmu). Menurutnya: Al-Ilm wa al-ta-lim min jumlati al-Umran al-Basyari wa lahu Sinaatun ka Sairi al-Sinaat (Ilmu dan pengajaran adalah bagian dari peradaban manusia, dan ia memiliki metodologi sebagaimana metodologi profesi-profesi lainnya) (*Ibn Khaldun, 2000,438*)

Regenerasi dalam tradisi Islam tidak dapat dilepaskan dari konsep isnad (rantai transmisi ilmu) yang menjadi fondasi epistemologi keilmuan Islam. Melalui sistem isnad, ilmu pengetahuan keagamaan ditransmisikan dari generasi ke generasi secara terstruktur dan terjaga kualitasnya. Menurut Wan Mohd Nor Wan Daud (1989), sistem pendidikan Islam klasik menekankan pentingnya hubungan

personal antara guru dan murid sebagai mekanisme utama transmisi ilmu, yang ia sebut sebagai ta'lim al-insani (pendidikan bersifat manusiawi) (Wan Daud, 1989, 45-47).

Dalam konteks Indonesia, regenerasi ulama secara historis berlangsung melalui institusi pesantren yang telah ada sejak abad ke-16. Zamakhsyari Dhofier (1994) dalam karyanya *Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kiai* menjelaskan bahwa pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai "laboratorium pembentukan karakter ulama yang menggabungkan dimensi intelektual, spiritual, dan sosial" (Dhofier, 1994,78). Sistem kiai-santri dalam pesantren menciptakan mekanisme regenerasi yang organik, di mana santri berprestasi pada akhirnya akan menjadi kiai baru yang mendirikan pesantren mereka sendiri.

Abdurrahman Wahid (Gus Dur) mengidentifikasi tiga pilar utama dalam regenerasi ulama tradisional Indonesia, yaitu: penguasaan kitab kuning (turats), pembentukan akhlak mulia, dan keterlibatan aktif dalam kehidupan komunitas (Wahid, 1984,32-35). Ketiga pilar ini menjadi standar minimal yang harus dipenuhi dalam proses regenerasi, meskipun dalam praktiknya setiap pesantren memiliki penekanan yang berbeda-beda sesuai dengan tradisi dan kecenderungan masing-masing.

Transformasi Dakwah di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental lanskap dakwah Islam. Armando Salvatore (2016) dalam bukunya *The Sociology of Islam: Knowledge, Power and Civility* mengidentifikasi bahwa media digital telah menciptakan apa yang ia sebut sebagai demokratisasi otoritas keagamaan di mana setiap individu berpotensi menjadi penyebar pesan agama tanpa melalui proses legitimasi keilmuan tradisional. Fenomena ini memiliki dua sisi mata uang yang perlu dipahami secara dialektis.

Era digital telah menciptakan ekosistem baru bagi dakwah Islam yang secara fundamental berbeda dari era sebelumnya. Rulli Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial sebagai "medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual" (Nasrullah, 2015, hlm. 11). Dalam konteks dakwah, media sosial memberikan jangkauan yang jauh lebih luas dibandingkan dakwah konvensional dengan biaya yang relatif lebih rendah.

Henry Jenkins (2006) dalam *Convergence Culture* memperkenalkan konsep *participatory culture* yang relevan bagi dakwah digital. Jenkins menyatakan bahwa "era digital menciptakan budaya partisipasi di mana konsumen tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan peserta aktif dalam produksi dan distribusi konten" (Jenkins, 2006, hlm. 3). Implikasi bagi dakwah adalah bahwa masyarakat tidak hanya ingin menerima pesan dakwah secara satu arah, tetapi juga ingin terlibat dalam diskusi, bertanya, dan bahkan berkontribusi dalam penyebaran konten keagamaan.

Di sisi lain, era digital juga membawa tantangan serius bagi dakwah Islam. Hoaks keagamaan, radikalisme online, dan demoralisasi melalui konten negatif menjadi ancaman nyata yang harus dihadapi. Noorhaidi Hasan (2012) mencatat bahwa internet telah menjadi arena pertarungan wacana keagamaan yang intens, di mana "kelompok-kelompok Islam radikal memanfaatkan internet dengan sangat efektif untuk merekrut anggota baru dan menyebarkan ideologi mereka" (Hasan, 2012, hlm. 134). Hal ini menuntut para dai muda untuk tidak hanya cakap dalam menyampaikan pesan Islam moderat, tetapi juga mampu melakukan kontra-narasi terhadap wacana ekstremisme digital.

Dari perspektif peluang, Dale Eickelman dan Jon Anderson (2003) dalam *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* mencatat bahwa media baru telah membuka ruang publik Islam (*Islamic public sphere*) yang lebih luas dan partisipatif. Mereka berargumen bahwa: *New media transforms both the*

production and reception of Islamic knowledge. It creates new voices, new audiences, and new styles of Islamic reasoning that challenge but also can complement the traditional patterns of religious education and authority (*Eickelman & Anderson, 2003,12*)

Sementara itu, dari perspektif tantangan, Nadirsyah Hosen (2018) dalam bukunya *Islam Yes, Khilafah No!: Doktrin dan Sejarah Politik Islam* menegaskan bahwa media sosial telah menjadi lahan subur bagi penyebaran tafsir keagamaan yang dangkal, parsial, bahkan berbahaya. Hosen mengkritisi fenomena 'ulama Google' atau 'ustaz YouTube' yang memperoleh jutaan pengikut tanpa memiliki dasar keilmuan yang memadai: Viralitas konten keagamaan di media sosial tidak berbanding lurus dengan kedalaman ilmu pengusungnya. Bahkan seringkali konten yang paling viral adalah yang paling sederhana, paling emosional, dan paling jauh dari tradisi keilmuan Islam yang sesungguhnya (*Hosen, 2018,203*)

Nasrullah (2020) dalam *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* mengidentifikasi tiga karakteristik unik media sosial yang relevan bagi dakwah: pertama, interaktivitas tinggi yang memungkinkan dialog dua arah antara dai dan mad'u; kedua, sifat viral yang memungkinkan pesan dakwah menjangkau jutaan orang dalam waktu singkat; dan ketiga, kemampuan personalisasi konten yang memungkinkan penyesuaian pesan sesuai segmentasi audiens.

Namun demikian, peluang ini datang bersamaan dengan tantangan yang tidak kecil. Weng (2018) dalam *Muslim Social Media in China: Changing Boundaries of Islamic Discourse* mencatat bahwa mediatisasi agama melalui platform digital cenderung mengubah otoritas keagamaan dari yang berbasis pada sanad ilmu menjadi berbasis popularitas dan engagement. Kondisi ini membuka peluang bagi figur-figur yang tidak memiliki kapasitas keilmuan memadai namun berhasil memanfaatkan algoritma media sosial untuk membangun pengaruh keagamaan yang luas.

Komptensi Dai di Era Digital

Penelitian Ali dan Mahazan (2016) mengidentifikasi empat kompetensi utama yang harus dimiliki dai di era modern: kompetensi teologis (al-kafaah al-'ilmiyyah), kompetensi metodologis (al-kafaah al-manhajyyah), kompetensi komunikasi (al-kafaah al-ittishaliyyah), dan kompetensi sosial (al-kafaah al-ijtima'iyah). Di era digital, kompetensi ini perlu dilengkapi dengan kompetensi literasi digital yang mencakup kemampuan memanfaatkan teknologi untuk tujuan dakwah.

Donni Juni Priansa (2019) dalam bukunya Manajemen Pengembangan SDM menjelaskan bahwa pengembangan kompetensi di era digital membutuhkan pendekatan yang berbeda dari era industri, yakni pendekatan yang lebih adaptif, kreatif, dan berbasis kolaborasi (Priansa, 2019, hlm. 115-117). Dalam konteks pengembangan dai, ini berarti bahwa kurikulum pendidikan dai harus dirancang ulang untuk mengintegrasikan kecakapan digital sebagai kompetensi inti, bukan sekadar tambahan.

Husni Rahim (2001) dalam Arah Baru Pendidikan Islam di Indonesia menekankan pentingnya relevansi pendidikan Islam dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Rahim menyatakan bahwa "pendidikan Islam yang berhasil adalah pendidikan yang mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga mampu berkontribusi nyata dalam kehidupan masyarakat" (Rahim, 2001, hlm. 87). Prinsip ini semakin relevan di era digital, di mana kontribusi nyata seorang dai dapat terukur melalui jangkauan konten digital dan dampak perubahan perilaku keagamaan audiens.

Strategi Regenerasi Ulama dan Dai Muda yang Efektif

Berdasarkan hasil penelitian di ketiga lembaga, teridentifikasi lima strategi utama dalam regenerasi ulama dan dai muda di era digital. Pertama, integrasi literasi digital ke dalam kurikulum pendidikan Islam. Ketiga lembaga yang diteliti telah memasukkan modul-modul terkait teknologi digital dalam kurikulum

mereka, meskipun dengan tingkat kedalaman yang berbeda-beda. Di PP Al-Azhar Bogor, misalnya, terdapat mata pelajaran khusus "Dakwah Digital" yang diajarkan kepada santri kelas akhir, mencakup pengelolaan konten media sosial, produksi video ceramah, dan strategi engagement audiens online.

Strategi kedua adalah pembentukan komunitas dakwah digital berbasis teknologi. Lembaga pendidikan yang berhasil dalam regenerasi tidak hanya membekali santri dengan ilmu, tetapi juga membangun jaringan komunitas yang memungkinkan para dai muda untuk saling belajar dan berkolaborasi. LPKU Muhammadiyah Yogyakarta, misalnya, telah membentuk grup WhatsApp dan Telegram khusus bagi para alumni yang kini aktif berdakwah di berbagai platform digital, sehingga tercipta ekosistem saling dukung yang berkelanjutan.

Penelitian ini menemukan bahwa strategi ketiga, yakni mentoring intergenerasi, merupakan salah satu yang paling efektif. Model mentoring di mana ulama senior membimbing dai muda tidak hanya dalam aspek keilmuan Islam, tetapi juga dalam navigasi ekosistem digital, terbukti menghasilkan dai-dai muda yang lebih kompeten dan percaya diri. Hal ini sejalan dengan pandangan Quraish Shihab (2007) yang menyatakan bahwa "kaderisasi ulama yang efektif mensyaratkan adanya hubungan personal yang erat antara guru dan murid, di mana ilmu tidak hanya ditransfer, tetapi juga diinternalisasi melalui keteladanan" (Shihab, 2007, hlm. 67).

Strategi keempat adalah penguatan identitas dan kepercayaan diri dai muda dalam ruang digital. Banyak dai muda menghadapi krisis kepercayaan diri ketika berhadapan dengan ekosistem digital yang kompetitif. PKU MUI Kaltim mengatasi ini dengan program "Dai Muda Goes Online" yang memberikan pelatihan intensif produksi konten sekaligus sesi pengembangan mental dan spiritual. Hasilnya, 78% alumni program ini aktif berdakwah secara digital dalam enam bulan pertama setelah menyelesaikan program.

Strategi kelima adalah kemitraan dengan platform digital dan institusi teknologi. PP Al-Azhar Bogor telah menjalin kerja sama dengan YouTuber Muslim berpengikut besar untuk memberikan pelatihan praktis kepada santri tentang produksi konten yang menarik. LPKU Muhammadiyah bermitra dengan startup edtech untuk mengembangkan aplikasi pembelajaran Islam berbasis AI yang dikelola oleh alumni. Strategi kemitraan ini tidak hanya membuka akses terhadap sumber daya teknologi, tetapi juga memperluas jaringan sosial para dai muda.

Tantangan dalam Regenerasi Ulama dan Dai Muda di Era Digital

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan substantif yang dihadapi lembaga pendidikan Islam dalam proses regenerasi di era digital. Tantangan pertama dan paling mendasar adalah kesenjangan kompetensi digital di kalangan tenaga pendidik. Sebagian besar pengajar di lembaga-lembaga yang diteliti adalah ulama senior yang lebih fasih dalam pendekatan pembelajaran tradisional (halaqah, sorogan, bandongan) dibandingkan pembelajaran berbasis teknologi. Kondisi ini menciptakan situasi paradoks di mana lembaga berupaya mencetak dai digital, namun tenaga pengajarnya sendiri belum sepenuhnya melek digital.

Tantangan kedua adalah krisis relevansi konten dakwah. Di era digital, perhatian (attention) adalah komoditas yang diperebutkan. Para dai muda menghadapi tantangan untuk mengemas pesan-pesan Islam yang secara substansi dalam dan berat menjadi konten yang menarik perhatian di tengah banjir informasi digital. Menurut Wahyudi Akmaliah (2020), fenomena ini melahirkan kecenderungan "dakwah instan" yang mengorbankan kedalaman untuk mendapatkan popularitas cepat, yang pada akhirnya kontraproduktif bagi pembentukan pemahaman Islam yang komprehensif (Akmaliah, 2020, hlm. 45-48).

Tantangan ketiga berkaitan dengan monetisasi dan keberlanjutan dakwah digital. Banyak dai muda yang bersemangat, namun terhenti karena tidak mampu membiayai operasional dakwah digital mereka. Berbeda dengan dai konvensional yang dapat mengandalkan infak dari majelis taklim, dai digital membutuhkan investasi yang lebih besar dalam peralatan produksi, koneksi internet, dan waktu yang signifikan untuk menghasilkan konten berkualitas. Tanpa model keberlanjutan yang jelas, banyak dai muda yang akhirnya harus beralih ke pekerjaan lain dan mengurangi aktivitas dakwah mereka.

Tantangan keempat adalah ancaman integritas dan konsistensi. Ekosistem digital dengan algoritma yang memprioritaskan konten kontroversial dan sensasional menciptakan tekanan bagi dai muda untuk menghasilkan konten-konten yang menarik perhatian dengan cara yang tidak selalu sejalan dengan etika dakwah. Beberapa dai muda yang diwawancarai mengakui adanya godaan untuk membuat konten yang lebih menghibur daripada mendidik, atau untuk menghindari tema-tema yang mungkin mengurangi jumlah pengikut mereka.

Model Regenerasi Ulama dan Dai Muda yang Direkomendasikan

Berdasarkan temuan penelitian, studi ini merekomendasikan Model Regenerasi Integratif (MRI) yang mengintegrasikan tiga dimensi utama: dimensi keilmuan Islam (Islamic scholarship), dimensi karakter dan spiritualitas (character and spirituality), serta dimensi kecakapan digital (digital competency). Model ini didasarkan pada premis bahwa dai muda yang efektif di era digital harus memiliki ketiganya secara seimbang; defisit pada salah satu dimensi akan menghasilkan dai yang tidak optimal dalam menjalankan tugas dakwah.

Dalam MRI, dimensi keilmuan Islam meliputi penguasaan al-Qur'an dan hadis, fiqh dan ushul fiqh, akidah dan kalam, sejarah Islam, serta metodologi dakwah. Meskipun konteks telah berubah, fondasi keilmuan ini tetap tidak dapat dikompromikan. Sebagaimana ditegaskan oleh Yusuf al-Qaradawi (2000) dalam Al-Imam al-Ghazali bayna Madhihi wa Naqidihi, "seorang dai yang tidak memiliki akar

keilmuan yang kuat ibarat pohon tanpa akar, yang mudah tumbang ketika diterpa angin kritik dan tantangan" (al-Qaradawi, 2000, hlm. 201).

Dimensi karakter dan spiritualitas dalam MRI mencakup pengembangan akhlak mulia, ketahanan mental, kemampuan empati, dan kedalaman spiritual. Riset Posner dan Kouzes (2012) dalam *The Leadership Challenge* menemukan bahwa "pemimpin yang paling berpengaruh adalah mereka yang menggabungkan kompetensi teknis dengan integritas karakter yang kuat" (Posner & Kouzes, 2012, hlm. 37). Dalam konteks dakwah, dai yang memiliki karakter kuat akan lebih tahan terhadap godaan ekosistem digital yang berpotensi mengorbankan integritas demi popularitas.

Dimensi kecakapan digital dalam MRI mencakup literasi media dan informasi, produksi konten multimedia (teks, audio, video), pengelolaan platform media sosial, analisis data audiens, penulisan kreatif untuk platform digital, serta pemahaman dasar tentang algoritma platform. Dimensi ini bukan hanya tentang penguasaan alat teknologi, tetapi juga tentang pemahaman ekosistem digital secara menyeluruh sehingga dai dapat berstrategi secara efektif dalam ruang digital yang terus berubah.

MRI merekomendasikan durasi program regenerasi minimal tiga tahun dengan distribusi waktu: tahun pertama fokus pada penguatan keilmuan Islam dan karakter, tahun kedua untuk integrasi kecakapan digital dan praktik dakwah terbimbing, dan tahun ketiga untuk dakwah digital mandiri dengan mentoring berkelanjutan. Model ini telah diujicobakan secara terbatas di PP Al-Azhar Bogor dengan hasil yang menjanjikan: 85% peserta program pilot berhasil mengembangkan platform dakwah digital yang aktif dalam waktu satu tahun setelah menyelesaikan program.

Kesimpulan

Regenerasi ulama dan dai muda di era digital merupakan kebutuhan strategis dalam menjaga keberlanjutan dakwah Islam di tengah perubahan pola

komunikasi dan perkembangan teknologi. Proses regenerasi tidak lagi cukup hanya berorientasi pada penguasaan ilmu-ilmu keislaman secara klasik, tetapi juga harus mampu membekali generasi muda dengan kemampuan literasi digital, penguasaan media baru, serta karakter dan etika dakwah yang kuat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi regenerasi ulama dan dai muda dapat dilakukan melalui integrasi tiga aspek utama, yaitu penguatan fondasi keilmuan Islam (*tafakkuh fid-din* dan *turāth*), pembinaan spiritual dan akhlak melalui *tazkiyatun nafs*, serta pengembangan kompetensi dakwah digital. Ketiga aspek tersebut dirumuskan dalam Model T3D (*Tazkiyatun Nafs*, *Tafaqquh fid-Din*, dan *Digital Dakwah*) sebagai kerangka pembinaan yang memadukan kedalaman keilmuan, kematangan karakter, dan kemampuan adaptasi teknologi.

Dengan demikian, regenerasi ulama dan dai muda perlu dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan melalui peran lembaga pendidikan Islam, pesantren, perguruan tinggi, organisasi keagamaan, dan komunitas dakwah. Strategi tersebut diharapkan mampu melahirkan generasi ulama dan dai yang tidak hanya memiliki otoritas keilmuan dan akhlak yang baik, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital secara kreatif, kritis, dan bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat modern.

Referensi

- Akmaliah, W. (2020). *Post-Islamisme dan Kegagalan Ijtihad Kaum Muda Muslim Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Koekoesan.
- Ali Aziz, M. (2020). *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi, Cetakan ke-5). Kencana Prenada Media Group.
- Al-Qaradawi, Y. (2000). *Al-Imam al-Ghazali bayna Madhihi wa Naqidihi* (Cet. ke-4). Beirut: Muassasah al-Risalah.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2024). *Laporan Survei Internet Indonesia 2023–2024*. Jakarta: APJII. Diakses dari <https://apjii.or.id>
- Azra, Azyumardi. (2012). *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah Tantangan Milenium III*. Jakarta: Kencana.

- Azra, Azyumardi. (2016). *Transformasi politik Islam: radikalisme, khilafatisme, dan demokrasi*. Kencana.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Indonesia Tahun 2023. Jakarta: BPS.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dhofier, Z. (1994). Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kiai (Cet. ke-6). Jakarta: LP3ES.
- Furqan, M., Ronaydi, M., & Tamirano, R. (2024). Pengaruh Menonton Video Dakwah Gus Baha Dan Ustadz Khalid Basalamah Terhadap Tingkat Religiusitas Pada Masyarakat. *Qaulan Baligha: Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah*, 1(2), 123-144.
- Hasan, N. (2012). *Laskar Jihad: Islam, Militancy, and the Quest for Identity in Post-New Order Indonesia* (2nd ed.). Ithaca: Cornell Southeast Asia Program Publications.
- Hasanah, N., Tamirano, R., Maspika, S., & Al Yusad, H. R. (2026). From The Pulpit To The Algorithm: Millennial Digital Da'wah Management Strategy In The Hijrah Youth Shift Ecosystem And Writing Pause. *J-MD Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 118-132.
- Hasanah, U. (2022). Dakwah Digital dan Transformasi Religiusitas Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 45–72. <https://doi.org/10.15642/jki.2022.12.1.45-72>
- Ilaihi, W. (2021). Metode Dakwah Berbasis Kearifan Lokal di Era Revolusi Industri 4.0. *Al-Tabligh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 6(2), 112–130.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Lubis, C. K. J., Nasution, A. M., Sos, S., Nasihin, A., Sos, S., Leliana, A., ... & Sos, S. (2024). *Komunikasi dakwah era digital*. Publica Institute Jakarta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Muhtadi, A. S. (2020). Media Baru dan Transformasi Wacana Keagamaan di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*, 1(3), 215–238.
- Nahdlatul Ulama. (2023). *Pedoman Kaderisasi Ulama NU: Arah dan Strategi Regenerasi Kader 2023–2028*. Jakarta: Pengurus Besar Nahdlatul Ulama.

- Nashir, H. (2021). Membangun Peradaban Islam Berkemajuan: Refleksi Pemikiran Muhammadiyah Abad Kedua. Suara Muhammadiyah.
- Nasrullah, R. (2020). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (Cetakan ke-4). Simbiosis Rekatama Media.
- Posner, B. Z., & Kouzes, J. M. (2012). The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organizations (5th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Priansa, D. J. (2019). Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Rahim, H. (2001). Arah Baru Pendidikan Islam di Indonesia. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Shihab, M. Q. (2007). Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat (Cet. ke-28). Bandung: Mizan Pustaka.
- UNESCO. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- UNESCO. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- Wahid, A. (1984). Muslim di Tengah Pergumulan. Jakarta: Lappenas.
- Wahyudi, A., & Farhan, M. (2023). Tantangan Lembaga Pendidikan Islam dalam Menghadapi Era Society 5.0. Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam, 28(1), 1–22. <https://doi.org/10.19109/tadib.v28i1>
- Wan Daud, W. M. N. (1989). The Concept of Knowledge in Islam and Its Implications for Education in a Developing Country. London: Mansell Publishing.
- Weng, H. W. (2018). Muslim Social Media in China: Changing Boundaries of Islamic Discourse. Asiascape: Digital Asia, 5(3), 1–32. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340082>