

# Tantangan dan Peluang Dakwah Hijau di Era Digital: Studi Kualitatif pada Komunitas Muslim

Aris Sarjito

Program Studi Manajemen Pertahanan, Fakultas Manajemen Pertahanan  
Universitas Pertahanan Republik Indonesia

[arissarjito@gmail.com](mailto:arissarjito@gmail.com)

## Abstrak

Dakwah hijau merupakan pendekatan dakwah Islam yang menekankan pentingnya pelestarian lingkungan hidup sebagai bagian dari amanah khalifah fil-ardh. Di tengah percepatan era digital, komunitas Muslim milenial memiliki akses dan potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan ekologis berbasis nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan dan peluang dakwah hijau dalam konteks media digital, dengan fokus pada komunitas Muslim milenial. Metode penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, menggunakan data sekunder berupa artikel ilmiah, laporan NGO, dokumentasi digital, dan hasil survei nasional. Temuan menunjukkan bahwa media digital memudahkan penyebaran pesan ekoteologis, namun menghadapi tantangan dalam bentuk misinformasi, keterbatasan literasi lingkungan, dan dominasi konten konsumtif. Di sisi lain, peluang muncul dalam bentuk jejaring komunitas online, kampanye sosial kreatif, dan dakwah berbasis visual. Studi ini merekomendasikan strategi dakwah yang lebih adaptif, kolaboratif, dan kontekstual dengan karakter generasi milenial digital.

**Kata kunci:** dakwah hijau; ekologi Islam; generasi digital; media digital; Muslim milenial

## Abstract

*Green da'wah is an Islamic preaching approach that emphasizes the importance of environmental conservation as part of the khalifah fil-ardh (vicegerency on earth) mandate. Amid the rapid advancement of the digital era, millennial Muslim communities have vast access and potential to convey ecological messages grounded in Islamic values. This study aims to explore the challenges and opportunities of green da'wah within the context of digital media, focusing on millennial Muslim communities. The research adopts a descriptive qualitative*

*method using secondary data, including scholarly articles, NGO reports, digital documentation, and national surveys. The findings reveal that digital media facilitates the dissemination of eco-theological messages, yet faces challenges such as misinformation, limited environmental literacy, and the dominance of consumer-driven content. Conversely, opportunities arise through online community networks, creative social campaigns, and visually driven da'wah. The study recommends a more adaptive, collaborative, and context-sensitive da'wah strategy tailored to the characteristics of digital-native Muslim millennials.*

**Keywords:** *digital generation; digital media; green da'wah; Islamic ecology; millennial Muslims*

## PENDAHULUAN

Dunia Islam saat ini berada di titik kritis yang menuntut refleksi dan *respon* baru, khususnya dalam dua medan utama: krisis lingkungan hidup dan transformasi dakwah di era digital. Krisis iklim, degradasi hutan, kelangkaan air bersih, serta peningkatan emisi karbon bukan hanya ancaman ekologis, melainkan juga tantangan teologis bagi umat Islam sebagai khalifah di muka bumi. Perintah untuk menjaga bumi bukanlah sekadar narasi spiritual, tetapi mandat yang tertulis dalam berbagai ayat *al-Qur'an* dan *hadits* Nabi, yang mengisyaratkan pentingnya harmoni antara manusia dan alam (Khalid & Fansuri, 2025; Siswoyo, 2023).

Secara bersamaan, era digital menghadirkan lanskap baru dalam komunikasi keagamaan. Generasi Muslim milenial kini hidup di tengah arus informasi tanpa batas. *Platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* menjadi kanal utama dalam membentuk persepsi keagamaan, menggantikan peran mimbar-mimbar konvensional (Pratama et al., 2024; Rustandi, 2020). Namun, akses yang luas terhadap informasi tidak selalu menjamin kualitas pemahaman keislaman yang mendalam, apalagi dalam isu kompleks seperti lingkungan hidup.

Fenomena "dakwah hijau" (*green da'wah*) menjadi bentuk baru dari praksis dakwah yang berorientasi pada pelestarian alam, sebagai pengejawantahan ajaran Islam tentang keberlanjutan dan tanggung jawab sosial-ekologis. Nasoha et al. (2025) mencatat bahwa dakwah yang mengangkat tema lingkungan mulai mendapat ruang di media digital, terutama sejak munculnya kampanye sosial-

ekologis seperti #SedekahOksigen atau gerakan bersih-bersih sungai yang dilakukan oleh komunitas Muslim muda.

Namun demikian, ada jurang pemahaman yang cukup lebar antara nilai-nilai Islam tentang lingkungan yang termuat dalam teks klasik dan praktik dakwah di dunia digital. Banyak konten dakwah masih berkuat pada tema-tema normatif yang repetitif, dan tidak menyentuh isu-isu aktual seperti krisis iklim, sampah plastik, atau kesenjangan ekologi antar wilayah. Bahkan, sebagian besar *influencer* dakwah digital lebih fokus pada estetika visual, hijrah gaya hidup, atau konten "*clickbait religius*" yang viral tetapi dangkal secara substansi (Fajrussalam et al., 2022; Firdaus et al., 2025).

Dalam konteks ini, komunitas Muslim milenial tampil sebagai aktor yang sangat strategis. Mereka tidak hanya konsumen informasi, tetapi juga kreator narasi. Mereka hidup di antara dilema spiritual dan tantangan ekologis, serta memiliki potensi untuk menjembatani keduanya melalui pendekatan dakwah yang lebih relevan dan bumi. Beberapa pesantren bahkan mulai merancang kurikulum "ekoteologi Islam" dan kegiatan praktik lingkungan hidup yang didukung secara digital (Siswoyo, 2023).

Sayangnya, literasi lingkungan di kalangan dai digital masih tergolong rendah, dan belum banyak inisiatif dakwah yang secara sadar mengintegrasikan prinsip-prinsip ekologi Islam dalam narasi dakwahnya. Studi oleh Maulidya et al. (2025) mengungkap bahwa rendahnya literasi digital ekologis di kalangan generasi Z dan milenial Muslim menyebabkan mereka rentan terhadap misinformasi, dan cenderung abai terhadap konten dakwah yang mengajak pada kesadaran ekologis yang serius.

Di sinilah kebaruan artikel ini hadir. Penelitian ini tidak bermaksud menciptakan teori dakwah baru, melainkan menjembatani dua arus besar, teologi lingkungan dalam Islam dan transformasi dakwah digital, dalam konteks komunitas Muslim milenial yang hidup dalam budaya platform. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis data sekunder, seperti artikel jurnal ilmiah,

laporan LSM, dokumentasi kampanye sosial digital, dan laporan survei nasional. Dengan metode ini, artikel ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis:

1. Tantangan utama dakwah hijau di media digital, termasuk dinamika konten, karakter *audiens*, dan narasi lingkungan yang berkembang.
2. Peluang dan strategi yang dapat dimanfaatkan oleh komunitas Muslim milenial untuk mengembangkan dakwah ekologis yang kontekstual.
3. Rekomendasi praktis bagi pegiat dakwah, akademisi, dan aktivis Muslim untuk memperkuat peran Islam dalam isu-isu lingkungan kontemporer melalui media digital.

Dengan demikian, artikel ini ingin mengisi ruang kosong dalam literatur dakwah kontemporer yang belum banyak mengeksplorasi secara serius relasi antara ajaran Islam tentang lingkungan, dinamika media digital, dan kontribusi milenial Muslim dalam menjaga bumi. Harapannya, temuan dari studi ini dapat berkontribusi pada pengembangan paradigma dakwah Islam yang lebih responsif, kolaboratif, dan transformatif terhadap tantangan zaman.

## PEMBAHASAN

### DAKWAH HIJAU DAN GENERASI MUSLIM MILENIAL

Fenomena keterlibatan generasi muda Muslim dalam isu-isu lingkungan menunjukkan geliat spiritualitas baru yang berbasis aksi sosial. Generasi milenial Muslim, khususnya di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara, dikenal sebagai *digital-native* dengan tingkat akses informasi tinggi. Namun, yang menarik adalah keterbukaan mereka terhadap tema keagamaan yang tidak hanya ritualistik, tetapi juga relevan secara sosial dan ekologis.

Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai partisipasi generasi milenial Muslim dalam ranah dakwah digital dan isu lingkungan, berikut disajikan data dari beberapa survei nasional dan studi literatur.

**Tabel 1. Keterlibatan Muslim Milenial dalam Dakwah Digital dan Isu Lingkungan**

Jenis Aktivitas Digital	Persentase Responden (%)	Sumber Data
Mengikuti konten keagamaan di media sosial	68%	Alvara Research (2022)
Pernah mendukung kampanye lingkungan berbasis agama	34%	Alvara Research (2022)
Mengikuti akun Muslim <i>influencer</i> peduli lingkungan	27%	Survey Yasya
Mengikuti kajian digital bertema ekologi Islam	19%	Sarkar et al. (2021)

Sumber: Alvara Research (2022), Yasya et al. (2021), Sarkar et al. (2021)

Dari data tersebut tampak bahwa meskipun mayoritas Muslim milenial telah terpapar konten dakwah digital, integrasi antara keislaman dan kesadaran lingkungan masih belum dominan. Hal ini menunjukkan pentingnya memperluas dan memperdalam konten dakwah hijau agar mampu menyentuh aspek spiritual dan aksi sosial secara simultan.

Menurut riset Alvara Research (2022), sekitar 68% Muslim milenial Indonesia aktif mengonsumsi konten religius melalui media sosial, dan lebih dari 30% mengaku pernah mengikuti atau mendukung kampanye keagamaan yang bertema lingkungan. Studi oleh Sarkar et al. (2021) di *Journal of Islamic Marketing* menguatkan temuan ini, bahwa generasi milenial Muslim memiliki preferensi terhadap bentuk dakwah yang bersifat aplikatif, kontekstual, dan inspiratif, termasuk dalam hal kepedulian terhadap lingkungan hidup.

Fenomena ini juga diperkuat oleh hasil studi Alibašić (2023) yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan minat di kalangan anak muda Muslim terhadap narasi Islam yang mengangkat nilai-nilai keberlanjutan dan keseimbangan ekosistem. Dalam konteks ini, *dakwah hijau*, yaitu penyebaran ajaran Islam yang mendorong cinta terhadap alam dan perlindungan lingkungan, menemukan momentumnya.

Meski belum arus utama, beberapa komunitas Muslim muda seperti *Green Halaqah*, *Eco-Moslem Community*, atau Hijrah Bumi mulai menampilkan wajah baru dakwah Islam yang lebih membumi dan bersentuhan langsung dengan realitas ekologis. Kampanye digital mereka banyak mengangkat tema seperti sedekah oksigen (menanam pohon), jihad lingkungan (pengelolaan sampah), dan spiritualitas hijau (keterhubungan rohani dengan alam).

Lebih dari sekadar tren, hal ini mencerminkan transformasi paradigma keagamaan di kalangan milenial, dari sekadar simbolisme menuju keberagamaan yang berdampak sosial dan ekologis (Zaid et al., 2022). Mereka tidak hanya ingin menjadi Muslim yang taat secara individual, tetapi juga menjadi agen perubahan yang membawa nilai-nilai Islam ke ranah sosial, termasuk isu iklim dan keberlanjutan.

## TANTANGAN DAKWAH HIJAU DIGITAL

Meskipun potensi dakwah hijau di era digital sangat besar, sejumlah tantangan struktural dan kultural masih menghambat efektivitas penyebaran nilai-nilai ekologis berbasis Islam. Tantangan ini bersifat multidimensi, mencakup aspek konten, kompetensi dai, hingga dinamika *audiens* digital.

Untuk mengidentifikasi hambatan yang paling dominan dalam pengembangan dakwah hijau berbasis digital, berikut ringkasan tiga tantangan utama yang muncul dari analisis data sekunder.

**Tabel 2. Tantangan Utama Dakwah Hijau Digital**

Tantangan Utama	Deskripsi Ringkas
Reduksi Nilai Spiritualitas	Konten cepat saji cenderung mengorbankan kedalaman makna teologis dakwah hijau
Rendahnya Literasi Ekologi-Islami	Banyak dai dan konten kreator belum paham prinsip ekoteologi dalam Islam
Fragmentasi Komunitas dan Algoritma Sosial Media	Komunitas terbagi dan pesan dakwah mudah terkubur dalam tren viral yang dangkal

Sumber: Batubara et al. (2022), Din et al. (2019), Saeed et al. (2023)

Tabel tersebut memperjelas bahwa kendala dakwah hijau bukan hanya soal teknis komunikasi digital, tetapi lebih dalam terkait substansi pesan, kapasitas intelektual dai, dan algoritma digital yang tidak selalu mendukung konten edukatif atau reflektif.

### **Reduksi Nilai Spiritualitas dalam Format Cepat Saji**

Era media sosial menuntut konten dakwah untuk dikemas dalam format yang cepat, singkat, dan menarik secara visual. Platform seperti *TikTok* atau *Instagram Reels* mendorong narasi religius menjadi konten pendek yang mudah dibagikan, tetapi sering kali kehilangan kedalaman spiritual atau substansi teologis yang mendalam.

Hal ini mengakibatkan reduksi nilai dalam dakwah hijau: isu lingkungan yang seharusnya dikaji dalam perspektif maqashid syariah dan tanggung jawab khalifah *fil ardh* justru menjadi sekadar slogan atau *caption* inspiratif.

Penelitian oleh Batubara et al. (2022) dalam *Heliyon* menunjukkan bahwa konten keagamaan yang disesuaikan dengan algoritma media sosial cenderung mengalami “pendangkalan pesan” (*message dilution*), terutama jika pembuat kontennya tidak memiliki latar belakang keilmuan Islam yang memadai. Ini menjadi ironi, karena niat menyebarkan nilai Islam bisa gagal ketika terlalu dikompromikan demi daya tarik visual.

### **Minimnya Pemahaman Teologis Ekologis**

Kendala besar lain adalah rendahnya pemahaman para dai atau *influencer* Muslim tentang ekologi Islam sebagai bagian integral dari teologi. Banyak yang menyampaikan pesan-pesan kebaikan tanpa menyadari bahwa konsep seperti *tawazun* (keseimbangan), *mizan* (timbangan), dan *fasad fil ardh* (kerusakan di bumi) merupakan prinsip Islam yang sangat relevan untuk dijadikan dasar dakwah hijau.

Din et al. (2019), dalam studi mereka di *International Journal of Ethics and Systems*, menekankan pentingnya integrasi prinsip-prinsip etika Islam dengan kesadaran lingkungan dalam kurikulum dakwah dan pendidikan Islam. Namun kenyataannya, mayoritas lembaga dakwah belum memasukkan isu lingkungan secara sistematis dalam program mereka.

### **Fragmentasi Komunitas Online**

Dakwah digital, meskipun memiliki jangkauan luas, juga sangat terfragmentasi. Setiap komunitas atau *influencer* memiliki basis *audiens* tersendiri, dan tidak jarang terjadi “*echo chamber*” di mana narasi hanya beredar dalam lingkup kelompok tertentu tanpa interaksi lintas komunitas. Ini menyulitkan terbentuknya gerakan dakwah hijau yang bersifat kolektif dan terkoordinasi.

Alih-alih memperkuat solidaritas ekologis, dakwah digital sering kali justru menumbuhkan polarisasi, terutama jika isu lingkungan dibingkai dengan narasi politis atau ideologis yang memecah belah. Hal ini diamini oleh studi Saeed et al. (2023) dalam *Journal of Cleaner Production*, yang menyebut bahwa komunikasi lingkungan yang tidak sensitif terhadap identitas kultural audiens justru berpotensi memicu resistensi.

### **PELUANG DAKWAH HIJAU DIGITAL**

Di balik berbagai tantangan yang telah diuraikan sebelumnya, era digital juga menghadirkan peluang besar bagi pengembangan dakwah hijau yang lebih adaptif, kreatif, dan berbasis komunitas. Beberapa peluang penting dapat ditinjau dari segi format komunikasi, aktor yang terlibat, serta ruang baru bagi kolaborasi lintas sektor.

### **Kampanye Sosial Digital Bertema Islam dan Lingkungan**

Munculnya kampanye daring bertema Islam dan lingkungan seperti #SedekahOksigen, #HijrahBumi, dan #GreenRamadhan menjadi indikator positif dari lahirnya kesadaran kolektif akan pentingnya pelestarian lingkungan dalam

bingkai religius. Kampanye ini tidak hanya memanfaatkan kekuatan media sosial, tetapi juga membangun jejaring solidaritas ekologis antar-komunitas Muslim.

Studi terbaru dari Qureshi et al. (2023) dalam *Journal of Islamic Marketing* menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen Muslim dalam gerakan sosial berbasis nilai Islam sangat tinggi ketika kampanye disampaikan dengan pendekatan emosional, visual, dan berbasis tindakan nyata (*action-driven*). Kampanye seperti #GreenRamadhan yang mengajak umat Islam untuk mengurangi sampah selama bulan suci, berhasil membentuk perubahan perilaku nyata di beberapa komunitas urban Muslim di Malaysia dan Indonesia.

### **Peran *Influencer* Muslim Peduli Lingkungan**

Keberadaan *influencer* Muslim yang aktif menyuarakan isu lingkungan melalui kanal *YouTube*, *TikTok*, atau Instagram memberikan warna baru dalam dakwah Islam kontemporer. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan-pesan spiritual, tetapi juga memperkenalkan gaya hidup berkelanjutan seperti *zero-waste*, *eco-fashion*, hingga praktik ramah lingkungan dalam ibadah.

Menurut Sharma et al. (2024) dalam *Information Development*, *influencer* keagamaan memiliki kekuatan *soft power* yang sangat besar dalam membentuk opini publik digital. Jika mereka memiliki orientasi ekologis, maka pengaruhnya bisa sangat signifikan dalam memperluas jangkauan dakwah hijau, terutama di kalangan generasi muda Muslim yang tidak lagi terikat pada otoritas keagamaan formal.

Contoh nyata dapat dilihat dari tokoh-tokoh seperti “Ustadz Hijau” atau aktivis Muslimah seperti Ayu Pratiwi yang rutin mengunggah konten seputar Islam dan alam, dengan pendekatan ringan namun substantif. Kolaborasi antara *influencer* dan komunitas lingkungan dapat memperkuat pesan-pesan keislaman yang membumi dan kontekstual.

### **Narasi Visual dan Potensi *Storytelling* Digital**

Platform media sosial seperti Instagram dan *YouTube* memberikan ruang besar bagi dakwah visual yang menggabungkan teks-teks keislaman dengan infografik, fotografi alam, dan video edukatif yang menonjolkan hubungan antara Islam dan lingkungan. Dakwah visual semacam ini lebih mudah diterima, terutama oleh generasi milenial dan Z yang terbiasa mengonsumsi informasi secara visual.

Dakwah berbasis *visual storytelling* juga memiliki kemampuan menggugah emosi dan empati *audiens*. Dalam studi oleh Efendi et al. (2023) di *Jurnal Komunikasi Islam*, konten visual bertema “keindahan ciptaan Allah” dan “dosa merusak bumi” lebih efektif dalam menyentuh kesadaran ekologis dibandingkan ceramah konvensional berbasis teks semata.

Dengan demikian, peluang dakwah hijau digital tidak hanya terletak pada jangkauan medianya, tetapi juga pada kekuatan format dan kreativitas penyampaiannya.

### STRATEGI KONTEKSTUALISASI DAKWAH HIJAU

Agar dakwah hijau tidak hanya menjadi narasi sesaat yang viral, dibutuhkan strategi jangka panjang yang berbasis pada kontekstualisasi dakwah secara sosial, ekologis, dan digital. Pendekatan ini menuntut adanya pemahaman lintas disiplin, agama, teknologi, dan lingkungan, serta keberanian untuk bereksperimen dengan model dakwah baru yang lebih responsif terhadap tantangan zaman.

Merespons tantangan tersebut, sejumlah strategi adaptif telah diusulkan oleh berbagai akademisi dan praktisi. Ringkasan berikut menyajikan strategi kunci yang dapat dijalankan secara sinergis oleh pelaku dakwah digital.

**Tabel 3. Strategi Kontekstualisasi Dakwah Hijau di Era Digital**

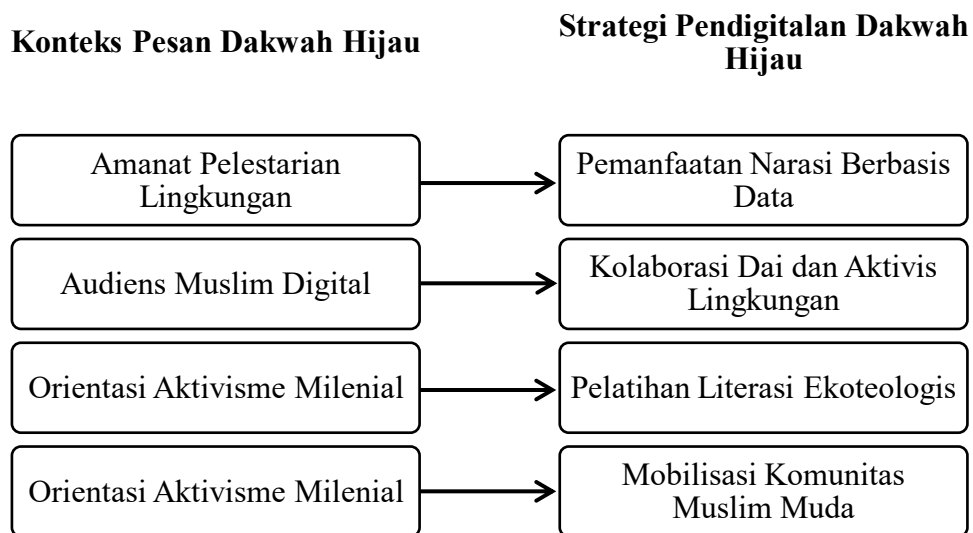
Strategi	Tujuan Strategis	Contoh Implementasi
Dakwah Visual Berbasis Data	Menyampaikan dakwah ilmiah dan emosional secara visual	Infografik ayat-iklim, video reflektif

Kolaborasi Dai dan Aktivistis Lingkungan	Integrasi narasi spiritual dan aksi ekologis	Ceramah bersama, <i>live IG</i> , aksi tanam pohon
Pelatihan Literasi Digital dan Ekologi untuk Dai Muda	Meningkatkan kapasitas substansi dan teknis dai digital	<i>Workshop</i> pesantren, modul ekoteologi
Mobilisasi Komunitas Akar Rumput	Mendorong dampak dakwah hijau di lapangan	<i>Santripreneur</i> hijau, komunitas masjid lestari

Sumber: *Thoriquttyas et al. (2023), Hekmatpour (2020)*

Dari strategi di atas, tampak bahwa keberhasilan dakwah hijau digital memerlukan pendekatan kolaboratif dan interdisipliner. Kombinasi antara pendekatan visual, edukasi, dan aksi nyata akan meningkatkan relevansi serta daya pengaruh pesan Islam terhadap persoalan ekologis kontemporer.

Untuk memperjelas keterkaitan antara konteks pesan dakwah hijau dengan pendekatan strategis di ranah digital, berikut disajikan diagram alir yang merangkum transisi pemikiran dari fondasi dakwah ekologis menuju aksi dakwah digital yang adaptif.



**Gambar 1. Konteks dan Strategi Pendigitalan Dakwah Hijau**

Sumber: *Syeed (2022)*, dengan modifikasi dan pengembangan oleh penulis.

Gambar ini merangkum faktor utama yang membentuk ekosistem dakwah hijau digital serta strategi yang relevan sesuai riset (Syeed, 2022).

Gambar tersebut mengilustrasikan bahwa strategi dakwah hijau digital bukan dimulai dari ruang hampa, tetapi merupakan respons langsung terhadap konteks zaman, yaitu kewajiban pelestarian lingkungan, transformasi media dakwah, dan keterlibatan generasi muda. Dengan memahami alur ini, setiap aktor dakwah bisa merancang pendekatan yang lebih tepat sasaran dan berdampak.

### **Pengembangan Dakwah Visual Berbasis Data**

Salah satu strategi penting adalah merancang konten dakwah hijau yang berbasis data saintifik dan terjemahan teologis. Misalnya, memadukan ayat-ayat al-Qur'an tentang ciptaan Allah dan larangan kerusakan bumi dengan data perubahan iklim dari IPCC, atau statistik kerusakan lingkungan di Indonesia. Kombinasi ini tidak hanya memperkuat otoritas spiritual, tetapi juga memberikan landasan logis dan empiris yang dapat dipercaya publik luas.

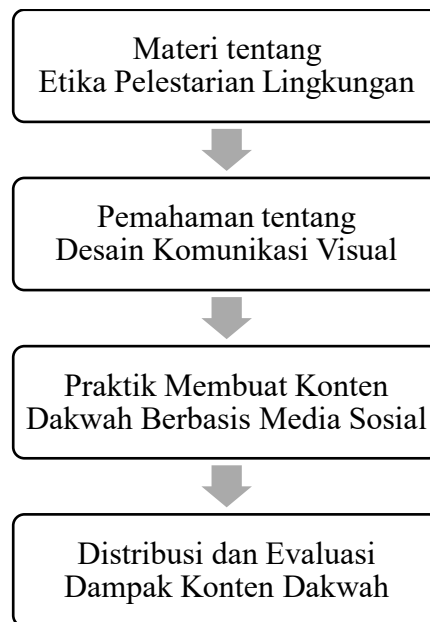
Hekmatpour (2020) dalam *Asian Journal of Environment and Ethics* menyebut pendekatan ini sebagai bentuk integrasi “ecoscientific theology”, yaitu dakwah berbasis harmoni antara sains dan iman. Dakwah semacam ini akan lebih dapat diterima oleh generasi muda terpelajar yang terbiasa dengan validasi berbasis data.

### **Kolaborasi antara Dai Digital dan Aktivistis Lingkungan**

Dakwah hijau juga membutuhkan sinergi antar aktor: antara dai, akademisi, aktivis lingkungan, dan praktisi digital *marketing*. Kolaborasi ini bisa melahirkan konten yang informatif, inspiratif, dan sekaligus estetik. Beberapa komunitas seperti Gerakan Islam Cinta Lingkungan dan *Youth Moslem for Climate Action* telah membuktikan bahwa kerja kolaboratif dapat menghasilkan gerakan dakwah yang lebih solid dan berdampak.

Bekerja sama dengan NGO lingkungan, dai bisa mendapat materi dan data pendukung untuk ceramahnya. Sebaliknya, aktivis bisa menggunakan narasi religius sebagai alat mobilisasi dan edukasi masyarakat Muslim. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Thoriquttyas et al. (2023) dalam *Journal of Islamic Studies and Culture*, yang menekankan pentingnya *interdisciplinary da'wah* dalam menjawab tantangan global.

Agar strategi dakwah hijau digital tidak hanya mengandalkan intuisi atau tren sesaat, pelatihan literasi visual dan komunikasi dakwah yang sistematis bagi dai muda menjadi sangat penting. Diagram berikut menggambarkan tahapan pelatihan berbasis pendekatan ekoteologis dan digital kreatif.



**Gambar 2. Alur Pelatihan Literasi Visual untuk Dakwah Hijau Digital**

*Sumber: Abadi et al. (2022), dengan modifikasi dan pengembangan oleh penulis.*

Gambar ini merinci langkah-langkah pelatihan dai muda yang menggabungkan pemahaman etika lingkungan, kemampuan desain komunikasi visual, praktik produksi konten media sosial, hingga tahap evaluasi dampak konten dakwah.

Dengan alur pelatihan seperti dalam gambar, para dai muda tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis tentang etika pelestarian lingkungan dalam

Islam, tetapi juga keterampilan praktis dalam menyusun dan menyebarkan pesan dakwah yang efektif di ruang digital. Pelatihan ini menjadi jembatan antara idealisme dakwah dan dinamika algoritma media sosial masa kini.

### **Pelibatan Pesantren dan Komunitas Akar Rumput**

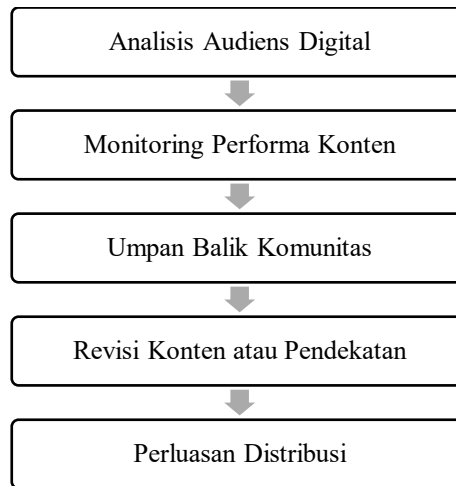
Meskipun berbasis digital, dakwah hijau tetap harus menyentuh komunitas akar rumput, termasuk pesantren, majelis taklim, dan komunitas masjid. Beberapa pesantren seperti Pesantren Ekologi Ath-Thaariq di Garut atau Pondok Pesantren Darul Arqam di Gowa telah mulai mengintegrasikan kurikulum ekoteologi Islam dalam praktik kehidupan santri.

Mereka mengajarkan pengelolaan sampah organik, pertanian berkelanjutan, dan energi alternatif berbasis nilai-nilai Islam. Jika model ini bisa direplikasi dan dikomunikasikan secara digital, maka pesan dakwah hijau akan memiliki resonansi ganda, baik di dunia nyata maupun dunia maya.

### **Evaluasi dan Refleksi Terhadap Praktik Dakwah**

Akhirnya, strategi yang tak kalah penting adalah melakukan evaluasi berkala terhadap praktik dakwah hijau digital. Hal ini bisa dilakukan melalui survei persepsi *audiens*, analisis performa konten, atau diskusi terbuka dengan komunitas digital. Dengan begitu, dakwah hijau akan terus berkembang dan tidak terjebak dalam format yang stagnan.

Strategi dakwah hijau digital tidak akan berkelanjutan tanpa proses evaluasi yang menyeluruh. Evaluasi bukan hanya soal angka tayangan, tetapi juga tentang dampak spiritual, sosial, dan ekologis yang ditimbulkan. Gambar berikut menggambarkan siklus evaluasi yang dapat diterapkan oleh para pelaku dakwah digital.



### Gambar 3. Siklus Evaluasi Dampak Dakwah Hijau Digital

Sumber: Muna et al. (2025), dengan modifikasi dan pengembangan oleh penulis.

Diagram ini menunjukkan lima tahap evaluatif yang saling terhubung untuk mengukur dan menyempurnakan konten dakwah hijau digital.

Dengan mengikuti siklus ini, konten dakwah dapat terus diperbaiki berdasarkan analisis *audiens* dan umpan balik komunitas, lalu diperluas penyebarannya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Evaluasi yang berkelanjutan adalah kunci menjaga relevansi dan kualitas pesan Islam yang peduli lingkungan di era digital.

## KESIMPULAN

Dakwah hijau di era digital hadir sebagai jembatan antara spiritualitas Islam dan tanggung jawab ekologis umat. Ia bukan hanya wacana alternatif, tetapi kebutuhan mendesak di tengah krisis lingkungan global dan transformasi cara beragama generasi muda. Bagi komunitas Muslim milenial, yang akrab dengan layar, algoritma, dan narasi visual, dakwah yang membumi, menyentuh isu aktual, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi sangat penting.

Penelitian ini menunjukkan bahwa potensi dakwah hijau sangat besar, terutama karena generasi muda memiliki kepedulian sosial dan akses teknologi yang luas. Namun, tantangan tetap ada: mulai dari konten dakwah yang masih

normatif dan kurang membumi, rendahnya literasi ekologis dalam perspektif Islam, hingga kurangnya sinergi antar pelaku dakwah dan aktivis lingkungan. Dalam konteks ini, pendekatan yang adaptif dan kontekstual menjadi kunci, yakni dakwah yang tidak hanya menyentuh iman, tetapi juga menggerakkan kesadaran dan aksi nyata menjaga bumi.

Oleh karena itu, disarankan agar para dai, pendidik, dan komunitas digital mulai mengembangkan modul dakwah berbasis visual dan data, yang memadukan pesan Qur'ani dengan realitas ekologis kontemporer. Pelatihan khusus bagi dai muda untuk memahami prinsip ekoteologi Islam dan memanfaatkannya dalam media sosial sangatlah penting. Selain itu, dibutuhkan kolaborasi strategis antara pesantren, komunitas digital, dan LSM lingkungan untuk memperkuat narasi Islam yang ramah lingkungan.

Dakwah hijau bukan sekadar pesan moral; ia adalah ikhtiar spiritual untuk merawat bumi sebagai amanah Ilahi. Dan melalui ruang digital yang luas, pesan ini berpotensi menjangkau lebih banyak hati, dan lebih banyak tindakan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Permadi, I., Mezhova's, A., Prasetyo, R., & Simin, W. (2022). The Ecotheological Movement Among The Muslim Youngers Generation In Indonesia: Case Studies Eco Deen And Green Cadre Of Muhammadiyah. *Asian People Journal (APJ)*, 5, 179–194. <https://doi.org/10.37231/apj.2022.5.2.473>
- Alibašić, Haris. (2023). Exploring the influence of Islamic governance and religious regimes on sustainability and resilience planning: A study of public administration in Muslim-majority countries. *Public Policy and Administration*, 39(4), 556–587. <https://doi.org/10.1177/09520767231223282>
- Alvara Research. (2022). *Gen Z: Millennial 2.0?* <https://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2022/06/GEN-Z%EF%BC%9A-MILLENNIAL-2.0%EF%BC%9F-Perbedaan-Karakter-dan-Perilakunya.pdf>
- Siswoyo, A. M. (2023). The Phenomenon of the Social Sufism Movement in the Digital Age: Rebuttal of Sufism which is Considered as a Setback and Must

- Leave the World. *JSEAIS: Journal of Southeast Asian Islam and Society*, 2(1), 1–32. <https://doi.org/10.30631/jseais.v3i1.1601>
- Batubara, H., Sumantri, M., & Marini, A. (2022). *Examining the Digital Literacy Movement in Higher Education and Its Relationship to Students' Digital literacy*.
- Din, M., Khan, F., Khan, U., Kadarningsih, A., & Darmi, S. (2019). Effect Of Islamic Work Ethics On Job Performance: Mediating Role Of Intrinsic Motivation. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 4, 676. <https://doi.org/10.30659/ijibe.4.2.676-688>
- Efendi, E., Ramadhani, G., & Tanti, T. (2023). Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4, 880–887. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.5480>
- Fajrussalam, H., Dwiyantri, I., Salsabila, N., Aprillionita, R., & Auliakhasanah, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Islam dalam Kemajuan Perkembangan Teknologi. *AS-SABIQUN*, 4, 102–114. <https://doi.org/10.36088/assabiqun.v4i1.1686>
- Firdaus, O. A., Zidane, M. F., Ramadhan, B. P., & Anwar, M. Y. (2025). Dakwah Digital pada Platform di Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Perubahan Sosial di era Modern. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 6(1), 288–297. <https://doi.org/10.55943/jipmukjt.v6i1.377>
- Hekmatpour, P. (2020). *Religion, Polity, and the Natural Environment in the Anthropocene Age*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/p6m7n>
- Khalid, K., & Fansuri, H. (2025). Spiritualitas Ekologis: Peran Agama dalam Mengatasi Krisis Iklim. *MAARIF*, 19(2). <https://doi.org/10.47651/mrf.v19i2.260>
- Maulidya, R., Mengge, B., & Raf, N. (2025). Religious Literacy in the Digital Era: Building Global Resilience Through the Transformation of Faith Communities. *Proceedings of the Asia Pacific Sociological Association Conference (APSA 2024)*. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-680-2\\_16](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-680-2_16)
- Muna, B. R., Zahari, S., & Ghani, M. (2025). Da'wah on the Social Media: The Youth Engagement in Digital Islamic Content. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX, 1161–1174. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.9010098>

- Nasoha, A., Heptarina, N., Junovi, Z., & Muhammada, J. (2025). Dakwah Digital dan Tantangan Hukum Islam : Studi terhadap Narasi Keislaman di Platform Media Sosial. *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 3, 122–132. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v3i2.2230>
- Pratama, A., Aprison, W., Yulius, Y., Latifa, N., & Syafrudin, S. (2024). Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital. *Tabayyun*, 5. <https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>
- Qureshi, M. A., Khaskheli, A., Qureshi, J. A., Raza, S. A., & Khan, K. A. (2023). Factors influencing green purchase behavior among millennials: the moderating role of religious values. *Journal of Islamic Marketing*, 14(6), 1417–1437. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0174>
- Rustandi, L. (2020). Disrupsi Nilai Keagamaan dalam Dakwah Virtual di Media Sosial Sebagai Komodifikasi Agama di Era Digital. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3, 23–34. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v3i1.1036>
- Saeed, S., Makhdam, M., Anwar, S., & Yaseen, M. R. (2023). Climate Change Vulnerability, Adaptation, and Feedback Hypothesis: A Comparison of Lower-Middle, Upper-Middle, and High-Income Countries. *Sustainability*, 15. <https://doi.org/10.3390/su15054145>
- Sarkar, M. T., Amalia, A., & Aziz, Z. (2021). *From Digital Literacy to Digital Intelligence: A Comparative Study of Digital Literacy Frameworks*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210120.119>
- Sharma, A., Gosai, H. G., & Singh, V. (2024). Role of Global Media and Social Media in Raising Environmental Issues. In P. Singh, B. Ao, & D. Medhavi (Eds.), *Environmental Activism and Global Media: Perspective from the Past, Present and Future* (pp. 99–115). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-55408-7\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-031-55408-7_5)
- Syeed, S. S. (2022). Digital Da'wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05(08). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i8-18>
- Thoriquttyas, T., Ahsin, N., & Khasbulloh, M. (2023). Da'wah, Religious Activism And Digital Arena: The Experiences Of Student Activist's In Universitas Negeri Malang, Indonesia. *Khatulistiwa*, 13, 126–139. <https://doi.org/10.24260/khatulistiwa.v13i2.2368>

Yasya, W., Ode Sitti Nurhaliza, W., Ilmu Komunikasi, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2021). *Digitalisasi Hijrah Melalui Komunitas Virtual*. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/2826/1844>

Zaid, Fedtke, J., Shin, D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, *13*, 335. <https://doi.org/10.3390/rel13040335>