



## Inovasi dan Kreasi Konten Digital dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah dan Konseling

**Nisrina Dzahabiyah Maia<sup>1</sup>, M. Andy Hakim Chandra<sup>2</sup>, Marwah Akilah Salma<sup>3</sup>, Siti Afifatul Ummah<sup>4</sup>**

<sup>1-4</sup> Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

Email: [nissnisreen0@gmail.com](mailto:nissnisreen0@gmail.com)<sup>1</sup>, [andydanten@gmail.com](mailto:andydanten@gmail.com)<sup>2</sup>, [marwahakilah99@gmail.com](mailto:marwahakilah99@gmail.com)<sup>3</sup>, [afifahhumh@gmail.com](mailto:afifahhumh@gmail.com)<sup>4</sup>

*\*Penulis Korespondensi: [nissnisreen0@gmail.com](mailto:nissnisreen0@gmail.com)*

**Abstract:** *Digital transformation has revolutionized Islamic da'wah and counseling services, providing opportunities to reach a wider audience, especially millennials and Gen Z. This study aims to examine digital content innovation and creation that can improve the effectiveness of da'wah and counseling. The method used is a literature review with content-based data analysis, which identifies themes, patterns, and meanings from journals, books, and related digital documents. The results show that digital audiences tend to prefer content that is concise, visual, and easily accessible. Therefore, an effective content development model must encompass research, scripting, production, evaluation, and the selection of an appropriate distribution platform. In digital counseling services, aspects of ethics, privacy, and data security are crucial to maintain user trust. Furthermore, the integration of da'wah messages with counseling in a single platform is considered effective in simultaneously meeting the spiritual and psychological needs of the community. Challenges faced include information overload, misinformation, low digital literacy, and the risk of data breaches. In conclusion, the success of digital da'wah and counseling depends on understanding the audience and implementing a creative and ethical model, to provide a sustainable positive impact.*

**Keywords:** *Counseling; Da'wah; Digital Content; Digital Literacy; Innovation.*

**Abstrak:** Transformasi digital telah merubah cara dakwah dan layanan konseling Islami, memberikan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi milenial dan Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji inovasi dan kreasi konten digital yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah dan konseling. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan analisis data berbasis isi, yang mengidentifikasi tema, pola, dan makna dari jurnal, buku, dan dokumen digital terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens digital cenderung memilih konten yang singkat, visual, dan mudah diakses. Oleh karena itu, model pengembangan konten yang efektif harus mencakup riset isu, penyusunan naskah, produksi, evaluasi, dan pemilihan platform distribusi yang tepat. Dalam layanan konseling digital, aspek etika, privasi, dan keamanan data sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna. Selain itu, integrasi pesan dakwah dengan konseling dalam satu platform dinilai efektif untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan psikologis masyarakat secara bersamaan. Tantangan yang dihadapi termasuk banjir informasi, misinformation, literasi digital yang rendah, serta risiko kebocoran data. Kesimpulannya, keberhasilan dakwah dan konseling digital tergantung pada pemahaman audiens dan penerapan model yang kreatif dan etis, untuk memberikan dampak positif yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Dakwah; Inovasi; Konseling; Konten Digital; Literasi Digital.

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah dan konseling. Transformasi digital ini memberikan peluang besar bagi para dai dan konselor untuk menjangkau masyarakat luas dengan cara yang lebih efektif, efisien, dan inovatif. Media digital seperti platform media sosial, blog, video streaming, dan aplikasi komunikasi memungkinkan penyebaran pesan dakwah dan penyediaan layanan konseling tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini sangat penting mengingat kebutuhan masyarakat

yang semakin dinamis dan kompleks dalam menghadapi permasalahan spiritual serta psikologis di era modern (Hidayatul Ummah, 2020).

Data menunjukkan bahwa generasi milenial dan generasi Z menjadi kelompok audiens utama yang sangat aktif menggunakan teknologi digital untuk memperoleh informasi dan solusi atas berbagai persoalan hidupnya. Oleh karena itu, pengembangan konten dakwah dan konseling digital perlu mempertimbangkan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan khusus dari audiens ini agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal dan memberikan *impact* yang signifikan (Rahmawati, 2024).

Namun, penyebaran konten digital dalam konteks dakwah dan konseling tidak terlepas dari berbagai tantangan. Di antaranya adalah masalah teknis seperti desain konten, format penyampaian, dan platform distribusi yang harus adaptif terhadap perkembangan teknologi serta perilaku pengguna. Selain itu, aspek etika dan kerahasiaan data dalam layanan konseling digital menjadi isu krusial yang perlu penanganan khusus untuk menjaga kepercayaan dan perlindungan privasi klien (Nur Hidayah et al., 2025). Tidak kalah penting adalah penanganan informasi negatif, misinformasi, dan hoaks yang dapat merusak pesan dakwah dan berdampak buruk bagi masyarakat digital (Rahmawati, 2024).

Selain itu, integrasi pesan dakwah dengan layanan konseling dalam satu platform digital merupakan langkah inovatif yang berpotensi memberikan pelayanan holistik, menggabungkan aspek spiritual dan psikologis secara simultan. Pendekatan ini diharapkan mampu menjawab tantangan kompleks yang dihadapi masyarakat secara lebih komprehensif serta meningkatkan efektivitas dakwah dan konseling itu sendiri (Nur Hidayah et al., 2025). Berdasarkan fenomena dan tantangan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara mendalam mengenai inovasi dan kreasi dalam pembuatan konten digital dakwah dan konseling, analisis kebutuhan audiens digital, model pengembangan konten yang efektif, serta tantangan implementasi konten digital. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi strategis dalam pengembangan dakwah dan layanan konseling digital yang lebih inovatif, kreatif, dan berdampak luas.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Murdiyanto, penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk menyelidiki serta memahami fenomena yang terjadi, termasuk alasan dan bagaimana fenomena tersebut berlangsung (Rani et al., 2025).

### ***Desain Penelitian***

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan studi pustaka (*library research*), yaitu dengan melakukan pencarian literatur dari sumber-sumber akademis dan digital menggunakan database jurnal, perpustakaan digital, dan repository institusi. Data yang dikumpulkan berupa teori, konsep, hasil penelitian terdahulu, serta studi kasus terkait.

### ***Tahapan Penelitian***

Studi Pustaka dalam penelitian ini memiliki Beberapa tahapan utama yaitu penentan topik dan perumusan masalah, pencarian dan pengumpulan data, evaluasi dan selesa sumber, analisis isi, dan penyusunan laporan.

### ***Analisis Data***

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan metode analisis isi (content analysis). Analisis isi merupakan teknik penelitian untuk menafsirkan dan mengolah isi pesan dari literatur dan dokumen yang dipelajari dengan mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang relevan dengan masalah penelitian. Pendekatan ini sangat cocok untuk menelaah sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen digital yang berkaitan dengan inovasi konten digital dakwah dan konseling.

Tahapan analisis data dimulai dengan membaca dan memahami seluruh literatur yang dikumpulkan secara cermat. Selanjutnya dilakukan proses pengklasifikasian dan pengelompokan materi literatur berdasarkan tema utama yang muncul, seperti kebutuhan audiens digital, model pembuatan konten kreatif, integrasi dakwah dan konseling, serta tantangan implementasi konten digital.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Kebutuhan Digital**

Analisis kebutuhan audiens digital dalam konteks dakwah dan konseling merupakan langkah penting di era perkembangan teknologi informasi. Transformasi media dari tradisional ke digital membawa perubahan besar pada cara masyarakat mengakses pesan-pesan keagamaan dan bimbingan konseling. Dakwah yang sebelumnya identik dengan ceramah di masjid, pengajian, atau forum tatap muka kini semakin bergeser ke platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, maupun podcast. Demikian pula dengan konseling, yang awalnya dilakukan secara langsung di ruang khusus, kini mulai merambah dunia digital dengan hadirnya layanan berbasis aplikasi, forum online, maupun konten edukatif yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Untuk memastikan dakwah dan konseling digital efektif, langkah pertama yang harus dilakukan adalah memahami siapa audiensnya. Data demografi memainkan peran penting dalam hal ini. Usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, pekerjaan, serta lokasi merupakan faktor utama yang membentuk karakteristik audiens digital. Misalnya, kelompok usia 18–25 tahun yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja pemula tercatat sebagai pengguna paling aktif media sosial. Mereka cenderung mencari konten yang ringan, inspiratif, cepat dikonsumsi, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Perbedaan gender juga memberikan pengaruh signifikan, di mana perempuan lebih banyak tertarik pada konten dakwah yang berkaitan dengan kesehatan mental, self-love, maupun spiritualitas praktis, sementara laki-laki cenderung menyukai konten seputar kepemimpinan, ibadah, atau motivasi yang menekankan tanggung jawab diri ( Azyumardi Azra, 2019).

Selain data demografi, preferensi audiens juga menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah konten dakwah dan konseling. Preferensi ini mencakup jenis konten, format penyajian, gaya bahasa, serta platform distribusi yang digunakan. Audiens digital muda, misalnya, lebih menyukai konten berbentuk video singkat seperti reels dan TikTok karena dianggap lebih praktis, cepat, dan mudah diingat. Sebaliknya, audiens dewasa cenderung menyukai konten yang lebih panjang seperti podcast atau video YouTube yang mendalam. Gaya bahasa yang sederhana, ringan, dialogis, serta tidak menggurui juga lebih diterima oleh audiens digital, dibandingkan dengan bahasa formal yang kaku. Platform yang dipilih pun harus disesuaikan, di mana Instagram dan TikTok lebih efektif untuk menarik audiens muda, sementara YouTube lebih cocok untuk kajian atau pembahasan mendalam. Bahkan media seperti WhatsApp atau Telegram dapat digunakan untuk distribusi konten dakwah dan konseling yang sifatnya privat, terutama untuk kelompok kecil atau komunitas tertentu. (Ahmad Syafi'I, 2023)

Proses dari ide hingga distribusi juga tidak bisa dilepaskan dari analisis kebutuhan audiens. Ide konten sebaiknya berangkat dari kebutuhan nyata yang sedang dihadapi masyarakat. Misalnya, ketika menjelang ujian banyak mahasiswa mengalami kecemasan, maka konten dakwah bisa berupa motivasi islami tentang pentingnya tawakal dan doa, sedangkan konten konseling dapat berupa tips manajemen stres berbasis nilai-nilai Islami. Setelah ide ditentukan, tahap berikutnya adalah produksi, yang meliputi penulisan naskah, rekaman, editing, hingga desain visual. Audiens digital sangat sensitif terhadap kualitas visual dan audio, sehingga aspek teknis ini tidak bisa diabaikan. Tahap terakhir adalah distribusi, yang harus memperhatikan jam aktif audiens. Mahasiswa misalnya, lebih sering mengakses media sosial di malam hari, sehingga penyebaran konten pada jam-jam tersebut akan lebih efektif. (nur aini, 2022)

## Model Pembuatan dan Pengembangan Konten

Model pembuatan dan pengembangan konten dakwah dan konseling. Model ini diperlukan agar proses kreatif lebih terarah dan hasilnya sesuai dengan kebutuhan audiens. Proses kreatif pembuatan konten dakwah biasanya diawali dengan riset isu yang sedang hangat di masyarakat. Isu-isu ini kemudian dipadukan dengan pesan-pesan keislaman agar relevan dengan realitas yang dihadapi audiens. Misalnya, isu kesehatan mental dapat diangkat melalui kisah para nabi tentang kesabaran dalam menghadapi ujian hidup. Setelah itu, penyusunan naskah atau storyboard dilakukan agar alur penyampaian lebih jelas dan tidak bertele-tele. Tahap produksi bisa dilakukan secara sederhana, namun tetap harus menjaga kualitas. Editing dan quality control menjadi langkah penting untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif. Setelah konten dipublikasikan, evaluasi dilakukan melalui feedback audiens, baik berupa komentar, jumlah tayangan, hingga keterlibatan interaktif, yang kemudian digunakan untuk pengembangan konten berikutnya. (Rachmawati hidayat 2021)

Berbeda dengan dakwah, konten konseling digital memiliki sensitivitas lebih tinggi karena menyangkut permasalahan pribadi. Oleh sebab itu, format konten konseling harus memperhatikan aspek keamanan, privasi, serta kenyamanan audiens. Ada beberapa format yang bisa dipilih, mulai dari konten edukatif publik seperti artikel singkat, video edukasi, atau infografis, hingga konten interaktif semi-privat seperti sesi tanya jawab, polling, atau live session. Format terakhir adalah konseling digital privat yang dilakukan melalui chat, email, atau aplikasi khusus, di mana audiens bisa menyampaikan masalah secara lebih personal. Pada format ini, etika dan kerahasiaan menjadi hal mutlak yang tidak boleh diabaikan (Asep muhyidin, 2020)

Prinsip efektivitas dan keamanan menjadi pilar utama dalam pembuatan konten dakwah dan konseling. Konten harus tetap berlandaskan etika komunikasi Islami, menjaga kesantunan dan kebijaksanaan dalam menyampaikan pesan. Privasi audiens, khususnya dalam konten konseling, wajib dijaga agar tidak ada penyalahgunaan informasi. Selain itu, konten yang dibuat harus relevan dengan kebutuhan nyata audiens, bukan sekadar mengikuti tren sesaat. Kredibilitas sumber juga harus diperhatikan. Dakwah harus merujuk pada Al-Qur'an, hadis, serta literatur keislaman yang terpercaya, sementara konten konseling harus berbasis pada prinsip-prinsip psikologi dan bimbingan konseling Islami (Ahmad Syukri, 2022)

Dari keseluruhan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah dan konseling digital sangat ditentukan oleh kemampuan memahami audiens. Analisis demografi dan preferensi menjadi dasar yang penting untuk melahirkan ide, menentukan strategi produksi, serta memilih jalur distribusi yang tepat. Selanjutnya, model pembuatan dan pengembangan

konten harus dijalankan dengan memperhatikan proses kreatif, pemilihan format, serta penerapan prinsip efektivitas dan keamanan. Jika kedua hal ini dapat dipadukan secara konsisten, dakwah dan konseling digital tidak hanya menjadi lebih diterima oleh masyarakat, tetapi juga dapat memberikan dampak positif yang nyata sesuai dengan nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin (Asnawir, 2020)

### **Integrasi Pesan Dakwah dan Layanan Konseling**

Salah satu fenomena menarik dalam diskursus keilmuan saat ini adalah berkaitan dengan hubungan dakwah Islam dengan keilmuan bimbingan dan konseling Islam. Bimbingan dan Konseling Islam merupakan disiplin keilmuan yang erat kaitannya dengan keilmuan psikologi, pendidikan, komunikasi dan dakwah. Keterkaitannya dengan psikologi dikarenakan masih adanya ketersinggungan teori-teori Psikologi yang digunakan dalam bimbingan dan konseling Islam. Keterkaitan bimbingan dan konseling Islam dengan ilmu pendidikan terutama karena meskipun bimbingan konseling Islam bergerak ke masyarakat secara luas, namun tampaknya dunia pendidikan masih menjadi area utama pengabdian keilmuan bimbingan dan Konseling Islam. Bimbingan dan Konseling Islam juga berkaitan dengan ilmu komunikasi sebab praktik Bimbingan dan Konseling mau tidak mau mensyaratkan kepiawaian dalam komunikasi. Sementara itu, bimbingan dan konseling Islam juga berkaitan dengan keilmuan dakwah. Menurut Hamdani Bakran Adz-Dzaky (2008), keterkaitan bimbingan dan konseling Islam dengan dakwah karena proses pelaksanaan bimbingan dan konseling Islam mengacu pada prinsip-prinsip etika berdakwah yaitu bi al-hikmah, al-mauidhah hasanah, dan al-mujadalah. Berdasarkan konsep Hamdani Bakran Adz-Dzaky tersebut, dapat dipahami bahwa dalam praktiknya, terdapat hubungan dakwah Islam dengan keilmuan Bimbingan dan Konseling Islam.

Pada awalnya bimbingan konseling Islam lebih banyak digunakan dalam lapangan pendidikan, yakni ilmu yang digunakan untuk membantu siswa menyelesaikan masalah pendidikan yang dialami misalnya siswa yang mengalami kesulitan belajar, konsentrasi belajar rendah, prestasi belajarnya menurun, serta lambat dalam mengerjakan tugas-tugas sekolah. Dakwah merupakan kegiatan yang membimbing umat manusia untuk melaksanakan kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Dalam konteks ini Mubarok (2002), menjelaskan bahwa bimbingan konseling Islam diperlukan untuk berdakwah kepada orang-orang (mad'u) yang sedang mengalami problem kejiwaan, yakni membantu mereka agar dapat kembali menemukan dirinya dan dengan potensi getaran imannya dapat mengatasi kesulitan yang dihadapi.

Selain itu, pendapat lain yang berkaitan dengan usaha untuk mencari benang merah antara keilmuan dakwah dengan bimbingan dan konseling Islam yaitu pendapat tentang sejarah munculnya bimbingan dan konseling yang disampaikan oleh Lubis (2007), menurutnya konseling telah ada bersamaan dengan diturunkannya ajaran Islam kepada Rasulullah SAW. Ketika itu konseling merupakan bentuk cara dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah.. Praktik-praktik Nabi dalam menyelesaikan problem-problem yang dihadapi oleh para sahabat ketika itu, dapat dicatat sebagai suatu interaksi yang berlangsung antara konselor dengan konseli, baik secara kelompok maupun secara individual.

Integrasi pesan dakwah dan layanan konseling merupakan pendekatan inovatif yang menggabungkan dua aspek penting dalam kehidupan manusia, yaitu aspek spiritual dan psikologis, dalam satu platform digital terpadu. Pendekatan ini bertujuan memberikan pelayanan holistik yang tidak hanya fokus pada penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga pemenuhan kebutuhan psikologis individu yang mencari bantuan melalui layanan konseling. Integrasi ini menjadi sangat relevan di era digital saat ini, di mana generasi milenial dan generasi Z sangat aktif menggunakan platform digital untuk berbagai kebutuhan hidup termasuk spiritual dan kesehatan mental (Nur Hidayah et al., 2025).

### **Tantangan Implementasi Konten Digital**

Implementasi inovasi dan kreasi konten digital, terutama dalam bidang dakwah dan konseling, menghadapi berbagai tantangan kompleks yang harus diatasi untuk menjamin efektivitas dan integritas layanan. Tantangan-tantangan ini mencakup aspek teknis, etika, keamanan, hingga literasi audiens.

#### a. Tantangan Terkait Isi Konten dan Pesan Dakwah

Ruang digital sering digambarkan sebagai "hutan rimba" informasi, yang menghadirkan dilema besar bagi para dai dan pembuat konten keagamaan. Salah satu tantangan paling krusial adalah banjir informasi dan masifnya penyebaran hoaks atau berita bohong, terutama dalam isu-isu keagamaan. Sebuah studi menyebutkan bahwa berita bohong bergerak hingga 20 kali lebih cepat daripada upaya klarifikasinya, membuat masyarakat rentan terhadap misinformasi dan disinformasi (Malau., 2022). Tantangan ini diperparah dengan fenomena pemotongan video sepenggal yang dapat merusak citra seorang dai atau menyebabkan kesalahpahaman ajaran Islam yang sebenarnya (Makalah., 2025).

Konten dakwah harus bersaing dengan konten hiburan yang mendominasi media sosial, menuntut para dai untuk menghadirkan pesan yang relevan, kreatif, dan komunikatif (Fitria., 2025). Selain itu, media digital juga memberi ruang bagi

siapa saja untuk mengemukakan pendapat, yang kerap kali memicu perbedaan tajam dan salah tafsir ajaran agama. Adanya potensi media sosial dikuasai oleh pihak dengan pandangan konservatif bahkan ekstrem juga menjadi tantangan yang perlu diatasi (Makalah, 2025).

Rendahnya literasi digital masyarakat menjadi hambatan karena sangat berpengaruh terhadap kemampuan pengguna internet dalam mengenali hoaks keagamaan (Lestari et al., 2023). Terdapat pula ketimpangan dalam pemahaman masyarakat dalam menggunakan internet secara bijak dan kritis, yang membuat mereka rentan menjadi korban atau bahkan pelaku penyebaran pesan negatif (Rustandi, 2023).

b. Tantangan Etika dan Keamanan dalam Layanan Konseling

Dalam konteks layanan konseling digital (cybercounseling), tantangan utama berpusat pada jaminan kerahasiaan dan kompetensi profesional. Aspek kerahasiaan (confidentiality) merupakan fondasi utama praktik konseling. Dalam layanan daring, hal ini menjadi rumit karena adanya risiko kebocoran privasi akibat peretasan, gangguan jaringan, atau penyebaran data yang tidak bertanggung jawab (Safitri., 2024). Konselor wajib menggunakan platform terenkripsi dan memastikan keamanan data tersimpan dengan aman (Aizza., 2024). Pelanggaran terhadap prinsip ini tidak hanya melanggar kode etik, tetapi juga dapat berdampak pada kerugian psikologis (Aliah, Budiman, & Nadhirah 2024).

Kurangnya kompetensi digital pada sebagian konselor menjadi hambatan signifikan dalam memberikan layanan (Nadhiroh, 2025). Di sisi lain, layanan daring berpotensi mengurangi kedekatan emosional dan ikatan batin (rapport) yang esensial dalam proses terapeutik (Makalah 2025). Konselor dituntut untuk memahami etika komunikasi, protokol profesional, dan wajib memberikan persetujuan informasi (informed consent) digital yang jelas mengenai batas kerahasiaan dan risiko teknologi sebelum layanan dimulai (Aizza, 2024; Aliah, Budiman & Nadhirah, 2024).

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian mengenai inovasi dan kreasi konten digital dalam dakwah dan konseling menegaskan bahwa transformasi digital telah membuka ruang baru yang sangat luas bagi penyebaran pesan keagamaan dan layanan konseling Islami. Pergeseran dari media tradisional ke media digital membuat dakwah dan konseling mampu menjangkau audiens lintas ruang dan

waktu, terutama generasi milenial dan generasi Z yang merupakan pengguna paling aktif media sosial. Analisis kebutuhan audiens digital menunjukkan bahwa data demografi dan preferensi pengguna menjadi faktor kunci dalam menentukan arah produksi konten. Audiens muda lebih menyukai konten singkat, inspiratif, dan visual, sedangkan audiens dewasa lebih nyaman dengan konten mendalam seperti podcast atau artikel reflektif. Dengan demikian, ide, produksi, hingga distribusi konten harus disesuaikan dengan pola konsumsi digital audiens.

Model pembuatan dan pengembangan konten dakwah serta konseling menekankan pentingnya proses kreatif yang sistematis, mulai dari riset isu, penyusunan naskah, produksi, hingga evaluasi. Proses ini perlu menjaga kualitas teknis sekaligus etika komunikasi Islami. Dalam konseling digital, aspek keamanan dan privasi konseli menjadi prioritas agar layanan dapat dipercaya dan aman diakses. Konten publik, semi-privat, maupun privat semuanya memiliki fungsi masing-masing, tetapi tetap harus berpijak pada prinsip relevansi, kredibilitas, dan perlindungan data.

Selain itu, integrasi pesan dakwah dengan layanan konseling dalam satu platform digital memberikan pendekatan holistik yang menggabungkan dimensi spiritual dan psikologis secara bersamaan. Model integratif ini dianggap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern yang kompleks, sekaligus menjawab tantangan kesehatan mental dan spiritualitas secara simultan. Namun, implementasi konten digital tidak terlepas dari berbagai tantangan, mulai dari banjir informasi dan hoaks, rendahnya literasi digital masyarakat, hingga risiko etika dan keamanan dalam layanan konseling daring.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah dan konseling digital ditentukan oleh dua hal pokok, yaitu pemahaman mendalam terhadap kebutuhan audiens serta penerapan model pengembangan konten yang kreatif, efektif, dan aman. Jika keduanya dapat diintegrasikan secara konsisten, maka dakwah dan konseling digital akan lebih diterima, mampu bersaing dengan konten hiburan, serta memberikan dampak positif yang nyata bagi kehidupan masyarakat di era digital.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan rekan-rekan di Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atas arahan, masukan, serta motivasi yang sangat berharga. Penulis juga menghargai kontribusi para peneliti terdahulu yang menjadi rujukan penting dalam kajian ini, serta keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan doa dan semangat. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi di era digital.

## DAFTAR REFERENSI

Ahmad Syafi'i. (2023). Dakwah di era disrupsi digital: Analisis media YouTube sebagai sarana penyebaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 155.

Ahmad Syukri. (2022). Generasi digital dan pola konsumsi dakwah di media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2).

Aizza. (2024, Mei 26). Keamanan data dalam cyber counseling sebagai prioritas utama konselor. *Kompasiana*.

Aliah, V. H., Budiman, N., & Nadhirah, N. A. (2024). Masalah etika privasi digital: Kebocoran informasi konseli dalam setting konseling komunitas. (Vol. 4, pp. 39-47). <https://doi.org/10.56185/jubikops.v4i1.581>

Asep Muhyiddin. (2020). Dakwah di era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1).

Asnawir. (2020). Etika konseling Islami di era digital. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fitria. (2025, Mei 31). Tantangan dakwah di era digital dan cara menghadapinya secara kreatif dan komunikatif. *Fitria's Blog*.

Hamdani Bakran Adz-Dzaky. (2008). Konseling dan psikoterapi Islam (Cet. 6). Yogyakarta: Al-Manar.

Hidayatul Ummah. (2020). Peran teknologi digital dalam efektivitas dakwah dan konseling. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(3), 120-134.

Kemenko Polkam R.I. (2022, Oktober 27). Literasi digital dalam pencegahan konten negatif dan hoaks. (Penulis: Anthonius Malau).

Lestari, Munabiah, et al. (2023). Penanganan hoaks keagamaan di sosial media melalui literasi digital milenial. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 2(1), 68-94. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i1.6764>

Lubis, S. A. (2007). Konseling Islami Kyai dan Pesantren. Yogyakarta: eLSAQ Press.

Makalah. (2025). Dakwah digital dan penerapannya dalam konseling. *Scribd*.

Mubarok, Achmad. (2000). *Al-Irsyad an-Nafsy: Konseling agama teori dan kasus*. Jakarta: PT Bina Rena Pariwara.

Nadhiroh, F. A. (2025). Mengatasi tantangan dalam bimbingan dan konseling di era digital pada sekolah menengah atas. *AL-IRSYAD: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 7(1), 61-80. <https://doi.org/10.24952/bki.v7i1.15988>

Nur Hidayah et al. (2025). Integrasi pesan dakwah dan layanan konseling dalam era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 9(2), 123-137.

Rachmawati Hidayat. (2021). Konseling online: Konsep dan praktik. Yogyakarta: UII Press.

Rahmawati, S. (2024). Pengembangan konten digital dakwah dan konseling untuk generasi milenial dan Z. *Jurnal Media dan Komunikasi Islam*, 7(1), 45-59.

Rustandi, R. (2023). Implementasi dakwah digital melalui pelatihan konten kreatif Desa Damai. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 1-28. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v5i1.6479>

Safitri, S. (2024, Mei 29). Cyber counseling: Etika menjaga kerahasiaan dan profesionalisme layanan konseling jarak jauh yang aman dan efektif. *Kompasiana*.