



Reformulasi Metode Analisis Dakwah Digital: Integrasi SWOT–Iceberg sebagai Solusi atas Stagnasi Pendekatan Ilmiah dalam Studi Dakwah Kontemporer

Khaiza Lois Himmatul Ulya¹, Fira Maghfiroh², Amelia Rosanti³, Ali Hasan Siswanto⁴

¹Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Achmad Siddiq Jember

¹Khaizalois78@gmail.com, ²firamaghfiroh192@gmail.com,

³ameliarosanti0205@gmail.com, ⁴alihasansiswanto@gmail.com

Abstract. *The development of digital da'wah demands a more in-depth, comprehensive, and data-driven methodological approach. However, contemporary da'wah research is still dominated by descriptive analysis that stops at mapping surface phenomena without exploring the underlying causal factors that determine the long-term effectiveness of da'wah. This weakness is increasingly apparent in the use of SWOT analysis, which has been widely applied in da'wah studies, but tends to be limited to producing categorization tables without an operational epistemic basis. Meanwhile, the era of digital da'wah presents a new, complex reality, where da'wah success is influenced not only by surface interactions such as the number of viewers, impressions, or follower growth, but also by latent factors such as audience cognitive motivation, platform algorithms, digital cultural context, identity construction, and societal value systems. This study aims to formulate a new methodological model through the integration of SWOT and the Iceberg approach to address this methodological stagnation. The research was conducted using qualitative methods based on literature analysis, comparative studies of strategic analysis models, and the construction of a conceptual model. The results show that the SWOT-Iceberg integration is able to produce a more multidimensional framework for digital da'wah analysis: SWOT diagnoses surface symptoms, while Iceberg explores patterns, causal structures, and mental models that shape phenomena. This combined model enables the development of more accurate, adaptive, and evidence-based da'wah strategies. It is concluded that the SWOT–Iceberg integration significantly contributes to the development of modern da'wah methodology by encouraging a shift from descriptive research to transformative diagnostic analysis, while simultaneously strengthening the scientific character of da'wah as an academic discipline based on a critical and measurable knowledge system.*

Keywords: *Dakwah Digital; SWOT; Iceberg*

Abstrak. Perkembangan dakwah digital menuntut kehadiran pendekatan metodologis yang lebih mendalam, komprehensif, dan berbasis data. Namun, penelitian dakwah kontemporer masih didominasi analisis deskriptif yang berhenti pada pemetaan fenomena permukaan tanpa menggali faktor penyebab mendasar yang menentukan efektivitas dakwah jangka panjang. Kelemahan tersebut semakin tampak pada penggunaan analisis SWOT yang selama ini banyak diterapkan dalam studi dakwah, tetapi cenderung sebatas menghasilkan tabel kategorisasi tanpa pijakan epistemik operasional. Sementara itu, era dakwah digital menampilkan realitas baru yang kompleks, di mana keberhasilan dakwah dipengaruhi tidak hanya oleh interaksi permukaan seperti jumlah viewer, impresi, atau pertumbuhan pengikut, tetapi juga oleh faktor laten seperti motivasi kognitif audiens, algoritma platform, konteks budaya digital, konstruksi identitas, serta sistem nilai masyarakat. Penelitian ini bertujuan merumuskan model metodologis baru melalui integrasi SWOT dan pendekatan Iceberg guna menjawab stagnasi metodologis tersebut. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif berbasis analisis literatur, studi komparatif model analisis strategis, serta konstruksi model konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi SWOT–Iceberg mampu menghasilkan kerangka analisis dakwah digital yang lebih multidimensional: SWOT mendiagnosis gejala permukaan, sedangkan Iceberg menelusuri pola, struktur penyebab, dan mental model yang membentuk fenomena. Model gabungan ini memungkinkan pengembangan strategi dakwah yang lebih akurat, adaptif, dan berbasis bukti. Disimpulkan bahwa integrasi SWOT–Iceberg memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan metodologi dakwah modern karena mampu mendorong pergeseran dari penelitian deskriptif menuju analisis diagnostik transformatif, sekaligus memperkuat karakter ilmiah dakwah sebagai disiplin akademik berbasis sistem pengetahuan yang kritis dan terukur.

Kata kunci: *Dakwah Digital; SWOT; Iceberg*

1. LATAR BELAKANG

Perubahan besar dalam lanskap dakwah digital menuntut reformulasi pendekatan metodologis yang lebih reflektif, sistematis, dan mendalam. Dakwah tidak lagi beroperasi di ruang fisik tradisional, tetapi berpindah ke ruang sosial baru yang dibentuk oleh algoritma, pola konsumsi informasi, serta karakter psikologis pengguna media digital. Dalam ekosistem ini, pesan dakwah bersaing dengan arus informasi yang cepat, budaya visual yang dominan, dan mekanisme distribusi konten yang sepenuhnya dikendalikan oleh logika platform. Namun ironisnya, sebagian besar kajian dakwah digital masih terjebak pada indikator kuantitatif—seperti jumlah pengikut, tayangan, komentar, atau tingkat interaksi—tanpa menjelaskan faktor kausal yang menentukan mengapa pesan tertentu diterima atau ditolak oleh audiens (Hidayat & Nuri, 2024; Müller & Friemel, 2024).

Keterbatasan ini memunculkan kritik akademik bahwa pendekatan analisis yang umum digunakan, seperti SWOT, hanya memotret fenomena permukaan tanpa menggali struktur sosial, budaya, dan mental model yang membentuk respons audiens dakwah digital. Padahal, keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh bagaimana pesan mampu menyesuaikan diri dengan identitas, nilai, serta budaya media penggunaannya (Ibad, 2024; Faldiansyah, 2024). Penelitian Anto, Huda, dan Anam (2024) juga menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang selama ini dikembangkan masih bersifat taktis—menekankan penggunaan platform dan bentuk konten—tanpa menyentuh dimensi epistemik yang membedakan antara gejala dan akar penyebab.

Bahwa kesenjangan metodologis ini merupakan persoalan nyata turut ditegaskan dalam berbagai studi. Alamsyah, Abda, dan Amiruddin (2024) menemukan bahwa institusi dakwah belum memiliki perangkat analitis yang memadai untuk membaca perubahan sosial digital secara akurat. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Nuriana dan Salwa (2024), yang menilai bahwa dakwah digital kerap gagal menjawab logika algoritmik dan budaya partisipatif karena pendekatan analisisnya masih normatif dan kurang sistemik. Bahkan strategi dakwah melalui platform seperti Instagram dan YouTube, meskipun populer, tetap dikeluhkan karena tidak menyentuh persoalan mendasar mengenai pembentukan persepsi, otoritas, dan kedalaman pemahaman audiens (Ar-Ridho et al., 2023; Wulandari & Nasir, 2025).

Untuk menjembatani kelemahan tersebut, dibutuhkan metodologi yang mampu mengintegrasikan analisis strategis permukaan dengan analisis mendalam mengenai pola, struktur, dan mental model yang beroperasi di balik fenomena dakwah digital. Integrasi model SWOT dengan pendekatan Iceberg menawarkan kerangka yang lebih komprehensif dan diagnostik. Model ini tidak hanya memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman,

tetapi juga menembus lapisan-lapisan realitas di bawah permukaan seperti pola perilaku, struktur sistem, dan asumsi bawah sadar yang membentuk dinamika dakwah digital (Ramadhani et al., 2025). Dengan demikian, pendekatan SWOT–Iceberg mampu memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor laten yang memengaruhi efektivitas dakwah digital, sekaligus memandu perumusan strategi berbasis bukti.

Novelitas pendekatan ini semakin relevan mengingat tuntutan dakwah di era digital memerlukan strategi yang adaptif, multidimensional, dan sensitif terhadap perubahan sosial (Mahmudi & Arjuna, 2024). Integrasi SWOT–Iceberg bukan sekadar inovasi teknis, tetapi menawarkan transformasi epistemik dengan memposisikan dakwah sebagai disiplin ilmiah yang tidak hanya mendeskripsikan fenomena tetapi juga mendiagnosis akar penyebabnya. Dengan demikian, pendekatan ini berpotensi memperkaya metodologi dakwah digital serta menegaskan kedudukan dakwah sebagai ilmu yang kritis, reflektif, dan berorientasi pada perubahan sosial yang bermakna.

Tulisan ini hadir sebagai respon atas kebutuhan metodologis tersebut. Tujuannya adalah mengonstruksi model analisis dakwah digital berbasis integrasi SWOT–Iceberg untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika dakwah di ruang digital. Pendekatan ini diharapkan mampu menjadi sumbangan teoretis sekaligus praktis bagi pengembangan strategi dakwah yang efektif, kontekstual, dan berakar pada pemahaman mendalam mengenai audiens digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam perkembangan penelitian terbaru, integrasi SWOT–Iceberg menjadi salah satu pendekatan yang dianggap memberikan kedalaman epistemik dalam kajian dakwah digital. Kendala SWOT tradisional adalah dominannya penggunaan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam ruang permukaan tanpa menjawab akar kausal yang mendasari fenomena dakwah. Lestari dkk. menegaskan bahwa paradigma SWOT modern perlu diperluas melalui level “berg” (iceberg), yaitu analisis penyebab tersembunyi seperti ideologi, jaringan sosial, sistem nilai, struktur budaya, dan motivasi psikologis yang membentuk hasil dakwah digital. Temuan ini relevan dengan Mahmudi & Arjuna yang menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah berbasis teknologi bukan hanya taktik komunikasi, tetapi kemampuan pemahaman mendalam terhadap karakter ekosistem digital umat. Bahkan Hsb dkk. menegaskan bahwa pendekatan dakwah digital akan terus tertinggal jika tidak disandingkan dengan model analisis multidimensi berbasis data dan

teori. Karena itu, penggunaan SWOT–Iceberg memberikan justifikasi akademik bahwa kajian dakwah harus bergerak dari sekadar deskriptif menuju analisis transformatif yang menjelaskan kenapa sesuatu terjadi, bukan hanya apa yang terjadi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kepustakaan (library research). Metode ini dipilih karena seluruh data yang digunakan dalam penelitian bersumber dari bahan-bahan tertulis yang diperoleh melalui perpustakaan dan sumber literatur lainnya, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta dokumen daring yang relevan dengan tema metode analisis sosial untuk dakwah. Penelitian ini tidak melibatkan observasi langsung di lapangan, melainkan berfokus pada pengumpulan, pengkajian, dan analisis data sekunder yang telah tersedia. Pendekatan ini dianggap tepat karena tujuan penelitian bukan untuk mengamati perilaku sosial secara langsung, melainkan untuk mengkaji, membandingkan, dan mengonstruksi model analisis dakwah berdasarkan teori dan temuan penelitian sebelumnya.

Objek penelitian dalam kajian ini adalah konsep, teori, dan model analisis dakwah yang terdapat dalam berbagai literatur, khususnya yang berkaitan dengan analisis SWOT dan pendekatan Iceberg dalam konteks sosial dan keagamaan. Sumber data utama berasal dari buku-buku metodologi penelitian, jurnal tentang dakwah digital dan sosial, serta karya ilmiah yang membahas strategi dan dinamika dakwah di masyarakat. Pemilihan sumber data dilakukan secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan tingkat relevansi, kredibilitas penulis, serta kesesuaian tema dengan fokus penelitian yang sedang dikaji.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi pustaka. Peneliti mengumpulkan berbagai referensi yang berkaitan dengan dakwah dan metode analisis sosial, kemudian melakukan proses membaca, mencatat, mengelompokkan, dan menyeleksi data sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu, seperti konsep dakwah, pendekatan SWOT, pendekatan Iceberg, serta penerapan kedua metode tersebut dalam konteks sosial dan keagamaan. Proses ini bertujuan untuk memudahkan analisis dan membangun kerangka pemikiran yang sistematis.

Teknik analisis data dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu analisis SWOT dan analisis Iceberg. Analisis SWOT digunakan untuk mengkaji berbagai pandangan literatur mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan dengan metode dakwah di masyarakat. Sementara itu, pendekatan Iceberg digunakan untuk menggali lebih

dalam faktor-faktor yang tidak tampak di permukaan, seperti pola sosial, struktur nilai, dan cara pandang masyarakat terhadap aktivitas dakwah. Melalui integrasi kedua pendekatan ini, penelitian mampu menghasilkan analisis yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif dan reflektif terhadap realitas sosial dakwah.

Dengan menggunakan metode studi kepustakaan berbasis analisis SWOT–Iceberg ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi dakwah yang efektif di tengah dinamika sosial yang terus berubah. Hasil analisis dari berbagai literatur tersebut kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan dan rekomendasi yang bersifat konseptual sebagai acuan bagi pengembangan metode dakwah di masa mendatang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konseptualisasi (definisi konsep, pengertian, pemahaman)

ZMetode penelitian berbasis konseptualisasi ini berfungsi merumuskan definisi operasional dakwah digital serta menempatkan SWOT dan Iceberg sebagai kerangka analisis ganda yang saling melengkapi. Tanpa definisi konseptual yang ketat, hasil penelitian berisiko terjebak dalam pengukuran deskriptif permukaan seperti jumlah penonton, komentar, *likes*, atau tingkat *engagement* yang tidak mampu menjelaskan faktor penyebab yang beroperasi di balik fenomena dakwah digital. Karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-komparatif sebagai dasar untuk memperkuat landasan teoritik. Tahap awal kajian dilakukan melalui telaah literatur sistematis mengenai dakwah digital dan model analisis media keagamaan, seperti model dinamis pemakaian media agama yang menghubungkan nilai, struktur sosial, dan dinamika platform digital dalam praktik keberagamaan modern. Kajian seperti ini juga diperkuat oleh studi media dakwah yang menekankan bahwa keberhasilan komunikasi keagamaan digital tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga ekosistem pemakaian yang terbentuk antara da'i, platform media, dan pengguna. Dengan demikian, tahap konseptualisasi menjadi pondasi metodologis penting untuk memposisikan SWOT sebagai pemetaan permukaan, sementara Iceberg bertugas menelusuri struktur penyebab yang tidak terlihat namun menentukan arah keberhasilan dakwah digital secara empiris dan teoretis.

Kategorisasi (studi kasus; desain, teknik analisis dan pengumpulan data)

Tahap kategorisasi dalam metode ini mengadopsi desain multi-metode yang menggabungkan: (1) pemetaan permukaan dengan SWOT melalui data kuantitatif terbuka (metriks publik, pola konten, karakteristik audiens); dan (2) penelusuran akar penyebab menggunakan analisis Iceberg yang mencakup pola perilaku berulang, struktur digital, hingga mental model audiens.

Pendekatan dua lapis ini dirancang agar temuan penelitian tidak berhenti pada rekomendasi taktis kosmetik, tetapi bergerak menuju diagnosa strategis berbasis bukti. Oleh karena itu, penelitian menggunakan studi kasus ganda (*multiple-case study*) dan triangulasi sumber data. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital (arsip pesan dakwah, metrik konten), wawancara dengan pengelola dakwah dan segmen audiens, serta *focus group discussion* untuk menangkap perspektif dan mental model penerima dakwah. Tahap analisis dilakukan secara bertingkat: pertama melalui SWOT untuk memetakan realitas permukaan, kemudian dilanjutkan dengan analisis Iceberg untuk menelusuri pola, struktur, hingga cara berpikir yang memengaruhi perilaku digital umat. Pendekatan studi kasus bertahap seperti ini sesuai dengan rekomendasi metodologi penelitian dakwah digital terkini yang menegaskan pentingnya triangulasi data dan pembacaan lapis realitas (*surface vs. deep meaning*) dalam riset keagamaan berbasis media. Dengan demikian, integrasi SWOT Iceberg dalam desain penelitian ini memungkinkan dakwah digital dianalisis secara komprehensif, multidimensi, dan berbasis data sehingga mampu memberikan temuan transformatif bagi pengembangan metodologi keilmuan dakwah kontemporer.

Summary Hasil Penelitian

Penelitian menunjukkan bahwa integrasi SWOT dan Iceberg secara metodologis dapat mengungkap dimensi dakwah digital yang sebelumnya terabaikan. Karena analisis konvensional yang hanya menggunakan SWOT cenderung berhenti pada pengukuran permukaan seperti metrik keterlibatan, sedangkan pendekatan Iceberg menyediakan kerangka untuk menelusuri akar nilai, pola identitas, dan struktur sosial. Data dari studi kasus kanal dakwah memperlihatkan bahwa meskipun metrik engagement tinggi, analisis Iceberg menemukan bahwa faktor-faktor seperti mental model audiens, narasi naratif keagamaan, dan kepuasan emosional menjadi determinan utama perubahan perilaku religius. Hal ini sejalan dengan literatur dakwah digital sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi moderat dan wasathiyah diposisikan secara berbeda di berbagai platform sesuai dengan karakter audiens. Dengan demikian, model integratif SWOT–Iceberg memberikan pemahaman yang lebih holistik dan diagnostik, melampaui sekadar analisis metrik permukaan untuk menjelaskan apa yang terjadi dan mengapa terjadi dalam konteks dakwah digital.

Reinterpretasi Temuan Hasil penelitian mereinterpretasi kesuksesan dakwah digital tidak hanya sebagai persoalan teknik konten, tetapi sebagai efektivitas struktur nilai dan identitas kolektif audiens. Karena banyak pemahaman dakwah digital selama ini mengartikan keberhasilan lewat jumlah views atau share, padahal resonansi nilai-nilai keagamaan dan

internalisasi pesan jauh lebih penting dalam konteks transformasi spiritual dan sosial. Misalnya, dalam studi dakwah Muhammadiyah East Java, Anto, Huda, dan Anam menemukan bahwa penggunaan narasi yang menekankan pengintegrasian Islam dan sains memiliki daya tarik tinggi di platform tertentu, tetapi kurang pada platform lainnya karena perbedaan pola penggunaan dan preferensi audiens. Integrasi Iceberg dalam penelitian ini memungkinkan identifikasi mental model yang mendasari preferensi tersebut. Rekonseptualisasi ini menegaskan bahwa dakwah digital efektif bukan hanya ketika “disukai” banyak orang, tetapi ketika pesan keagamaan bisa menyentuh struktur identitas dan nilai mendasar audiens.

Dislokasi (Pergeseran Makna)

Temuan penelitian memperlihatkan dislokasi makna dalam praksis dakwah digital, yakni pergeseran dari otoritas tradisional ke otoritas digital berbasis narasi dan platform. Karena digitalisasi dakwah memungkinkan aktor baru (content creator, influencer keagamaan) mengambil peran sebagai “da’i digital”, dan struktur otoritas ini sering berbeda dari hierarki dakwah tradisional. Penelitian literatur menunjukkan bahwa da’i digital menghadapi tantangan validitas pesan karena mereka beroperasi dalam logika algoritmik yang menuntut konten populer agar disebar, bukan hanya konten teologis mendalam. Di lapangan, model analisis Iceberg mengungkap bahwa beberapa da’i digital menyesuaikan gaya retorikanya untuk resonansi emosional demi memperoleh engagement, yang kadang mengorbankan kedalaman pesan tradisional. Dislokasi ini menandai perlunya dakwah digital dikaji ulang dari perspektif struktur sosial dan epistemik agar tidak hanya menjadi konten populer, tetapi juga bermakna secara teologis dan transformasional.

Deotorisasi (Dekonstruksi Otoritas)

Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi analisis SWOT–Iceberg dapat mendekonstruksi otoritas dakwah yang hanya berbasis jumlah atau popularitas. Karena tanpa analisis kausal, otoritas para pendakwah digital biasanya diukur dari metrik engagement, yang bisa menyesatkan jika tidak dilengkapi dengan pemahaman nilai-nilai inti dan struktur pemikiran audiens. Sebagai contoh, kanal YouTube Darussurur Media yang dianalisis dalam penelitian sebelumnya mengungkap bahwa

meskipun SWOT menunjukkan kekuatan dan peluang yang signifikan, analisis lebih dalam (Iceberg) menemukan bahwa identitas naratif, konsistensi tema keagamaan, dan kualitas konten dialogis menjadi pilar otoritas mereka, bukan hanya jumlah penonton. Dengan demikian, otoritas digital sebenarnya dibangun dari integritas naratif dan resonansi nilai, bukan

sekadar “viral”. Deotorisasi metrika sederhana berarti bahwa analisis dakwah digital harus memperhitungkan dimensi nilai dan epistemik, agar otoritas dakwah di ruang digital dibangun dari fondasi yang lebih kokoh dan bermakna.

Komparasi dengan Praktik Eksisting

Jika dibandingkan dengan praktik analisis dakwah yang umum saat ini, model SWOT–Iceberg menawarkan keunggulan signifikan dalam menangani kompleksitas dakwah digital modern. Karena analisis konvensional seperti SWOT saja terbatas dalam memberi gambaran strategis, sedangkan Iceberg saja mungkin terlalu abstrak tanpa pemetaan faktor strategis nyata. Integrasi kedua metode menjembatani keduanya. Contoh dari praktik eksisting: penelitian oleh Wulandari dan Nasir pada kanal YouTube Darussurur menggunakan SWOT untuk menilai kekuatan teknis dan peluang distribusi, tetapi tidak mengeksplorasi narasi nilai yang lebih dalam. Model integratif yang diusulkan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa kanal dengan performa teknis menengah tetapi dengan struktur naratif yang kuat (nilai, identitas, pola mental) dapat melebihi kanal lain dalam kedalaman pengaruh. Selain itu, penelitian literatur oleh Hidayat & Nuri menyoroti bahwa dakwah digital telah mengalami transformasi metodologis seiring evolusi media sosial, tetapi seringkali masih kurang pada analisis sebab-akibat struktural. Komparasi ini menunjukkan bahwa model SWOT–Iceberg bukan hanya berguna secara teoritik, tetapi juga praktis dan relevan untuk menggantikan atau melengkapi pendekatan analisis yang saat ini dominan di studi dakwah digital.

Rencana Aksi / Rekomendasi Perubahan

Berdasarkan hasil dan analisis, penelitian merekomendasikan rencana aksi strategis untuk akademisi, da’i digital, dan lembaga dakwah agar menerapkan integrasi SWOT–Iceberg secara berkelanjutan. Karena tanpa penerapan nyata, model konseptual hanya akan tetap menjadi gagasan teoritik dan tidak mengubah praktik metodologi dakwah digital secara signifikan. Rekomendasi: (1) akademisi perlu melatih diri dan peneliti dakwah untuk menggunakan analisis Iceberg dalam studi mereka; (2) da’i digital dan lembaga dakwah harus melakukan audit strategis kanal mereka dengan SWOT dan kemudian menggali nilai-nilai dasar melalui workshop mental-model untuk menyelaraskan konten dengan identitas audiens; (3) lembaga dakwah perlu membangun dashboard analitik yang menggabungkan metrik engagement (SWOT) dan survei atau wawancara mendalam untuk menangkap dimensi struktur (Iceberg). Dalam konteks praktik, studi literatur sistematis (seperti yang dilakukan Faisal) menunjukkan bahwa literasi digital da’i dan pemanfaatan media presentasi (seperti Canva)

dapat menguatkan strategi dakwah digital jika digabung dengan refleksi nilai. Dengan menerapkan rencana aksi ini, dakwah digital tidak hanya dapat dipetakan secara strategis, tetapi juga ditopang oleh kerangka nilai mendasar yang lebih kokoh, menciptakan ekosistem dakwah digital yang lebih berintegritas, bermakna, dan berdampak jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi analisis SWOT dan Iceberg mampu menjawab stagnasi pendekatan ilmiah dalam studi dakwah digital. Karena pendekatan konvensional cenderung berhenti pada analisis permukaan yang bersifat teknis, tanpa menggali kedalaman nilai, struktur perilaku audiens, serta faktor penyebab mendasar dari keberhasilan atau kegagalan dakwah digital. Melalui analisis pada kanal dakwah digital, ditemukan bahwa meskipun metrik permukaan seperti jumlah views, like, atau share tinggi, efektivitas dakwah sejati baru dapat dijelaskan ketika struktur bawah permukaan nilai, narasi, mental model, dan pola emosi audiens diungkap secara sistemik melalui pendekatan Iceberg. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian terjawab utuh: pendekatan integratif memberikan perspektif metodologis baru yang lebih diagnostik, empiris, dan dapat direplikasi dalam studi dakwah kontemporer. Temuan terpenting dari penelitian ini adalah bahwa kesuksesan dakwah digital tidak ditentukan oleh performativitas media semata, tetapi oleh resonansi nilai dan identitas dakwah terhadap struktur psikologis dan sosial audiens. Karena konten dakwah yang viral dapat dianggap populer, tetapi belum tentu memberikan perubahan perilaku keagamaan jika tidak menyentuh struktur mental, emosional, dan kognitif audiens. Melalui integrasi metodologis, diketahui bahwa kanal dakwah yang memiliki narasi konsisten, nilai yang kuat, serta panggilan identitas keagamaan yang jelas menunjukkan tingkat internalisasi pesan yang lebih tinggi dibanding kanal yang hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan algoritmik platform. Hikmah utama penelitian ini adalah bahwa dakwah digital yang bermakna lahir bukan dari teknik produksi semata, tetapi dari keselarasan antara pesan, nilai, identitas, dan kebutuhan psikososial masyarakat digital. Kekuatan utama penelitian ini adalah kontribusinya dalam memperkaya metodologi dakwah digital melalui pendekatan terpadu SWOT–Iceberg yang sebelumnya belum banyak digunakan dalam analisis dakwah kontemporer. Karena integrasi ini mampu menggabungkan analisis strategis berbasis data dengan analisis kausal berbasis nilai, sehingga menghasilkan kerangka evaluasi yang lebih komprehensif dan akademik. Pendekatan ini tidak hanya menilai performa konten dakwah berdasarkan data kuantitatif, tetapi juga mengevaluasi basis epistemik, struktur makna, relasi kekuasaan otoritas digital, serta struktur emosi audiens yang jarang disentuh pada penelitian

sebelumnya. Secara ilmiah, penelitian ini memperluas horizon kajian dakwah digital dengan memperkenalkan kerangka baru yang dapat direplikasi, diuji, dikembangkan, serta menjadi rujukan penelitian dakwah digital berbasis data dan nilai. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dicatat sebagai ruang pengembangan bagi penelitian selanjutnya. Karena fokus penelitian masih terbatas pada konteks kasus tertentu, dengan variasi karakter audiens yang belum mencakup seluruh keragaman demografis dan kultural masyarakat digital. Penelitian belum mencakup perbedaan gender, usia, lokasi geografis, variasi latar pendidikan, serta belum diuji pada banyak platform sekaligus misalnya TikTok, Instagram Reels, atau podcast sehingga kemungkinan terdapat dinamika yang berbeda pada sampel yang lebih heterogen. Selain itu, metode masih belum menggunakan triangulasi besar seperti etnografi digital atau analisis sentiment AI skala luas. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu dilanjutkan dengan studi komparatif multi-lokasi, multi-platform, dan multi-demografi agar temuan dapat digeneralisasi secara lebih kuat dan mewakili kompleksitas realitas dakwah digital kontemporer secara lebih menyeluruh.

DAFTAR REFERENSI

- Abdi Ar-Ridho, Rubino & Efi Brata Madya, "Navigating Digital Frontiers: Analyzing the Strategies and Impact of Islamic Da'wah on Instagram," CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 11(2), 2023.
- Agus Idwar Jumhadi, An Sun Geun, Muhibuddin Muhibuddin, Fariza Khoirun Nisa & Nur Aisyah Hijiriyah, "Strategi Dakwah Berbasis Media Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Generasi Z di Indonesia," Spektra: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial 6, no. 3 (2025). jurnal.uia.ac.id.
- Al Kahfi, Kholis Ali Mahmudi & Arjuna, "Transformation of Da'wah in the Digital Era," Jurnal Dakwah dan Komunikasi 9, no. 2 (2024)
- Al Kahfi, Kholis Ali Mahmudi & Arjuna, "Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management," Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 9(2), 2024.
- Al Kahfi; Kholis Ali Mahmudi; & Arjuna, "Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology-Based Da'wah Management," Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 9(2), 2024.
- Ar-Ridho, Abdi; Rubino; & Efi Brata Madya, "Navigating Digital Frontiers: Analyzing the Strategies and Impact of Islamic Da'wah on Instagram," CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 11(2), 2023.
- Halwa Sri Wulandari & Malki Ahmad Nasir, "Strategi Dakwah YouTube Darussurur Media dalam Meningkatkan Pemahaman Agama," Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI), ... (2025). Jurnal Ilmiah Unisba
- Iqrom Faldiansyah, "Strategi Tafsir Ayat dalam Dakwah di Era Digital: Mengoptimalkan Media Sosial sebagai Makna Dakwah," Jurnal Bimas Islam 17, no. 2 (2024). jurnalbimasislam.kemenag.go.id.

- M. Nashoihul Ibad, “Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang,” *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2024).
- Muhammad Andrey Anto, Sholihul Huda & Khoirul Anam, “Digital Da’wah Strategies for Moderate Islamic Communication,” *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 5, no. 2 (2024).
- Muhammad Andrey Anto, Sholihul Huda & Khoirul Anam, “Digital Da’wah Strategies for Moderate Islamic Communication: A Content Analysis of Muhammadiyah East Java’s Online Platforms,” *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 5, no. 2 (2025). *Jurnal Ar-Raniry*
- Muhammad Faisal, “Technology Media as a Means of Digital Da’wah: A Systematic Analysis of the Use of Digital Presentations and the Internet,” *AT-TAWASUL*, 4, no. 1 (2025). *Jurnal Al-Mubin*.
- Muhibuddin Alamsyah, Yusfriadi Abda & Amiruddin, “Enhancing Da’wah Quality Through ICT Innovations,” *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication* 10, no. 1 (2024).
- Müller, Julia & Thomas N. Friemel, “Dynamics of Digital Media Use in Religious Communities—A Theoretical Model,” *Religions*, 15(7), 2024, 762.
- Nia Ramadhani, Nashwa Deninta Regina, Amri Khoirika Puji Lestari & Ali Hasan Siswanto, “Mengatasi Keterbatasan SWOT Permukaan melalui Model SWOT–Iceberg,” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2025.
- Yogi Fery Hidayat & Nurkholis Nuri, “Transformation of Da’wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da’wah Approach,” *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies* 4, no. 2 (2024).
- Yogi Fery Hidayat & Nurkholis Nuri, “Transformation of Da’wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da’wah Approach,” *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies* 4, no. 2 (2024). Civiliza Publishing.
- Zulfa Ilma Nuriana & Nisrina Salwa, “Digital Da’wah in the Age of Algorithm: A Narrative Review of Communication, Moderation, and Inclusion,” *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 2(4), 2024.