

Peran Strategis Perempuan dalam Dakwah Islam

Cut Syamsidar¹, Hasan Sazali², Retno Sayekti³, Abdurrahim⁴

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

syamsidar3005243014@uinsu.ac.id, hasansazali@uinsu.ac.id, retnosayekti69@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas peran strategis perempuan dalam dakwah Islam dari perspektif historis hingga era digital. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka, penelitian ini menelusuri kontribusi perempuan sejak masa awal Islam, dimana tokoh seperti Khadijah RA dan Aisyah RA menjadi pendukung utama penyebaran ajaran Islam, hingga masa kini di mana perempuan memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang inklusif dan kreatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi peran perempuan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi yang membuka ruang partisipasi lebih luas dalam diskursus keagamaan dan sosial. Perempuan tidak hanya bertindak sebagai pendengar, tetapi juga sebagai produsen konten dakwah yang relevan dengan konteks zaman. Mereka turut aktif dalam pemberdayaan masyarakat, pendidikan keagamaan, serta pembentukan identitas keislaman melalui media sosial, podcast, dan platform digital lainnya. Penelitian ini menegaskan bahwa perempuan memiliki posisi multifaset dan strategis dalam membentuk wajah dakwah Islam yang progresif, inklusif, dan adaptif terhadap tantangan zaman.

Kata kunci: Perempuan, Dakwah Islam di Era Digital

Abstract

This study explores the strategic role of women in Islamic da'wah from a historical perspective to the digital era. Using a qualitative approach with a literature review method, the research traces women's contributions from the early days of Islam – where figures such as Khadijah RA and Aisyah RA were

pivotal in spreading Islamic teachings – to the present, where women utilize digital media as inclusive and creative platforms for da'wah. The findings reveal a significant transformation in women's roles, driven by the advancement of information technology that allows broader participation in religious and social discourse. Women are no longer merely recipients of da'wah but have emerged as content creators, actively engaging with contemporary issues. They play key roles in community empowerment, Islamic education, and identity formation through social media, podcasts, and other digital platforms. The study concludes that women hold multifaceted and strategic positions in shaping a progressive, inclusive, and adaptive face of Islamic da'wah in the modern era.

Keywords: Women, Islamic Da'wah in Digital Era

Pendahuluan

Dalam sejarah dakwah Islam, peran perempuan telah menjadi aspek yang sangat penting, tidak hanya dalam aspek spiritual tetapi juga dalam pembentukan masyarakat yang lebih baik. Sejak zaman dahulu, perempuan telah menunjukkan kapabilitas dalam menyebarkan ajaran Islam dan berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan. Di awal sejarah Islam, perempuan seperti Khadijah binti Khuwailid merupakan sosok yang berperan penting dalam mendukung Rasulullah SAW dan menyebarkan Islam dengan efektif. Mereka bukan hanya berfungsi sebagai penerima, tetapi juga sebagai penggerak serta penyebar wahyu Allah melalui dakwah yang penuh kasih sayang^{1,2}

Di era modern ini, tantangan dan peluang dalam dakwah semakin kompleks, terlebih dengan kemajuan teknologi yang memfasilitasi penyebaran informasi secara global. Era digital telah merubah cara dakwah dilakukan, memungkinkan perempuan untuk mengambil peran

¹ Pimay, A., & Savitri, F. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55

² Trilaksono, I., Komalasari, A., Tubarad, C. P. T., & Yuliansyah, Y. (2021). Pengaruh Islamic Corporate Governance dan Islamic Social Reporting terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(1), 11–20.

strategis dalam menyampaikan pesan-pesan moral dan ajaran Islam. Perempuan kini dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk berkontribusi aktif dalam diskursus keagamaan dan sosial, memanfaatkan inovasi yang tersedia sebagai sarana pemberdayaan dan literasi. Penelitian menunjukkan bahwa kemampuan perempuan untuk beradaptasi dengan teknologi digital menjadi vital dalam peran dakwah mereka di masyarakat saat ini^{3,4}

Dalam konteks ini, penting untuk menetapkan strategi dakwah yang mempertimbangkan karakteristik dan kekuatan perempuan sebagai komunikator. Pendekatan yang inklusif dan interaktif harus digunakan agar perempuan dapat berbicara kepada khalayak yang lebih luas, dengan materi yang relevan dan disampaikan dengan cara yang menarik. Penggunaan media digital juga memberi tantangan sekaligus kesempatan untuk menjangkau generasi muda yang lebih terbiasa dengan format komunikasi di dunia maya. Dengan demikian, perhatian terhadap metode penyampaian dakwah serta pemanfaatan platform digital menjadi kunci efektivitas dalam menyampaikan ajaran Islam^{5,6}

Pentingnya pemahaman yang mendalam tentang konteks historis, serta adaptasi terhadap perubahan zaman, sangatlah diperlukan bagi perempuan dalam menjalankan perannya dalam dakwah. Melihat dari sejarah hingga kondisi saat ini, kita dapat menarik benang merah bahwa perempuan selalu memiliki posisi yang strategis dalam proses dakwah. Mereka diharapkan tidak hanya menjadi penyampai pesan, tetapi juga

³ Hasyim, F., & Makruf, S. (2022). Pemberdayaan perempuan melalui gerakan literasi di era digital. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (1), 46-52

⁴ Ulumuddin, I. K., Shobirin, M. A., & Martin, A. (2022). Penguatan dakwah islam aswaja pada generasi muda di era digital. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 95-106.

⁵ Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). YouTube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran. *Al-Hikmah*, 13 (1), 23

⁶ Prasetyo, J., Sarasati, F., Fabrianto, L., Safitri, R., Abdullah, H., Yuwanda, H., & Salma, A. (2023). Optimalisasi fitur YouTube sebagai media pemberdayaan ekonomi lembaga Muslimah Wahdah Islamiyah. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 46-53

pelopor perubahan positif dalam masyarakat melalui integrasi pengetahuan dan teknologi, serta melaksanakan dakwah yang kreatif dan inovatif di era digital ini⁷

Pada era modern yang ditandai oleh mobilitas tinggi, pertumbuhan urbanisasi, dan perkembangan teknologi informasi, praktik dakwah mengalami pergeseran bentuk dan makna⁸. Secara teologis, Islam memberikan amanah dakwah kepada setiap individu tanpa memandang jenis kelamin. Namun, konstruksi patriarkis yang masih kuat dalam masyarakat seringkali membatasi perempuan pada peran domestik dan sekadar pendukung dalam kegiatan keagamaan. Padahal, sejarah Islam mencatat peran penting tokoh-tokoh perempuan seperti Khadijah, Aisyah, dan Ummu Salamah yang aktif dalam penyebaran ajaran Islam⁹. Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas peran perempuan dalam dakwah, seperti studi dari Setiawati yang meneliti kontribusi majelis taklim perempuan di kota-kota besar dalam membentuk moralitas sosial¹⁰. Studi lain oleh Rakhmawati⁶ menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform baru bagi perempuan muslimah urban untuk berdakwah dengan pendekatan yang lebih kontekstual. Demikian juga, penelitian dari Faizah & Alkhalimi menyoroti keterlibatan perempuan dalam dakwah komunitas sebagai bentuk emansipasi sosial berbasis nilai-nilai Islam¹¹.

⁷ Ulfa, F., & Efrina, E. (2024). Relevansi metode dakwah hamka dan implementasinya di Indonesia. *Journal of Communication and Social Sciences*, 2(1), 45-53.

⁸ Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43-55.

⁹ Linda Gale Jones, "Medieval Islamic Preaching as a Resource for the Study of Gender and Islam," *Propaganda and (Un) Covered Identities in Treatises and Sermons*, 2020, 139-51.

¹⁰ Setiawati, N. (2012). Majelis Taklim dan Tantangan Pengembangan Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1), 81-95.

¹¹ Faizah, R., & Alkhalimi, D. V. (2023). Peran Perempuan Dalam Gerakan Dakwah Islam. *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(2), 100-108.

Dalam beberapa tahun terakhir, kita menyaksikan peningkatan signifikan dalam peran perempuan dalam dakwah Islam. Perempuan kini aktif berperan dalam berbagai bentuk dakwah, baik di ruang publik maupun melalui platform digital. Mereka tidak hanya terlibat dalam kegiatan keagamaan tradisional, seperti pengajaran dan penyebaran ilmu agama, tetapi juga semakin banyak yang memanfaatkan media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan podcast, untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. Hal ini menjadi refleksi dari perkembangan zaman dan pemanfaatan teknologi untuk mendekatkan Islam dengan masyarakat yang lebih besar. Misalnya, tokoh-tokoh perempuan seperti Ummul Qura (Aisyah RA) sebagai perawi hadis yang terkenal dan Ummu Waraqah, yang memimpin salat, menjadi contoh bahwa perempuan memiliki peran yang penting dalam dakwah Islam¹².

Perempuan memiliki posisi yang strategis dalam sejarah dakwah Islam, baik sebagai pendukung, komunikator, maupun agen perubahan sosial. Sejak masa Nabi Muhammad SAW, tokoh-tokoh perempuan seperti Khadijah binti Khuwailid dan Aisyah RA telah menunjukkan kontribusi besar dalam menyebarkan ajaran Islam serta membentuk tatanan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai keimanan. Peran tersebut terus berkembang hingga masa kini, di mana kemajuan teknologi dan keterbukaan informasi telah membuka ruang yang lebih luas bagi perempuan untuk berdakwah melalui berbagai medium, terutama media digital. Fenomena ini menandai pergeseran peran perempuan dari ranah privat menuju ruang publik yang lebih inklusif dan partisipatif. Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul pula tantangan yang perlu dicermati, seperti bias gender, resistensi kultural, serta kesenjangan akses terhadap teknologi dan pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk merumuskan permasalahan yang dapat menggambarkan dinamika dan strategi perempuan dalam menjalankan dakwah Islam dari masa ke masa, serta relevansinya ditengah perkembangan era digital saat ini.

¹² Nada, K., Syafi'e, Z. R., & Monady, H. (2025). Perempuan dalam Panggung Dakwah Islam: Kajian Tematik Hadis dan Relevansinya di Era Kontemporer. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(3), 462-473.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk memahami secara mendalam peran strategis perempuan dalam dakwah Islam dari perspektif historis hingga era digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (library research), yakni dengan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen historis yang membahas kontribusi perempuan dalam dakwah. Penelitian pustaka atau riset pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan¹³ Seluruh data dianalisis secara kualitatif melalui interpretasi terhadap isi dan konteks, dengan memfokuskan pada tema-tema utama yang mencakup dinamika dakwah perempuan, strategi komunikasi, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dari masa ke masa. Pendekatan ini dipilih untuk menggali pemahaman yang komprehensif mengenai peran perempuan sebagai aktor penting dalam penyebaran dakwah Islam dalam berbagai era. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan telaah terhadap berbagai literatur dari tahun 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa peran perempuan dalam dakwah di Indonesia sangat beragam dan berkembang secara signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan kesadaran gender. Hasil literatur ini menunjukkan bahwa media dakwah yang digunakan para pendakwah perempuan sangat bervariasi, mulai dari media sosial, organisasi keagamaan, lembaga pendidikan, hingga kebijakan publik. Perkembangan teknologi digital telah memunculkan wajah baru dalam kegiatan dakwah

¹³ Mestika, Z. (2004). Metode Penelitian Perpustakaan, Yayasan Bogor Indonesia.

perempuan, di mana media sosial seperti YouTube, Instagram, dan platform digital lainnya menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman yang inklusif dan kreatif. Penelitian oleh Putri & Fanshoby menekankan pentingnya konten edukatif dalam dakwah perempuan¹⁴, sedangkan Nasution, dkk., menunjukkan tantangan konstruksi gender yang dihadapi, namun juga menegaskan besarnya potensi perempuan dalam menyampaikan dakwah yang kontekstual¹⁵.

Fenomena seperti dakwah Nawaning¹⁶ dan pembentukan identitas keagamaan perempuan dalam komunitas dakwah digital¹⁷ menjadi bukti bahwa perempuan telah memosisikan dirinya sebagai subjek aktif dalam membentuk wacana keagamaan yang responsif terhadap isu sosial. Lebih lanjut, peran perempuan juga sangat menonjol dalam organisasi dan komunitas keagamaan, seperti Muslimat NU dan Aisyiyah, yang berperan dalam pemberdayaan sosial dan pendidikan Islam¹⁸. Selain itu, media cetak dan jurnalistik juga menjadi medium dakwah penting bagi perempuan, seperti yang dilakukan oleh Rohana Kuddus dalam memperjuangkan hak dan pendidikan perempuan melalui tulisannya

¹⁴ Putri, H., & Fanshoby, M. (2024). Analisis Isi Pesan Dakwah Perempuan Dan Pendidikan Di Youtube@ BincangMuslimah. *Bayyin: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2 (1), 44-60.

¹⁵ Nasution, M. A., Azhari, M., Ramadhani, A., Sazali, S., & Dalimunthe, M. A. (2022). Representasi Bahasa dan Budaya dalam Music Video Lathi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6 (2), 14453-14461.

¹⁶ Fabriar, S., Fitri, A., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif media dakwah era digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14 (1), 1-6.

¹⁷ Pambayun, E. (2021). Identitas dakwah perempuan dengan techno-religion. *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1 (2), 123-140

¹⁸ Mardiah, N. I., Luthfiyah, L., Sadat, A., Ihlasi, I., Ramadhan, S., & Kusumawati, Y. (2022). Analisis Pergerakan Pendidikan Perempuan Serta Kiprah Siti Walidah di Aisyiyah. *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 6(1), 60-75.

Perempuan juga aktif dalam ruang kebijakan publik, sebagaimana ditunjukkan oleh Kadriyah, yang mengungkap peran strategis legislator perempuan dalam menyuarakan nilai-nilai Islam dalam kebijakan pemerintahan¹⁹. Dalam konteks keberagamaan kontemporer, dakwah inklusif yang menekankan kesetaraan gender juga diusung oleh tokoh seperti Amina Wadud, yang menunjukkan pentingnya pendekatan dakwah yang terbuka dan kritis terhadap dinamika sosial²⁰. Bahkan dalam isu-isu gender yang lebih spesifik, seperti narasi poligami dan keadilan gender di kalangan aktivis dakwah perempuan mengungkap bagaimana perempuan aktif membentuk pemahaman keislaman yang lebih adil melalui pendidikan agama dan media. Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa perempuan tidak lagi sekadar menjadi objek dakwah, tetapi telah menjadi subjek aktif dan strategis dalam membentuk wajah dakwah Islam yang inklusif, progresif, dan berkeadaban—baik di ruang domestik maupun ruang publik, dari pendidikan hingga kebijakan, dengan memanfaatkan berbagai medium dakwah yang relevan di era digital ini.

Hasil pembahasan mengenai peran strategis perempuan dalam dakwah Islam dari perspektif historis hingga era digital menunjukkan transformasi signifikan yang terjadi dalam cara perempuan terlibat di dalamnya. Sejak zaman awal penyebaran Islam, perempuan telah memainkan peranan penting sebagai pendukung serta penyampai pesan-pesan suci. Dengan adanya perkembangan media dan teknologi informasi, peran ini semakin meluas dan beradaptasi sesuai kebutuhan zaman. Saat ini, perempuan dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, podcast, dan aplikasi berbagi video untuk mengimplementasikan dakwah dalam konteks yang lebih relevan bagi

¹⁹ Kadriyah, S. M., & Aziz, A. (2024). Tantangan & Dinamika Politik Gender di Dunia Islam: Analisis Komparatif Mesir, Turki, Dan Arab Saudi. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 20(1), 136-157.

²⁰ Hanifah, N., & Astutik, A. P. (2024). Pemikiran Amina Wadud Tentang Dakwah di Dunia Modern. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(2), 22-31.

masyarakat modern^{21,22, 23}

Salah satu inovasi terkini dalam dakwah adalah penggunaan podcast sebagai media alternatif yang semakin diminati oleh kalangan muda. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen konten dakwah yang inovatif, mengadaptasi materi sukarela maupun edukatif yang sesuai dengan dinamika sosial saat ini. Selanjutnya, kehadiran media sosial memungkinkan perempuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas dan cepat melalui influencer dan micro- influencer, yang dapat menjangkau audiens yang lebih beragam dan spesifik²⁴. Hal ini membuktikan bahwa perempuan dapat berpengaruh dalam diskursus keagamaan melalui pendekatan yang modern dan dapat membantu mendobrak stereotip yang ada tentang otoritas agama.

Dari perspektif pemberdayaan, perempuan semakin aktif dalam pengembangan kelompok dukungan yang fokus pada literasi digital dan pemberdayaan ekonomi melalui dakwah. Mereka dijadikan sebagai penggerak dalam perubahan sosial dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat mereka^{25,26}. Ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa realisasi dakwah di era digital memerlukan

²¹ Fabriar, S., Fitri, A., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif media dakwah era digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 1–6

²² Pimay, A., & Savitri, F. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55

²³ Girsang, C. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.

²⁴ Prasetyo, J., Sarasati, F., Fabrianto, L., Safitri, R., Abdullah, H., Yuwanda, H., & Salma, A. (2023). Optimalisasi fitur YouTube sebagai media pemberdayaan ekonomi lembaga Muslimah Wahdah Islamiyah. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 46–53

²⁵ Hasyim, F., & Makruf, S. (2022). Pemberdayaan perempuan melalui gerakan literasi di era digital. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 46–52.

²⁶ Halimah, I., Supiati, S., & Syamsinar, S. (2023). Peningkatan produktivitas kelompok ibu-ibu PKK Desa Bonto Matinggi melalui media digital. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2699–2707

pemahaman dan keterampilan yang baik dalam konten dan penggunaan media²⁷. Dengan demikian, efektivitas dakwah perempuan di era digital tidak hanya berhubungan dengan cara penyampaian yang kreatif, tetapi juga dengan kemampuan mereka untuk mendayagunakan teknologi yang ada untuk kebaikan sosial^{28,29}

Dalam aspek pendidikan, perempuan berperan penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui berbagai bentuk pendidikan formal dan non-formal. Lembaga pendidikan Islam, seperti pondok pesantren, masih menjadi sarana utama dalam penyampaian dakwah yang efektif³⁰. Dukungan perempuan dalam pendidikan ini sangat krusial, terutama dalam mengadaptasi kurikulum dan metode pembelajaran yang interaktif sesuai dengan perkembangan zaman³¹. Dengan kata lain, peran perempuan dalam dakwah telah mengalami evolusi dari pendukung tradisional dalam konteks keluarga menjadi agen perubahan dalam masyarakat yang lebih luas melalui berbagai kanal digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perempuan memiliki peran strategis dan multifaceted dalam dakwah Islam, baik di lingkup tradisional maupun di era digital ini. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan platform digital, mereka tidak hanya memperkuat suaramereka sendiri tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penguatan nilai-nilai Islam dalam konteks sosial yang lebih luas.

²⁷ Ulumuddin, I. K., Shobirin, M. A., & Martin, A. (2022). Penguatan dakwah islam aswaja pada generasi muda di era digital. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 95-106

²⁸ Royani, M., Rizal, M., & Kholik, K. (2024). Strategi retorika dakwah Gus Iqdam untuk menarik minat Generasi Z. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 211-225.

²⁹ Aswad, M., Rahim, A., Wahyuddin, W., Subha, R., & Bahria, K. (2024). Penanaman pemahaman literasi dakwah di era milenial melalui digital pada mahasiswa KPI Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi Ipteks*, 2(4), 1141-1148

³⁰ Izzulloh, A., & Moebin, A. (2022). Digitalisasi dakwah pondok pesantren saat pandemi COVID-19. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 20-42

³¹ Budiantoro, W., & Saputri, K. (2021). Pengembangan dakwah multikultural di era digital. *icodv*, 2 (1), 13-22

Upaya ini diharapkan dapat berlanjut dan semakin meluas, seiring dengan kebutuhan masyarakat akan dakwah yang relevan dan kontemporer. Transformasi peran perempuan dalam dakwah Islam: dari zaman klasik ke era digital"menggambarkan perkembangan signifikan peran perempuan dalam aktivitas dakwah Islam dari masa ke masa. Pada zaman awal Islam, perempuan sudah memegang peran penting sebagai pendukung utama dalam penyebaran ajaran Islam. Khadijah RA menjadi contoh nyata sebagai pendukung moral dan material bagi Nabi Muhammad SAW serta turut aktif menyampaikan nilai-nilai Islam di lingkungan keluarganya.

Memasuki era media konvensional, peran perempuan dalam dakwah semakin meluas melalui kegiatan majelis taklim, pengajian, serta siaran radio dan televisi lokal. Mereka tampil sebagai penceramah, penggerak komunitas, hingga penyelenggara kegiatan keagamaan. Transformasi ini semakin berkembang di era digital, di mana perempuan mulai memanfaatkan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, podcast, YouTube, dan Reels sebagai media dakwah. Tidak hanya sebagai konsumen, perempuan kini menjadi produsen konten dakwah yang edukatif dan inspiratif. Mereka berperan sebagai influencer dan micro-influencer yang menjangkau berbagai kalangan masyarakat, terutama generasi muda.

Perempuan turut menjadi penggerak dalam pemberdayaan sosial melalui pelatihan literasi digital berbasis dakwah, pembentukan komunitas perempuan berbasis nilai Islam, dan upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi umat melalui pendekatan keagamaan. Dalam bidang pendidikan, perempuan aktif mengajar di lembaga pendidikan formal dan non-formal seperti pesantren, serta terlibat dalam pengembangan kurikulum dan metode pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Keseluruhan transformasi ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran strategis dan multifaset dalam dakwah Islam, baik sebagai pendakwah, pendidik, penggerak sosial, maupun pelopor perubahan. Dengan memanfaatkan teknologi dan media digital, perempuan berkontribusi besar dalam penguatan nilai Islam di tengah masyarakat modern yang terus berkembang.

Kesimpulan

Perempuan memiliki peran strategis yang terus berkembang dalam dakwah Islam, mulai dari periode historis hingga era digital saat ini. Sejak masa awal Islam, tokoh-tokoh perempuan seperti Khadijah binti Khuwailid dan Aisyah RA telah menunjukkan kontribusi nyata dalam mendukung dan menyebarkan ajaran Islam. Peran ini tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga sosial dan edukatif, yang menjadikan perempuan sebagai penggerak perubahan dalam masyarakat. Transformasi dakwah perempuan semakin menonjol dengan hadirnya teknologi digital yang membuka ruang partisipasi lebih luas dan inklusif. Perempuan kini tampil sebagai pendakwah kreatif yang memanfaatkan media sosial, podcast, dan platform digital lainnya untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang kontekstual dan komunikatif. Mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen konten dakwah yang inovatif dan relevan dengan dinamika masyarakat modern.

Lebih dari itu, perempuan turut aktif dalam pemberdayaan sosial dan pendidikan, baik melalui komunitas dakwah digital, organisasi keagamaan, maupun lembaga pendidikan. Keterlibatan perempuan dalam literasi digital, pendidikan keagamaan, hingga ranah kebijakan publik, menunjukkan bahwa mereka merupakan subjek aktif dalam membentuk wajah dakwah Islam yang inklusif, progresif, dan responsif terhadap isu-isu sosial dan gender. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran perempuan dalam dakwah Islam tidak lagi terbatas pada ruang domestik atau dukungan pasif, melainkan telah berkembang menjadi aktor kunci dalam penyebaran ajaran Islam yang adaptif terhadap zaman. Perempuan berperan sebagai komunikator, pendidik, influencer, dan agen perubahan sosial yang mampu memanfaatkan teknologi untuk memperkuat nilai-nilai Islam dan membentuk masyarakat yang lebih berkeadaban. Peran ini perlu terus diperkuat melalui dukungan literasi digital, akses pendidikan, dan ruang ekspresi yang setara, agar dakwah perempuan di era digital dapat terus berkembang secara efektif dan berkelanjutan.

Daftar pustaka

- Aswad, M., Rahim, A., Wahyuddin, W., Subha, R., & Bahria, K. (2024). Penanaman pemahaman literasi dakwah di era milenial melalui digital pada mahasiswa KPI Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi Ipteks*, 2 (4), 1141–1148.
- Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55.
- Budiantoro, W., & Saputri, K. (2021). Pengembangan dakwah multikultural di era digital. *icodew*, 2 (1), 13–22.
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). YouTube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran. *Al-Hikmah*, 13 (1), 23.
- Fabriar, S., Fitri, A., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif media dakwah era digital. *An- Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14 (1), 1–6.
- Faizah, R., & Alkhalimi, D. V. (2023). Peran Perempuan Dalam Gerakan Dakwah Islam. *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(2), 100–108.
- Girsang, C. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12 (2), 206–225.
- Halimah, I., Supiati, S., & Syamsinar, S. (2023). Peningkatan produktivitas kelompok ibu-ibu PKK Desa Bonto Matinggi melalui media digital. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2699– 2707.
- Hanifah, N., & Astutik, A. P. (2024). Pemikiran Amina Wadud Tentang Dakwah di Dunia Modern. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2 (2), 22–31.
- Hasyim, F., & Makruf, S. (2022). Pemberdayaan perempuan melalui gerakan literasi di era digital. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (1), 46–52.
- Izzulloh, A., & Moebin, A. (2022). Digitalisasi dakwah pondok pesantren saat pandemi COVID-19. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10 (1), 20–42.
- Kadriyah, S. M., & Aziz, A. (2024). Tantangan & Dinamika Politik Gender di Dunia Islam: Analisis Komparatif Mesir, Turki, Dan Arab Saudi. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 20(1), 136–157.

- Linda Gale Jones, "Medieval Islamic Preaching as a Resource for the Study of Gender and Islam," *Propaganda and (Un) Covered Identities in Treatises and Sermons*, 2020, 139–51
- Mardiah, N. I., Luthfiyah, L., Sadat, A., Ihlas, I., Ramadhan, S., & Kusumawati, Y. (2022). Analisis Pergerakan Pendidikan Perempuan Serta Kiprah Siti Walidah di Aisyiyah. *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 6(1), 60-75.
- Mestika, Z. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*, Yayasan Bogor Indonesia.
- Nada, K., Syafi'e, Z. R., & Monady, H. (2025). Perempuan dalam Panggung Dakwah Islam: Kajian Tematik Hadis dan Relevansinya di Era Kontemporer. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(3), 462-473.
- Nasution, M. A., Azhari, M., Ramadhani, A., Sazali, S., & Dalimunthe, M. A. (2022). Representasi Bahasa dan Budaya dalam Music Video Lathi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14453-14461.
- Pambayun, E. (2021). Identitas dakwah perempuan dengan techno-religion. *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1 (2), 123–140.
- Pimay, A., & Savitri, F. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41 (1), 43–55.
- Prasetyo, J., Sarasati, F., Fabrianto, L., Safitri, R., Abdullah, H., Yuwanda, H., & Salma, A. (2023). Optimalisasi fitur YouTube sebagai media pemberdayaan ekonomi lembaga Muslimah Wahdah Islamiyah. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4 (2), 46–53.
- Putri, H., & Fanshoby, M. (2024). Analisis Isi Pesan Dakwah Perempuan Dan Pendidikan Di Youtube@ BincangMuslimah. *Bayyin: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2 (1), 44-60.
- Royani, M., Rizal, M., & Kholik, K. (2024). Strategi retorika dakwah Gus Iqdam untuk menarik minat Generasi Z. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5 (2), 211–225.
- Setiawati, N. (2012). Majelis Taklim dan Tantangan Pengembangan Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1), 81-95.
- Trilaksono, I., Komalasari, A., Tubarad, C. P. T., & Yuliansyah, Y. (2021). Pengaruh Islamic Corporate Governance dan Islamic Social

Reporting terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(1), 11-20.

Ulfa, F., & Efrina, E. (2024). Relevansi metode dakwah hamka dan implementasinya di Indonesia. *Journal of Communication and Social Sciences*, 2(1), 45-53.

Ulumuddin, I. K., Shobirin, M. A., & Martin, A. (2022). Penguatan dakwah islam aswaja pada generasi muda di era digital. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (2), 95-106.