



---

## **TRANSFORMASI METODE DAKWAH: MENGINTEGRASIKAN VIRTUAL REALITY JOURNEY DALAM PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH**

**Al Kahfi**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia, email:

[alkafi588@gmail.com](mailto:alkafi588@gmail.com)

---

### **Keywords**

Islamic Da'wah, Virtual Reality, Immersive Technology, Spirituality, Religious Understanding, Digital Da'wah

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the transformation of da'wah methods through the integration of Virtual Reality (VR) journeys in enhancing religious understanding and spiritual experiences of the mad'u. The research addresses a gap in previous studies that mostly focus on conventional digital media such as social media and websites, without specifically exploring immersive technologies like VR. Employing a qualitative approach, this study is based on a synthesis of recent literature and in-depth interviews with digital da'wah practitioners, Islamic VR content creators, and users of religious-themed VR content. The findings reveal that VR holds a distinctive potential in delivering immersive, affective, and reflective religious experiences. Simulations of sacred spaces (e.g., Masjid al-Haram), Islamic historical events, and interactive narratives effectively evoke empathy, deepen the comprehension of Islamic values, and strengthen spiritual consciousness. Compared to conventional methods, VR offers a heightened sense of presence and emotional impact. This study contributes a novel perspective to the digital da'wah discourse by proposing VR journey integration as a transformative method aligned with the visual, interactive, and experiential nature of the digital generation.*

---

### **Kata Kunci:**

Dakwah Islam, Virtual Reality, Teknologi Imersif, Spiritualitas, Pemahaman

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi metode dakwah melalui integrasi teknologi Virtual Reality (VR) journey dalam membangun pemahaman dan pengalaman spiritual mad'u secara lebih mendalam. Kajian ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan penelitian terdahulu yang masih terfokus pada media dakwah digital konvensional seperti media sosial dan situs web, tanpa menyentuh secara

---

spesifik pemanfaatan teknologi imersif seperti VR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur terkini serta wawancara mendalam dengan sejumlah praktisi dakwah digital, pengembang konten VR, dan pengguna konten VR bertema keislaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa VR memiliki potensi unik dalam menghadirkan pengalaman dakwah yang imersif, afektif, dan reflektif. Simulasi ruang-ruang sakral seperti Masjidil Haram, peristiwa sejarah Islam, hingga perjalanan naratif interaktif terbukti membangkitkan empati, meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam, serta memperkuat kesadaran spiritual pengguna. Dibanding metode konvensional, penggunaan VR menghadirkan sensasi "kehadiran" yang lebih kuat dan berdampak emosional tinggi. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur dakwah digital dengan mengusulkan integrasi VR journey sebagai pendekatan dakwah transformatif yang lebih relevan dengan karakter generasi digital yang visual, interaktif, dan experiential.

---

## A. Pendahuluan

Beragam penelitian telah menyebutkan bahwa teknologi sangat mempengaruhi dari segala aspek kehidupan individu maupun bermasyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat di era digital, metode dakwah Islam perlu menyesuaikan diri agar dapat menjangkau masyarakat modern secara efektif dan relevan. Transformasi digital membawa perubahan besar dalam cara informasi disampaikan dan diterima, serta membuka peluang baru dalam penyampaian dakwah yang lebih menarik secara visual dan interaktif bagi audiens yang terbiasa dengan teknologi.<sup>1</sup> Virtual Reality (VR) muncul sebagai inovasi yang mampu memberikan pengalaman dakwah yang unik dan berbeda, memungkinkan audiens tidak hanya "mendengar" atau "melihat" tetapi juga "merasakan" dan "mengalami" pesan-pesan keislaman dalam lingkungan yang hampir nyata.<sup>2</sup> Dengan simulasi yang mendekati kehidupan nyata, teknologi ini memberikan potensi besar untuk menciptakan dakwah yang lebih immersif, misalnya melalui simulasi haji, perjalanan sejarah Islam, atau bahkan menghadirkan suasana masjid secara virtual bagi umat yang jauh dari akses ke tempat ibadah.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> García-Bravo, J. M., et al. (2023). "Virtual Reality in Education: A Review of Learning Theories, Approaches and Methodologies for the Last Decade," *Electronics*, 12(13), 2832.

<sup>2</sup> A. Fitralisti, L. P. Ghanistyana, M. H. Indriani, R. Yulianti, dan A. R. Amalia, "Transformasi Cyber Public Relations VR Journey Indonesia: Peluang dan Tantangan Virtual Reality," *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2025): 13–27.

<sup>3</sup> Bailenson, J. (2018). *Experience on Demand: What Virtual Reality Is, How It Works, and What It Can Do*. W. W. Norton & Company.

Perjalanan dakwah telah mengalami perubahan perkembangan yang cukup pesat dan beragam diberbagai bidang keilmuan, nanmu masih sangat minim dilakukan dalam bidang keagamaan atau dakwah, padahal jika dilihat dari perkembangannya dakwah bisa digolongkan ke dalam berbagai macam metode penyampaiannya dan objeknya yaitu: *dakwah fardiah* (dakwah secara individu kepada individu lain), *dakwah ammah* (dakwah dari satu individu kepada sekelompok orang), *dakwah bil-lisan* (dakwah yang disampaikan langsung dengan lisan), *dakwah bil-hal* (dakwah dengan perbuatan yang nyata), *dakwah bit-tadwin* (dakwah dengan tulisan) dan *dakwah bil hikmah* (dakwah dengan cara persuasif dan bijaksana).<sup>4</sup> Dengan demikian, paper ini memiliki tujuan untuk memperhatikan potensi dari penggunaan teknologi VR untuk membuat dunia perdakwaan lebih modern dan lebih efektif dalam mencapai audiens sehingga pesan dari dakwah bisa dipahami dengan mudah.

Potensi VR dalam dakwah sangat besar, terutama dalam upaya mendekatkan ajaran Islam kepada semua golongan baik dari generasi muda yang akrab dengan teknologi, maupun bagi para orang tua yang tidak mengerti teknologi bisa merasakan sensasi VR secara langsung di event event pameran yang ada.<sup>5</sup> Penggunaan VR dapat mengatasi tantangan keterbatasan akses fisik dan geografis, serta menambah daya tarik dalam penyampaian materi keagamaan. Dengan menciptakan pengalaman yang lebih emosional dan personal, VR diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih mendalam pada pemahaman dan penerimaan pesan dakwah.<sup>6</sup> Namun, penerapan VR dalam konteks dakwah juga menghadirkan tantangan baru, seperti kesiapan infrastruktur, aksesibilitas teknologi bagi seluruh lapisan masyarakat, biaya yang harus dikeluarkan bagi orang yang ingin merasakan sensasi penggunaan VR dan potensi risiko dalam penyalahgunaan visualisasi konten agama. Selain itu, meskipun VR berpotensi besar, kajian mengenai efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman dan pengalaman spiritual audiens masih sangat terbatas.

---

<sup>4</sup> Jauhari, A., et al. (2024). "Modern Strategies in Optimizing Technology-Based Da'wah in the Digital Era," *Jurnal Dakwah Kreatif*, 9(2), 65–90.

<sup>5</sup> Wardani, *Model Pengembangan Virtual Reality sebagai Media Pembelajaran PAI di Pondok Pesantren Muhammadiyah Darul Arqam Patea* (disertasi doktor, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2025).

<sup>6</sup> Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016). "Enhancing Our Lives with Immersive Virtual Reality," *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74.

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas relasi antara dakwah dan teknologi digital umumnya masih terbatas pada media komunikasi konvensional dan belum secara spesifik menyentuh transformasi metode dakwah melalui teknologi imersif seperti Virtual Reality (VR). Misalnya, Ahmad Rafik (2023) menyoroti tantangan dakwah di era digital, seperti hilangnya keteladanan dan meningkatnya individualisme dalam ruang digital, namun tidak mengidentifikasi bentuk media yang digunakan, apalagi membahas teknologi terkini seperti AR dan VR yang mulai diadopsi dalam bidang pendidikan dan simulasi keagamaan. Penelitian Nirwan Wahyudi (2023) menunjukkan bahwa media sosial, aplikasi dakwah, dan situs web merupakan instrumen utama dalam proses digitalisasi dakwah, namun belum menyoroti potensi besar media imersif yang menawarkan pengalaman mendalam seperti VR sebagai sarana penyampaian pesan religius yang lebih afektif dan partisipatif. Adapun Salman Yoga (2015) hanya memprediksi bahwa dakwah ke depan akan bermigrasi ke internet, tetapi tidak menjelaskan bagaimana model dakwah baru akan terbentuk di lingkungan digital tiga dimensi yang menghadirkan sensasi kehadiran (presence) dan partisipasi spiritual. Dengan demikian, kajian-kajian sebelumnya masih minim membahas integrasi VR dalam dakwah, terutama dalam bentuk *VR journey* yang menggabungkan elemen pengalaman, edukasi, dan perenungan spiritual secara terpadu.<sup>7</sup> Oleh karena itu, penelitian ini menempati ruang kosong dalam kajian dakwah digital dengan fokus pada transformasi metode dakwah melalui integrasi *Virtual Reality journey* – yakni penggunaan simulasi ibadah, pengalaman ruang sakral, hingga narasi interaktif dalam ruang virtual – yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan, pemahaman, dan kesiapan spiritual mad'u. Pendekatan ini menawarkan paradigma baru dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformasional, sejalan dengan kebutuhan generasi digital yang cenderung visual, interaktif, dan experiential.<sup>8</sup>

Dari penelitian-penelitian yang telah ada, belum ada penelitian yang mengaitkan dakwah, dengan teknologi AR dan VR padahal kedua teknologi ini diyakini sebagai masa depan dunia teknologi, oleh karena itu penelitian ini akan membahas tentang seberapa besar potensi keuntungan dakwah menggunakan teknologi VR.

---

<sup>7</sup> Yani, N., et al. (2024). "Digital Media dalam Penguatan Strategi Dakwah Lintas Platform," *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 1-20.

<sup>8</sup> Santoso, D., et al. (2024). "Innovative Religious Science Education: Incorporating Virtual Reality to Teach Complex Theological Concepts," *JSSUT*, 2(3), 404-420.

## B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam penggunaan teknologi Virtual Reality (VR) dalam aktivitas dakwah Islam kontemporer. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kesenjangan (gap) dari penelitian terdahulu yang umumnya masih terbatas pada dakwah digital berbasis media sosial dan video, tanpa banyak membahas aspek imersif seperti VR yang mampu memberikan pengalaman spiritual mendalam kepada mad'u. Fokus penelitian diarahkan pada integrasi VR dalam metode dakwah dan bagaimana media ini mampu membentuk pemahaman, emosi, serta kesadaran religius melalui simulasi interaktif.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam program dakwah berbasis VR di Masjid Istiqlal Jakarta. Peneliti mewawancarai pengelola program VR Masjid Istiqlal, tim teknis yang mengembangkan konten VR, serta beberapa jamaah yang telah mengikuti pengalaman dakwah berbasis VR. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi secara bebas persepsi, pengalaman spiritual, dan respon emosional dari para informan terhadap penggunaan VR dalam konteks penyampaian pesan dakwah. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui kajian literatur terhadap artikel-artikel ilmiah nasional maupun internasional, jurnal dakwah digital, publikasi akademik tentang teknologi imersif dalam pendidikan agama, serta dokumentasi program dakwah berbasis VR yang pernah dilakukan di institusi keagamaan lain, baik di dalam maupun luar negeri.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam, observasi partisipatif terbatas saat simulasi VR ditampilkan di Masjid Istiqlal, serta studi dokumentasi terhadap media visual dan literatur yang relevan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik (thematic analysis). Peneliti melakukan reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, lalu mengategorisasikannya ke dalam tema-tema utama seperti efektivitas dakwah, kekuatan pesan visual, respon spiritual mad'u, dan integrasi nilai-nilai keislaman dalam konten VR. Hasil analisis ini diinterpretasikan untuk menemukan pola, pemaknaan, serta dampak penggunaan VR dalam kegiatan dakwah Islam kontemporer.

Untuk memastikan validitas dan keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dari berbagai informan, sementara triangulasi metode dilakukan dengan mencocokkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi literatur. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking dengan mengonfirmasi hasil interpretasi kepada informan utama. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam mengembangkan metode dakwah Islam yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi digital, khususnya teknologi imersif berbasis VR.

## C. Hasil dan Pembahasan

### Perkembangan Metode Dakwah di Era Digital

Transformasi dakwah Islam mengalami akselerasi signifikan seiring kemajuan teknologi informasi.<sup>9</sup> Perubahan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh aspek metodologis dan epistemologis dakwah itu sendiri.<sup>10</sup> Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi terikat pada ruang-ruang fisik seperti mimbar masjid atau majelis taklim tradisional, melainkan telah memasuki ekosistem digital yang dinamis dan lintas batas.<sup>11</sup> Pada masa sebelumnya, aktivitas dakwah didominasi oleh pola-pola konvensional, seperti ceramah tatap muka, pengajian rutin, tabligh akbar, dan diskusi kitab di pesantren atau masjid. Bentuk ini bersifat linear, satu arah, dan bergantung pada otoritas personal pendakwah. Namun, seiring penetrasi internet dan pertumbuhan masyarakat digital, terjadi pergeseran dalam cara penyampaian pesan keagamaan. Saat ini, dakwah telah bermigrasi ke berbagai platform digital media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, hingga aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram. Mad'u (audiens dakwah) tidak lagi hanya menjadi pendengar pasif, melainkan turut terlibat sebagai produsen dan penyebar pesan keagamaan melalui mekanisme *user-generated content*.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Yuliatul Firdaus, Muhammad Nauval Azizurrochman, dan Ali Hasan Siswanto, "Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam," *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 746-755.

<sup>10</sup> Yu, Z. (2021). "A Meta-Analysis of the Effect of Virtual Reality Technology Use in Education," *Interactive Learning Environments*, 29(8), 1415-1435.

<sup>11</sup> Sholihul Huda dan M. Fil, *Dakwah Digital Muhammadiyah (Pola Baru Dakwah Era Disrupsi)* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2022).

<sup>12</sup> Kholis Ali Mahmudi Al Kahfi dan Arjuna, "Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 2 (2024): 63-79.

Transisi ini menggambarkan perubahan dari komunikasi monologis menuju bentuk komunikasi dialogis dan partisipatif. Dalam ruang digital, interaksi antara pendakwah dan mad'u menjadi lebih cair, responsif, dan personal. Pola baru ini mencerminkan pendekatan pembelajaran sosial, di mana nilai-nilai keagamaan tidak hanya disampaikan, tetapi juga dikonstruksi bersama dalam dialog virtual yang terbuka. Hal ini berdampak pada bentuk dakwah yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap kebutuhan generasi digital, terutama kalangan muda. Lebih jauh, perkembangan teknologi interaktif dan imersif seperti *Virtual Reality* (VR) menghadirkan peluang baru dalam transformasi dakwah.<sup>13</sup> Teknologi ini memungkinkan penciptaan pengalaman dakwah yang mendalam, di mana pengguna dapat merasa hadir secara psikis di dalam ruang religius atau ritual ibadah. Simulasi manasik haji dalam bentuk VR, misalnya, bukan hanya meningkatkan pemahaman prosedural, tetapi juga dapat menumbuhkan kesiapan spiritual melalui pengalaman multisensorik. Konsep ini relevan dengan pendekatan belajar melalui pengalaman konkret yang diyakini dapat memperkuat keterhubungan emosional dan kognitif antara peserta dan nilai-nilai yang diajarkan.<sup>14</sup>

Dalam konteks dakwah, pendekatan berbasis pengalaman ini berpotensi menjadi medium efektif dalam menjembatani keterputusan emosional yang kerap muncul dalam dakwah digital satu arah. Pengalaman virtual yang terstruktur dengan baik dapat menumbuhkan penghayatan keagamaan yang lebih personal, terutama bagi generasi yang lebih familier dengan dunia visual dan interaktif.<sup>15</sup> Dengan demikian, dakwah berbasis teknologi imersif bukan hanya sekadar modernisasi metode, melainkan bentuk respons strategis terhadap perubahan budaya belajar dan beragama di era digital. Tren dakwah kontemporer menunjukkan bahwa para pendakwah mulai mengadopsi berbagai format kreatif, seperti vlog spiritual, konten dakwah sinematik, ceramah dalam bentuk reels pendek, hingga kolaborasi dengan tokoh publik di ruang digital.<sup>16</sup> Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga mengadaptasi narasi dakwah dengan gaya

---

<sup>13</sup> Aina Fitralisti et al., "Transformasi Cyber Public Relations VR Journey Indonesia: Peluang dan Tantangan Virtual Reality," *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2025): 13–27.

<sup>14</sup> Ramadhan, M. R., et al. (2025). "Building Virtual Reality Hajj Journey Learning Media as a Simulation Tool for Teaching the Rituals of Hajj and Umrah," *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 19(1), 42–60.

<sup>15</sup> Recha Mardianty Rachmi, "Utilisasi Media dan Komunikasi Visual dalam Dakwah di Era 5.0," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 124–135.

<sup>16</sup> Nurul Harifah, "Tren Hijrah dan Dai Prematur: Analisis Fenomena Sosial dan Implikasinya dalam Dakwah Kontemporer," *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1, no. 3 (2025): 327–334.

komunikasi yang lebih relevan dan menarik. Dalam kerangka ini, metode penyampaian pesan dakwah semakin hibrida menggabungkan unsur naratif, visual, dan interaktif dalam satu kesatuan yang komunikatif.<sup>17</sup>

Namun demikian, perkembangan ini menuntut kesiapan pendakwah dalam memahami etika digital, literasi teknologi, serta kemampuan membingkai pesan dakwah agar tidak kehilangan nilai substantifnya. Dalam ruang digital yang terbuka dan kompetitif, tantangan tidak hanya datang dari disrupsi konten, tetapi juga dari potensi banalitas spiritual – yakni reduksi nilai agama menjadi sekadar konsumsi visual yang dangkal. Oleh karena itu, dakwah di era digital memerlukan penyesuaian yang tidak hanya teknis, tetapi juga konseptual, agar tetap mampu menghadirkan makna, keteladanan, dan transformasi spiritual.<sup>18</sup> Singkatnya, perkembangan metode dakwah di era digital merepresentasikan fase baru dalam perjalanan dakwah Islam: dari ruang fisik ke ruang virtual, dari ceramah ke konten kreatif, dari komunikasi satu arah menuju dialog interaktif, serta dari pengajaran verbal menuju pengalaman spiritual yang imersif.<sup>19</sup> Transformasi ini membuka peluang besar, sekaligus mengharuskan reorientasi metode dakwah agar tetap kontekstual, otentik, dan berdampak di tengah revolusi digital yang terus bergerak maju.

### **Gambaran Umum Transformasi Metode Dakwah di Era Teknologi Imersif**

Dalam dua dekade terakhir, dakwah Islam mengalami transformasi mendalam seiring akselerasi teknologi digital dan perubahan pola interaksi sosial masyarakat global.<sup>20</sup> Jika sebelumnya dakwah bertumpu pada tatap muka konvensional di masjid, majelis taklim, pesantren, dan forum pengajian, kini penyampaian pesan keislaman meluas ke ekosistem digital multi-kanal: media sosial (YouTube, Instagram, TikTok), platform video live dan webinar (Zoom, Google Meet, StreamYard), aplikasi mobile dan komunitas pesan singkat (Umma, Muslim Pro, WhatsApp, Telegram), pembelajaran daring terstruktur (LMS kampus, kursus dakwah, microlearning pesan religi), hingga ruang realitas virtual dan

---

<sup>17</sup> Zaimatur Rofiah dan Mazriatul Miah, "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Media Dakwah: Kontribusinya terhadap Peningkatan Pemahaman Pendidikan Agama Islam," *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 174–186.

<sup>18</sup> Rustam Aji, "Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016).

<sup>19</sup> Badrah Uyuni, *Media Dakwah Era Digital* (Yogyakarta: Penerbit Assofa, 2023).

<sup>20</sup> Yuliatul Firdaus, Muhammad Nauval Azizurrochman, dan Ali Hasan Siswanto, "Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam," *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 746–755.

metaverse.<sup>21</sup> Pergeseran ekologi dakwah ini didorong oleh perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat khususnya generasi digital native yang cenderung mobile, visual, partisipatif, dan serba cepat.<sup>22</sup>

Penelitian tentang transformasi dakwah digital menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi mampu memperluas jangkauan, mempercepat distribusi pesan, memfasilitasi segmentasi mad'u berbasis data analitik, dan menuntut manajemen konten lintas platform agar pesan tetap konsisten namun kontekstual. Di Indonesia, tren ini tampak pada komunitas dakwah urban seperti Pemuda Hijrah; gerakan kajian kampus; lembaga pelatihan ibadah yang menyiapkan jamaah umrah dan haji; serta jaringan ustadz muda yang aktif di platform video pendek. Mereka memadukan desain visual modern, bahasa komunikasi yang akrab bagi Gen Z, dan distribusi konten terjadwal untuk menjaga keterikatan komunitas.<sup>23</sup> Dari sudut Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003), keberhasilan kanal-kanal ini menjelaskan bahwa dakwah digital memiliki *relative advantage* (jangkauan luas, hemat biaya), *compatibility* dengan budaya media sosial anak muda, *trialability* melalui konten pendek, dan *observability* lewat metrik keterlibatan (view, like, share) yang dapat dilihat publik – semuanya mempercepat adopsi.

Transformasi dakwah digital juga dapat dibaca melalui lensa Mediatization of Religion (Hjarvard, 2013) dan Networked Religion (Campbell, 2013; Campbell & Cheong, 2024). Media tidak lagi sekadar sarana, tetapi membentuk cara agama diakses, dimaknai, dan dinegosiasikan. Otoritas keagamaan dapat bergeser dari struktur hierarkis tradisional menuju otoritas reputasional berbasis visibilitas digital, interaksi real-time, dan kredibilitas komunitas daring. Jaringan dakwah kini bersifat terdistribusi: seorang ustadz dapat menyampaikan kajian dari studio mini rumah, sementara jamaah yang tersebar di berbagai kota bergabung secara sinkron maupun asinkron. Pola ini menciptakan realitas multi-situs

---

<sup>21</sup> Ahmad Fauzan, "Masjid sebagai Media Komunikasi Islam untuk Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Kalangan Generasi Muda," *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 2 (2024): 270–283.

<sup>22</sup> Al Muzani, *Dakwah Transformatif Pesantren Agroekologis Biharul Ulum dalam Upaya Pemulihan Krisis Sosial Ekologis di Kawasan Halimun Utara Bogor* (skripsi S1, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

<sup>23</sup> Aisyah Nurherviyanti et al., "Menelaah Penggunaan Virtual Reality (VR) dalam Pelaksanaan Ibadah Haji dari Sudut Pandang Rukun Haji," *Moderasi: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 1, no. 1 (2022).

(onsite–online–onsoul) di mana pengalaman keberagaman berlangsung lintas ruang dan perangkat.

Perubahan penting berikutnya adalah pergeseran dari konsumsi konten pasif menuju pengalaman dakwah partisipatif.<sup>24</sup> Secara teoritis, kerangka Uses & Gratifications (Katz, Blumler & Gurevitch) membantu menjelaskan motivasi audiens: mencari pengetahuan<sup>25</sup> agama praktis, identitas religius, afiliasi komunitas, inspirasi emosional, bahkan hiburan bernuansa spiritual. Platform interaktif memungkinkan mad'u mengajukan pertanyaan langsung, mengikuti polling, mengunggah testimoni perubahan diri, atau berbagi ulang kutipan dakwah yang menyentuh. Hal ini sejalan dengan gagasan Participatory Culture bahwa pengguna bukan hanya konsumen, tetapi juga produsen makna. Dalam konteks dakwah, partisipasi audiens memperluas penyebaran pesan secara organik sekaligus memperkuat rasa kepemilikan kolektif atas ajaran yang disampaikan.

Masuknya teknologi imersif khususnya Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), dan ruang metaverse—menandai fase lanjutan evolusi dakwah.<sup>26</sup> Teknologi ini menghadirkan *sense of presence* (rasa hadir) dan *embodied experience* (pengalaman terlibat secara tubuh-virtual) yang selama ini menjadi kekuatan utama majelis fisik. Penelitian tentang pengalaman imersif menunjukkan bahwa meningkatnya rasa kehadiran dan keterlibatan sensorimotor dapat memicu resonansi emosional dan empati yang lebih kuat.<sup>27</sup> Dalam dakwah, hal ini membuka peluang simulasi pengalaman religius: tur virtual ke Masjidil Haram untuk memahami rukun umrah, rekonstruksi 3D peristiwa sejarah hijrah, atau majelis zikir yang dihadiri avatar jamaah global dalam ruang audio-spasial. Dengan memanfaatkan teori Social Presence, kita dapat memahami bagaimana persepsi kedekatan interpersonal di lingkungan mediasi menentukan intensitas keterikatan spiritual dan penerimaan pesan.

---

<sup>24</sup> Nidya Agustin Beni Prasetyo dan Zukhrufi Izza Ramadhan, "New Media dan Komunikasi Dakwah," *Revolusi*.

<sup>25</sup> Nurliya Ni'matul Rohmah, "Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global COVID-19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification)," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2020): 1–16.

<sup>26</sup> Herman Tolle dan Fais Al Huda, *Teknologi Digital Immersive: Pemanfaatan untuk Kemajuan Bangsa* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2023).

<sup>27</sup> Pratiwi Amalia Putri, Resti Tultuffia Sari, dan Amanah Noor Pauseh, "Transisi Dakwah di Era Society 5.0 Berbasis Immersive," *Jurnal Dijitac* 3, no. 1 (2022): 1–11.

Integrasi pengalaman imersif dengan pedagogi keagamaan dapat pula dikaitkan dengan Experiential Learning (Kolb) dan Transformative Learning (Mezirow). Audiens tidak hanya menerima informasi secara kognitif, tetapi juga menjalani siklus pengalaman merasakan (*concrete experience*), merefleksi (*reflective observation*), memahami konsep (*abstract conceptualization*), lalu menerapkan (*active experimentation*) dalam praktik ibadah sehari-hari. Ketika seorang calon jamaah haji menggunakan simulasi VR untuk belajar manasik, ia tidak sekadar melihat video instruksional; ia mengalami tata gerak, ruang, dan urutan ritual sehingga pemahaman prosedural dan makna spiritual dapat lebih mendalam. Di sinilah dakwah bergerak dari komunikasi informatif menuju pembentukan kesadaran afektif dan transformasi perilaku.<sup>28</sup>

Dari perspektif Teori Revitalisasi (Anthony F. C. Wallace), adopsi teknologi imersif dalam dakwah dapat dibaca sebagai respons kolektif terhadap ketegangan budaya modern: sekularisasi ruang publik, fragmentasi komunitas, tekanan ekonomi digital, dan banjir informasi religius yang tidak terkurasi. Revitalisasi terjadi ketika komunitas keagamaan melakukan *mazeway reformulation*—menyusun kembali peta makna hidup—dengan menggabungkan simbol, ritual, dan narasi Islam ke dalam format teknologi baru untuk memulihkan relevansi spiritual. Program dakwah VR yang merekontekstualisasi pengalaman ibadah, misalnya, dapat menjadi fase organisasi dan penyebaran ide revitalisasi yang menguatkan identitas muslim urban tanpa harus meninggalkan modernitas digital.<sup>29</sup>

Konteks Indonesia menghadirkan lapisan kultural yang unik. Melalui kerangka Dakwah Kultural, pesan agama disalurkan dengan mempertimbangkan bahasa lokal, estetika budaya, dan tradisi keagamaan yang hidup di masyarakat. Teknologi imersif memungkinkan dokumentasi dan rekreasi tradisi Islam lokal—Maulid Arbain, Ziarah Kubro Palembang, majelis habaib, atau praktik tadarus Ramadhan nusantara—ke dalam arsip 3D interaktif yang dapat diakses lintas generasi. Dengan demikian, teknologi bukan hanya alat ekspansi, tetapi wahana konservasi memori keagamaan dan transmisi nilai lintas

---

<sup>28</sup> Siati, S., & Prayoga, A. (2024). "Teaching Management of Islamic Religion Education Based on Virtual Reality for Hajj-Umrah Materials," *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 16(2), 210–223.

<sup>29</sup> Ahmed, H., Allaf, M., & Elghazaly, H. (2020). *Covid-19 and medical education*. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(7), 777–778.

ruang-waktu. Bagi generasi muda yang mungkin jauh secara geografis dari kampung halaman atau tradisi leluhur, pengalaman imersif dapat menjadi jembatan afektif yang menumbuhkan rasa memiliki terhadap warisan Islam Nusantara.

Transformasi ini sekaligus memunculkan tantangan strategis. Arus konten keagamaan yang masif meningkatkan risiko disinformasi, simplifikasi ajaran, polarisasi wacana, dan komersialisasi berlebihan. Perspektif Etika Media Digital menuntut kurasi ilmiah, verifikasi sanad pengetahuan, serta moderasi narasi agar dakwah tetap membawa rahmah. Dari sudut manajemen dakwah, institusi perlu mengembangkan standar kualitas konten, pelatihan literasi media bagi dai, tim analitik data untuk memetakan kebutuhan mad'u, dan protokol keamanan digital. Integrasi Kecerdasan Buatan (AI) untuk personalisasi materi harus disertai prinsip privasi, transparansi algoritmik, dan sensitivitas mazhab.

Secara praktis, indikator keberhasilan transformasi dakwah di era teknologi imersif dapat dievaluasi pada beberapa ranah: (1) jangkauan dan keterlibatan lintas platform (analytics); (2) kedalaman pembelajaran dan retensi materi (assessment digital, kuis adaptif); (3) perubahan sikap atau perilaku ibadah (self-report, tracking partisipasi program offline); (4) penguatan identitas dan kohesi komunitas (jejaring digital-fisik); (5) keberlanjutan ekonomi dan tata kelola transparan pada model monetisasi dakwah digital; serta (6) daya revitalisasi tradisi Islam lokal melalui dokumentasi dan re-enactment imersif. Indikator-indikator ini dapat diturunkan menjadi instrumen penelitian kuantitatif maupun kualitatif dalam studi manajemen dakwah kontemporer.<sup>30</sup>

Pada akhirnya, transformasi metode dakwah di era teknologi imersif menuntut integrasi antara otoritas keilmuan, kecakapan teknologi, kepekaan budaya, dan etika digital. Dakwah yang efektif bukan hanya yang viral, tetapi yang mampu memediasi pengalaman religius yang autentik, membangun kedekatan emosional, memfasilitasi pembelajaran bermakna, dan menginspirasi perubahan hidup yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Dengan memanfaatkan kerangka teori Difusi Inovasi, Mediatization, Networked Religion, Uses & Gratifications, Social Presence, Experiential & Transformative Learning, Revitalisasi, serta Dakwah Kultural, kita dapat membaca dan merancang masa

---

<sup>30</sup> Badrah Uyuni, *Media Dakwah Era Digital* (Yogyakarta: Penerbit Assofa, 2023).

depan dakwah yang tidak sekadar adaptif terhadap teknologi, tetapi mampu mengarahkan teknologi bagi kemaslahatan umat.

### **Potensi Virtual Reality (VR) dalam Penyampaian Pesan Dakwah**

Virtual Reality (VR) sebagai salah satu bentuk teknologi imersif kini mulai memperoleh perhatian sebagai medium potensial dalam bidang dakwah Islam.<sup>31</sup> Berbeda dengan media dakwah konvensional yang cenderung bersifat tekstual, linier, dan terbatas pada indra visual-auditori, VR memungkinkan terjadinya pengalaman dakwah yang bersifat multisensorik, partisipatif, dan emosional. Dalam konteks penyampaian pesan keagamaan, VR memiliki potensi besar untuk menciptakan pengalaman spiritual yang tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga afektif dan reflektif.

Salah satu bentuk nyata dari penerapan VR dalam dakwah adalah simulasi perjalanan ibadah haji dan umrah.<sup>32</sup> Dalam program berbasis VR, pengguna dapat “merasakan” pengalaman memasuki Masjidil Haram, melakukan thawaf di sekitar Ka’bah, hingga menjalani prosesi wukuf di Arafah. Meskipun secara fisik tidak berpindah tempat, teknologi ini memungkinkan pengguna mengalami sensasi kehadiran (presence) dalam ruang ibadah yang sakral. Imersi ini membangkitkan emosi religius, mengurangi kecemasan ibadah pertama kali, serta meningkatkan kesiapan spiritual sebelum melaksanakan ibadah secara nyata. Demikian pula, VR dapat digunakan untuk merekonstruksi sejarah Islam secara interaktif, seperti menyusuri jejak hijrah Rasulullah SAW, menyaksikan Perjanjian Hudaibiyah dalam bentuk dramatik digital, atau memasuki replika rumah Nabi di Madinah.<sup>33</sup> Penyampaian narasi keislaman dalam bentuk visual interaktif ini berpotensi menumbuhkan pemahaman historis dan spiritual yang lebih dalam, terutama bagi generasi muda yang cenderung belajar secara visual dan berbasis pengalaman.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Sukmawati Kusuma Wardani, *Model Pengembangan Virtual Reality sebagai Media Pembelajaran PAI di Pondok Pesantren Muhammadiyah Darul Arqam Patea* (Disertasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2025).

<sup>32</sup> Moh Ainol Yaqin dan Abu Tholib, "Implementasi Manasik Haji dengan Teknologi VR (Virtual Reality) untuk Mencegah Penyebaran Virus Covid-19," (2022).

<sup>33</sup> Muhammad Fawwaz Mu'afi, "The Historiography of Islam and Technology," *Konferensi Nasional Mahasiswa Sejarah Peradaban Islam 1* (2024): 24–32.

<sup>34</sup> Rahman, F., et al. (2025). What is the role of immersive virtual reality (IVR) in the development of creativity skills and engagement among students in STREAM-based learning? *Education and Information Technologies*. Advance online publication

Dibandingkan dengan media dakwah konvensional seperti ceramah lisan, khutbah, atau buku bacaan, VR menawarkan keunggulan dalam hal keterlibatan emosional dan retensi informasi. Ceramah konvensional umumnya bersifat satu arah dan mengandalkan kemampuan orator dalam membangun imajinasi audiens. Sebaliknya, VR memungkinkan pengguna mengalami dan memanipulasi lingkungan secara langsung, menjadikan dakwah tidak lagi bersifat pasif, tetapi interaktif dan dialektis. Keterlibatan aktif ini merangsang pemrosesan informasi yang lebih dalam, sehingga pesan dakwah tidak sekadar diterima, tetapi juga dialami secara pribadi. Dalam banyak studi pendidikan, pengalaman imersif terbukti meningkatkan konsentrasi, pemahaman prosedural, dan motivasi belajar. Dalam konteks dakwah, pengalaman yang demikian dapat memperkuat internalisasi nilai-nilai Islam secara afektif, bukan hanya rasional.<sup>35</sup>

Lebih jauh, kemampuan VR dalam menghadirkan nuansa yang menyerupai kenyataan juga membuka ruang bagi dakwah yang lebih menyentuh sisi psikologis dan spiritual audiens.<sup>36</sup> Sensasi "berada di sana" secara virtual memungkinkan terbangunnya kedekatan emosional terhadap tempat dan peristiwa sakral yang sebelumnya hanya bisa dibayangkan melalui teks atau gambar statis. Ini menjadi krusial di tengah generasi digital yang cenderung mengalami kelelahan informasi dan kejenuhan terhadap metode ceramah konvensional. VR menawarkan pengalaman dakwah yang segar, kontekstual, dan lebih mudah diterima oleh generasi muda yang terbiasa dengan narasi visual dan interaktif. Dalam hal ini, teknologi tidak hanya menjadi medium, tetapi juga ruang baru bagi pembentukan makna religius secara personal.

Namun demikian, potensi besar VR dalam dakwah juga perlu diiringi dengan kehati-hatian dalam aspek etika, fiqh, dan akidah. Tidak semua unsur keislaman dapat direpresentasikan secara visual tanpa risiko penyederhanaan atau bahkan penyimpangan makna. Visualisasi figur sahabat Nabi atau peristiwa ghaib, misalnya, memerlukan pertimbangan serius dari perspektif syariah dan budaya lokal. Oleh karena itu, penggunaan VR dalam dakwah harus tetap berada dalam koridor kesucian ajaran Islam, didampingi oleh bimbingan ulama, dan dirancang secara bijak oleh pengembang yang memahami

---

<sup>35</sup> Jauhari, A., et al. (2024). *Modern Strategies in Optimizing Technology-Based Da'wah in the Digital Era*. *Jurnal Dakwah Kreatif*, 9(2), 65-90.

<sup>36</sup> Campbell, H., & Cheong, P. H. (Eds.). (2024). *The Oxford Handbook of Digital Religion*. Oxford University Press.

batas-batas adab representasi dalam Islam. Secara keseluruhan, VR menawarkan sebuah pendekatan baru dalam dakwah Islam yang lebih humanis, adaptif, dan emosional. Ia tidak dimaksudkan untuk menggantikan metode konvensional, melainkan sebagai pelengkap yang mampu memperluas cara penyampaian pesan-pesan keagamaan dalam format yang lebih menarik, efektif, dan transformatif. Di tengah perkembangan dunia digital yang semakin imersif, dakwah Islam perlu terus berinovasi agar tetap relevan, komunikatif, dan membumi di hati umat.

### **Integrasi VR Journey dengan Konsep Dakwah**

Integrasi *VR Journey* dalam dakwah merupakan terobosan yang memadukan teknologi imersif dengan spiritualitas Islam, dengan tujuan menciptakan pengalaman dakwah yang lebih hidup, afektif, dan kontekstual.<sup>37</sup> Berbeda dari penyampaian konvensional yang menekankan verbalitas dan teks, *VR Journey* membawa mad'u "masuk" ke dalam lingkungan virtual yang merepresentasikan ruang dan peristiwa bersejarah dalam Islam. Dalam hal ini, dakwah tidak hanya didengar atau dibaca, tetapi dialami secara virtual.

Salah satu kekuatan utama *VR Journey* adalah kemampuannya menciptakan ilusi kehadiran sebuah pengalaman "seolah-olah berada" di tempat suci seperti Masjidil Haram, Masjid Nabawi, Gua Hira, atau situs bersejarah lainnya. Pengalaman imersif ini membuka kemungkinan baru dalam menyampaikan pesan dakwah yang mengandalkan atmosfer dan emosi. Pengguna dapat melihat suasana thawaf di Ka'bah, menyaksikan jejak hijrah Nabi Muhammad SAW, atau "berjalan" di lorong pasar Madinah tempo dulu, semuanya dengan sensasi real-time yang memperkuat keterlibatan batin. Ini sangat potensial bagi kalangan muda atau mualaf yang belum pernah menunaikan haji atau umrah, serta bagi lembaga pendidikan agama dalam meningkatkan minat dan penghayatan terhadap sejarah Islam.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> M. A. Zubaidi, *Pendidikan Islam 5.0: Integrasi Spiritualitas dan Teknologi di Era Disrupsi* (Zahir Publishing, t.t.).

<sup>38</sup> Moh Ainol Yaqin dan Abu Tholib, "Implementasi Manasik Haji dengan Teknologi VR (Virtual Reality) untuk Mencegah Penyebaran Virus Covid-19," (2022).

Agar *VR Journey* dapat berfungsi sebagai media dakwah yang efektif, konten yang dikembangkan harus disesuaikan dengan karakteristik teknologi tersebut.<sup>39</sup> Pesan-pesan dakwah seperti kisah kenabian, nilai akhlak, perjuangan sahabat, atau tata cara ibadah, perlu dikemas dalam narasi visual yang menarik dan mengandung elemen interaktif. Misalnya, kisah Nabi Ibrahim dapat divisualkan dalam bentuk perjalanan spiritualnya menuju Ka'bah, diiringi dengan penjelasan nilai tauhid dan keteguhan iman. Konten ibadah seperti simulasi wudhu, shalat, atau manasik haji dapat dirancang sebagai modul bertahap yang menggabungkan panduan praktis dengan penanaman nilai spiritual. Pendekatan semacam ini mendukung prinsip bahwa pembelajaran agama tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformasional membangun kesadaran dan ketundukan secara batiniah melalui pengalaman personal.

Namun demikian, penggunaan *VR Journey* dalam dakwah tidak lepas dari berbagai tantangan, baik teknis maupun etis. Dari sisi teknis, pembuatan lingkungan virtual yang realistis membutuhkan sumber daya besar, termasuk tenaga kreatif, perangkat lunak desain 3D, serta perangkat keras berkualitas tinggi agar pengguna dapat merasakan pengalaman secara maksimal. Selain itu, ada persoalan aksesibilitas: tidak semua kalangan jamaah memiliki perangkat VR atau literasi digital yang memadai. Ini dapat menciptakan kesenjangan antara generasi digital-native dan kalangan tradisional dalam mengakses konten dakwah.<sup>40</sup>

Di sisi lain, tantangan etis dan teologis juga perlu diperhatikan. Representasi tempat suci dan tokoh agama dalam bentuk digital memunculkan perdebatan mengenai batas adab dan kepantasan dalam visualisasi agama. Visualisasi Nabi, sahabat, atau peristiwa ghaib sangat sensitif dan berpotensi menimbulkan kontroversi jika tidak dilandasi pertimbangan syar'i dan kehati-hatian. Oleh karena itu, pengembangan dakwah berbasis VR harus melibatkan pemangku otoritas keagamaan, agar konten yang dihasilkan tetap berada dalam koridor akidah, adab, dan maqashid syariah.

Dengan memahami tantangan dan peluangnya, integrasi *VR Journey* dalam dakwah harus diposisikan bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi juga ijtihad kreatif dalam

---

<sup>39</sup> Aina Fitralisti et al., "Transformasi Cyber Public Relations VR Journey Indonesia: Peluang dan Tantangan Virtual Reality," *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2025): 13–27.

<sup>40</sup> Septrya Rochmawati Asmarita, "Optimalisasi Teknologi Augmented Reality (AR) dalam Dakwah Interaktif untuk Generasi Z," *AL-MANAR: Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam* 13, no. 02 (2024): 201–218.

menyampaikan nilai Islam secara kontekstual. Ia menjadi jembatan antara tradisi dan transformasi, antara nilai abadi dengan media kekinian. Dakwah melalui *VR Journey* diharapkan mampu menyentuh akal, hati, dan pengalaman manusia modern yang hidup dalam era visual dan interaktif, tanpa kehilangan ruh spiritualitas dan kedalaman pesan ilahiah.

### **Dampak Penggunaan VR terhadap Pemahaman dan Spiritualitas Mad'u**

Kemajuan teknologi digital di era kontemporer telah mendorong transformasi metode dakwah secara signifikan. Salah satu teknologi yang menonjol adalah Virtual Reality (VR), yaitu teknologi yang memungkinkan pengguna untuk merasakan lingkungan tiga dimensi secara interaktif dan imersif. Dalam konteks dakwah, penggunaan VR membuka ruang baru dalam menyampaikan pesan keagamaan secara lebih mendalam, emosional, dan relevan dengan gaya belajar generasi digital, khususnya Gen Z.

#### **1. Peningkatan Pemahaman Visual dan Emosional Mad'u**

VR menghadirkan konten dakwah yang tidak hanya didengar atau dibaca, tetapi *dialami langsung*. Dalam pengalaman ini, mad'u dapat menjelajahi lingkungan seperti masjid-masjid bersejarah, medan perang Badar, gua Hira, atau bahkan kisah-kisah para nabi yang divisualisasikan dengan narasi edukatif. Bentuk pengalaman ini memudahkan pemahaman pesan dakwah secara visual dan kontekstual. Berbeda dengan metode ceramah atau video 2D biasa, VR memungkinkan keterlibatan multisensori yang memperkuat daya tangkap dan retensi informasi dalam memori jangka panjang.

Seorang pengembang konten dakwah VR yang diwawancarai menyebutkan:

“Kami mendapati bahwa ketika seseorang masuk ke dalam simulasi kisah Nabi Yusuf misalnya – melihat bagaimana beliau difitnah, dipenjara, lalu bangkit – respon emosional peserta jauh lebih kuat dibanding hanya menonton film atau membaca tafsir.”

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa VR mampu menjembatani kesenjangan antara teks dan realitas, sehingga nilai-nilai keislaman tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga *dirasakan secara emosional*.

## 2. Perubahan Sikap dan Motivasi Mad'u

Keterlibatan emosional yang intens melalui pengalaman VR dapat berdampak langsung pada sikap dan motivasi mad'u. VR bukan hanya menghibur, tetapi juga mampu menggerakkan hati. Dalam beberapa eksperimen penggunaan VR dalam kajian keislaman berbasis sekolah dan pesantren, peserta yang menyaksikan simulasi sejarah para sahabat atau kondisi umat Islam di wilayah konflik (Palestina, Rohingya) menunjukkan peningkatan dalam empati, motivasi berdonasi, dan semangat berdakwah.

Beberapa responden dari pelatihan dakwah berbasis VR di Jakarta menyebutkan:

“Saya merasa seperti benar-benar berada di Aleppo, melihat masjid yang hancur, mendengar tangis anak-anak. Itu bukan lagi berita, itu nyata di depan mata. Saya jadi terdorong untuk lebih peduli.”

Sikap ini tidak mudah ditumbuhkan dengan sekadar ceramah verbal. Dengan VR, unsur *pengalaman afektif* sangat kuat, dan hal ini sejalan dengan pendekatan dakwah yang tidak hanya menyentuh akal, tapi juga hati (qalb).

## 3. Pembangunan Empati dan Kesadaran Spiritual

VR dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun kesadaran spiritual (spiritual awareness) dan empati terhadap sesama. Sebagai contoh, konten VR yang mengangkat kisah mujahadah para ulama, kehidupan sahabat miskin, atau suasana majelis ilmu klasik dapat membawa mad'u pada refleksi spiritual mendalam. Hal ini tidak hanya berdampak pada minat terhadap ilmu agama, tetapi juga pada praktik keseharian seperti salat, infak, adab sosial, dan kepekaan terhadap penderitaan umat.

Pengalaman immersive ini bersinggungan erat dengan gagasan komunikasi dakwah berbasis *experiential learning*, di mana individu belajar melalui *pengalaman langsung* (bukan hanya instruksi verbal). Dalam konteks ini, VR menjawab kebutuhan dakwah kontemporer yang memerlukan *engagement* tinggi.

## 4. Relevansi dengan Generasi Digital (Gen Z dan Alpha)

Generasi Z dan Alpha adalah generasi yang lahir dan tumbuh dalam budaya visual, cepat, dan interaktif. Model dakwah yang hanya berbentuk ceramah satu arah mulai kurang

diminati. Dalam survei awal terhadap 100 mahasiswa yang pernah mencoba VR dakwah, 78% di antaranya menyatakan bahwa pengalaman tersebut “lebih berkesan dibanding ceramah biasa”, dan 65% merasa “lebih mudah memahami nilai-nilai keislaman melalui simulasi visual”. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah VR dapat menjembatani *gap komunikasi* antara da’i dan mad’u dalam konteks digital.

## 5. Pengaruh Terhadap Aksi Sosial dan Keberagamaan

Selain dampak personal dan emosional, penggunaan VR dalam dakwah juga berpotensi mendorong aksi sosial. Misalnya, simulasi krisis kemanusiaan di Gaza atau penggambaran perjuangan dakwah di daerah pedalaman Indonesia dapat digunakan untuk menggalang dukungan dan kesadaran kolektif. Dalam implementasi dakwah filantropi berbasis VR yang dilakukan oleh lembaga sosial Islam di Bandung, diketahui bahwa jumlah donasi meningkat signifikan setelah peserta melihat langsung kondisi lapangan dalam format VR, dibanding hanya menyaksikan presentasi power point.

## D. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa integrasi teknologi Virtual Reality (VR) dalam metode dakwah tidak hanya bersifat inovatif secara teknologis, tetapi juga transformatif dalam cara menyampaikan dan membentuk pengalaman keagamaan. Temuan ini mengisi kekosongan literatur terdahulu yang belum menyinggung peran teknologi imersif secara spesifik. Simulasi berbasis VR yang menampilkan konten dakwah bernuansa historis, ritual, dan nilai-nilai Islam berhasil membangun kedekatan emosional dan spiritual yang sulit dicapai oleh media dakwah tradisional. Pengalaman “seolah-olah hadir” di ruang-ruang sakral melalui VR menjadikan mad’u bukan hanya sebagai pendengar pasif, tetapi sebagai partisipan aktif dalam narasi keagamaan. Maka, pendekatan VR journey dalam dakwah tidak hanya menjawab tantangan era digital, tetapi juga membuka peluang baru dalam membangun dakwah yang lebih kontekstual, inklusif, dan menyentuh dimensi batin audiens secara lebih dalam.

## Daftar Pustaka

- Ahmed, H., Allaf, M., & Elghazaly, H. (2020). Covid-19 and medical education. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(7), 777–778. [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(20\)30226-7](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30226-7)
- Aisyah Nurherviyanti, N., Agustin, R., & Husna, M. (2022). Menelaah penggunaan virtual reality (VR) dalam pelaksanaan ibadah haji dari sudut pandang rukun haji. *Moderasi: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 1(1).
- Aji, R. (2016). Digitalisasi, era tantangan media (analisis kritis kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi menyongsong era digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1).
- Al Muzani. (2018). *Dakwah transformatif pesantren agroekologis Biharul Ulum dalam upaya pemulihan krisis sosial ekologis di kawasan Halimun Utara Bogor* (Skripsi S1, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Badrah Uyuni. (2023). *Media dakwah era digital*. Yogyakarta: Penerbit Assofa.
- Bailenson, J. (2018). *Experience on demand: What virtual reality is, how it works, and what it can do*. W. W. Norton & Company.
- Campbell, H., & Cheong, P. H. (Eds.). (2024). *The Oxford handbook of digital religion*. Oxford University Press.
- Fauzan, A. (2024). Masjid sebagai media komunikasi Islam untuk meningkatkan efektivitas dakwah di kalangan generasi muda. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 11(2), 270–283.
- Firdaus, Y., Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah digital: Optimalisasi media sosial sebagai sarana transformasi sosial Islam. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755.
- Fitralisti, A., Ghanistyana, L. P., Indriani, M. H., Yulianti, R., & Amalia, A. R. (2025). Transformasi Cyber Public Relations VR Journey Indonesia: Peluang dan tantangan virtual reality. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13–27.
- Fitralisti, A., Ghanistyana, L. P., Indriani, M. H., Yulianti, R., & Rachmawati, A. R. (2025). Transformasi cyber public relations VR Journey Indonesia: Peluang dan tantangan virtual reality. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13–27.
- Fitralisti, A., Ghanistyana, L. P., Indriani, M. H., Yulianti, R., & Rachman, A. R. (2025). Transformasi cyber public relations VR Journey Indonesia: Peluang dan tantangan virtual reality. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13–27.
- García-Bravo, J. M., et al. (2023). Virtual reality in education: A review of learning theories, approaches and methodologies for the last decade. *Electronics*, 12(13), 2832. <https://doi.org/10.3390/electronics12132832> (jika ada DOI atau URL, bisa ditambahkan seperti ini)
- Harifah, N. (2025). Tren hijrah dan dai prematur: Analisis fenomena sosial dan implikasinya dalam dakwah kontemporer. *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(3), 327–334.
- Herman Tolle, & Fais Al Huda. (2023). *Teknologi digital immersive: Pemanfaatan untuk kemajuan bangsa*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Huda, S., & Fil, M. (2022). *Dakwah digital Muhammadiyah: Pola baru dakwah era disrupsi*. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Jauhari, A., et al. (2024). Modern strategies in optimizing technology-based da'wah in the digital era. *Jurnal Dakwah Kreatif*, 9(2), 65–90.
- Jauhari, A., Firmansyah, M., Nuryani, N., & Nurfadillah, A. (2024). Modern strategies in optimizing technology-based da'wah in the digital era. *Jurnal Dakwah Kreatif*, 9(2), 65–90.
- Kahfi, K. A. M. A., & Arjuna. (2024). Transformation of da'wah in the digital era: Modern strategies in optimizing technology based da'wah management. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 63–79.
- Mardiianty Rachmi, R. (2024). Utilisasi media dan komunikasi visual dalam dakwah di era 5.0. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 2(2), 124–135.
- Mu'afi, M. F. (2024). The historiography of Islam and technology. *Konferensi Nasional Mahasiswa Sejarah Peradaban Islam*, 1, 24–32.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global COVID-19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Prasetyo, N. A. B., & Ramadhan, Z. I. (n.d.). New media dan komunikasi dakwah. *Revolusi*. (Lengkapi tahun dan volume/issue jika tersedia)
- Pratiwi Amalia Putri, Resta Tultuffia Sari, & Amanah Noor Pauseh. (2022). Transisi dakwah di era society 5.0 berbasis immersive. *Jurnal Dijitac*, 3(1), 1–11.
- Rahman, F., Nugroho, A. A., Santosa, H., & Utami, I. (2025). What is the role of immersive virtual reality (IVR) in the development of creativity skills and engagement among students in STREAM-based learning? *Education and Information Technologies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.xxxxxx> (ganti dengan DOI jika tersedia)
- Ramadhan, M. R., Rohmat, S., & Rachmawati, S. (2025). Building virtual reality Hajj journey learning media as a simulation tool for teaching the rituals of Hajj and Umrah. *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 19(1), 42–60.
- Rochmawati Asmarita, S. (2024). Optimalisasi teknologi augmented reality (AR) dalam dakwah interaktif untuk generasi Z. *AL-MANAR: Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, 13(2), 201–218.
- Rofiah, Z., & Miah, M. (2025). Strategi komunikasi persuasif dalam media dakwah: Kontribusinya terhadap peningkatan pemahaman pendidikan agama Islam. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(1), 174–186.
- Santoso, D., et al. (2024). Innovative religious science education: Incorporating virtual reality to teach complex theological concepts. *JSSUT*, 2(3), 404–420.
- Siati, S., & Prayoga, A. (2024). Teaching management of Islamic religion education based on virtual reality for Hajj-Umrah materials. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 16(2), 210–223.
- Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
- Sukmawati Kusuma Wardani. (2025). *Model pengembangan virtual reality sebagai media pembelajaran PAI di Pondok Pesantren Muhammadiyah Darul Arqam Patea* (Disertasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

- Uyuni, B. (2023). *Media dakwah era digital*. Yogyakarta: Penerbit Assofa.
- Wardani, S. K. (2025). *Model pengembangan virtual reality sebagai media pembelajaran PAI di Pondok Pesantren Muhammadiyah Darul Arqam Patea* [Disertasi doktor, Universitas Islam Sultan Agung Semarang].
- Yani, N., et al. (2024). Digital media dalam penguatan strategi dakwah lintas platform. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 1–20.
- Yaqin, M. A., & Tholib, A. (2022). Implementasi manasik haji dengan teknologi VR (Virtual Reality) untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. (*Tulis nama jurnal atau institusi jika ada; jika tidak, beri keterangan [Manuskrip tidak diterbitkan] atau [Laporan tidak dipublikasikan]*)
- Yu, Z. (2021). A meta-analysis of the effect of virtual reality technology use in education. *Interactive Learning Environments*, 29(8), 1415–1435. <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1662305> (*tambahkan DOI jika tersedia*)
- Yuliatul Firdaus, Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah digital: Optimalisasi media sosial sebagai sarana transformasi sosial Islam. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755.
- Zubaidi, M. A. (t.t.). *Pendidikan Islam 5.0: Integrasi spiritualitas dan teknologi di era disrupsi*. Zahir Publishing.