

**ANALISIS PENGGUNAAN METAVERSE
SEBAGAI PLATFORM DAKWAH ERA SOCIETY 5.0
DI MASJID ISTIQLAL JAKARTA**

TESIS



Oleh
MOH ABD HALIK
NIM: 213206070008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA UIN KHAS JEMBER
JUNI 2025**

**ANALISIS PENGGUNAAN METAVERSE
SEBAGAI PLATFORM DAKWAH ERA SOCIETY 5.0
DI MASJID ISTIQLAL JAKARTA**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Sosial (M.Sos)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

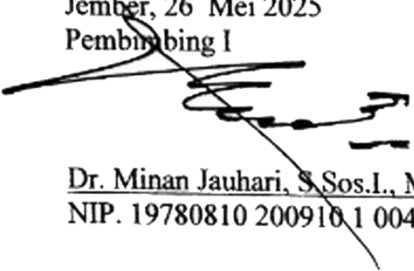
Oleh
MOH ABD HALIK
NIM: 213206070008

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA UIN KHAS JEMBER
JUNI 2025**

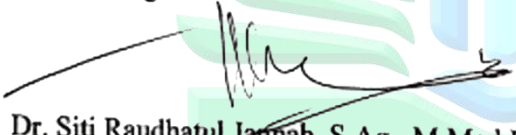
PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “*Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal Jakarta*” yang ditulis oleh Moh. Abd Halik ini, telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji Tesis.

Jember, 26 Mei 2025
Pembimbing I


Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 19780810 200910 1 004

Jember, 26 Mei 2025
Pembimbing II


Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.
NIP. 19720715 200601 2 001

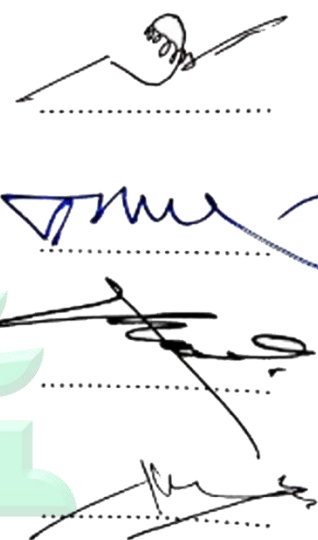
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “*Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal Jakarta*” yang ditulis oleh Moh Abd Halik ini, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana UIN KHAS Jember pada hari kamis Tanggal 12 Juni 2025 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Dr. H. Abdul Muhit, S.Ag. M.Pd.I
NIP.19721016 199803 1 003
2. Anggota
 - a. Penguji Utama : Prof. Dr. M. Khusna Amal, S.Ag. M.Si
NIP.19721208 199803 1 001
 - b. Penguji I : Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 19780810 200910 1 004
 - c. Penguji II : Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.
NIP. 19720715 200601 2 001



Jember, 18 Juni 2025

Mengesahkan

Pascasarjana UIN KHAS Jember
Direktur,



Prof. Dr. Mashudi, M.Pd.
NIP. 20918 200501 1 003

A B S T R A K

Moh. Abd. Halik, 2025. *“Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal Jakarta”*.

Dosen Pembimbing 1) Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si.
Pembimbing; 2) Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.

Kata Kunci: Dakwah, Metaverse, Era Society 5.0

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Era Society 5.0 menekankan integrasi antara dunia fisik dan digital untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Era Society 5.0 menandai integrasi antara dunia fisik dan digital untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Dalam konteks dakwah Islam, teknologi metaverse menawarkan peluang baru untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih interaktif dan imersif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal dengan fokus yang mencakup: 1) Pengelolaan Istiqlalverse sebagai Media Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta dan 2) Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kajian pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode dalam menganalisis data menggunakan analisis isi yaitu metode untuk mengkaji dan menganalisis isi berbagai literatur berupa buku, jurnal, artikel, video serta pendapat para ahli, yang berupa paragraf, kalimat, ide pokok, yang berkaitan dengan bahasan penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Proses pengelolaannya dilakukan secara sistematis melalui tahapan pendirian, peluncuran, pengembangan konten dan fitur, hingga pemeliharaan berkelanjutan. Istiqlalverse tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaktif untuk edukasi keislaman, tetapi juga menjadi simbol transformasi dakwah yang adaptif dan progresif. Resepsi audiens terhadap pemanfaatan Istiqlalverse sebagai media dakwah di Masjid Istiqlal menunjukkan respons yang umumnya positif, terutama dari generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Platform ini dipandang sebagai bentuk transformasi dakwah yang relevan dengan era digital, karena mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas serta memberikan pengalaman imersif.

ABSTRACT

Moh. Abd. Halik, 2025. “*An Analysis of the Use of the Metaverse as a Da'wah Platform in the Society 5.0 Era at Istiqlal Mosque, Jakarta*”. Advisor 1) Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si. Pembimbing; 2) Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.

Keywords: Da'wah, Metaverse, Society 5.0 Era

The advancement of digital technology has brought significant transformation across various aspects of life, including the field of Islamic da'wah. The Society 5.0 era emphasizes the integration of physical and digital realms to enhance human quality of life. In this context, the metaverse presents new opportunities for conveying religious messages in more interactive and immersive ways.

This study aims to analyze the use of the metaverse as a da'wah platform in the Society 5.0 era, focusing specifically on: (1) The management of *Istiqalverse* as a medium of Islamic da'wah at Istiqlal Mosque, Jakarta, and (2) Audience reception towards the utilization of *Istiqalverse* as a platform for Islamic preaching at the same mosque.

This study adopts a library research method with a qualitative descriptive approach. The data analysis technique used is content analysis, examining various sources such as books, journals, articles, videos, and expert opinions in the form of paragraphs, sentences, and main ideas relevant to the topic of study.

The findings reveal that the management process of *Istiqalverse* is carried out systematically through stages including establishment, launching, content and feature development, and ongoing maintenance. *Istiqalverse* functions not only as an interactive space for Islamic education but also as a symbol of adaptive and progressive transformation in Islamic da'wah. Audience reception, particularly among the younger generation familiar with digital technology, is generally positive. The platform is perceived as a relevant transformation in da'wah efforts in the digital era, capable of reaching broader audiences and offering immersive experiences.

ملخص البحث

محمد عبد الخالق، 2025. تحليل استخدام الميتافيرس كمنصة الدعوة في عصر المجتمع 5.0 في مسجد الاستقلال جاكرتا. رسالة الماجستير. بقسم الاتصال والإعلام الإسلامي برنامج الدراسات العليا. جامعة كياهي حاج أحمد صديق الإسلامية الحكومية جمبر. تحت الاشراف: (1) الدكتور منان جوهرى الماجستير، و(2) الدكتورة الحاجة ستي روضة الجنة الماجستير.

الكلمات الرئيسية: الدعوة، والميتافيرس، وعصر المجتمع 5.0

إن تطور التكنولوجيا الرقمية تؤدي إلى تحول كبير في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك مجال الدعوة الإسلامية. ويؤكد عصر المجتمع 5.0 على التكامل بين العالم المادي و العالم الرقمي من أجل تحسين جودة حياة الإنسان. ويشير عصر المجتمع 5.0 إلى تكامل بين العالم المادي و العالم الرقمي لتحسين جودة حياة الإنسان. في سياق الدعوة الإسلامية، تقدم تقنية الميتافيرس فرصا جديدة لنقل الرسائل الدينية بشكل أكثر تفاعلية واندماجاً.

يهدف هذا البحث إلى كشف تحليل استخدام الميتافيرس كمنصة الدعوة في عصر المجتمع 5.0 في مسجد الاستقلال مع المحاور الآتية: (1) إدارة استقلالفيرس كوسيلة الدعوة الإسلامية في مسجد الاستقلال جاكرتا و(2) استجابة الجمهور نحو الاستفادة من استقلالفيرس كمنصة الدعوة الإسلامية في مسجد الاستقلال جاكرتا.

استخدم الباحث في هذا البحث المنهج الكيفي الوصفي من خلال البحث المكتبي. وتحليل البيانات من خلال تحليل المحتوى، وهو أسلوب لدراسة وتحليل المحتويات من أنواع المراجع مثل الكتب والمجلات والمقالات والفيديوهات وآراء الخبراء، والتي تشمل فقرات وجمل وأفكار رئيسية تتعلق بموضوع البحث.

أما نتائج البحث التي حصل عليها الباحث فهي: أن عملية الإدارة بطريقة منهجية من خلال مراحل التأسيس، والإطلاق، وتطوير المحتوى والميزات حتى الصيانة المستمرة. ولا تقتصر وظيفة استقلالفيرس على كونها مساحة تفاعلية للتنشيف الإسلامي فحسب، بل تعد أيضاً رمزا لتحول الدعوة بالتكيف والتقدمية. وقد أشارت استجابة الجمهور نحو استخدام استقلالفيرس كوسيلة الدعوة في مسجد الاستقلال إلى استجابة إيجابية بشكل عام، ولا سيما من قبل الشباب الذين يتعاملون كثيراً بالتكنولوجيا الرقمية. وتعد هذه المنصة على أنها شكل من أشكال تحول الدعوة التي تتناسب مع العصر الرقمي، لأنها قادرة على الوصول إلى المجتمع بشكل أوسع وكذلك على توفير التجربة الغامرة.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia dan limpahan nikmat-Nya sehingga tesis dengan judul “*Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal Jakarta*” ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah menuntun ummatnya menuju agama Allah sehingga tercerahkanlah kehidupan saat ini.

Penyusunan tesis ini, banyak pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaiannya. Oleh karena itu patut diucapkan terima kasih teriring do’a jazaakumullahu ahsanal jaza kepada mereka yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan dukungan demi penulisan tesis ini.

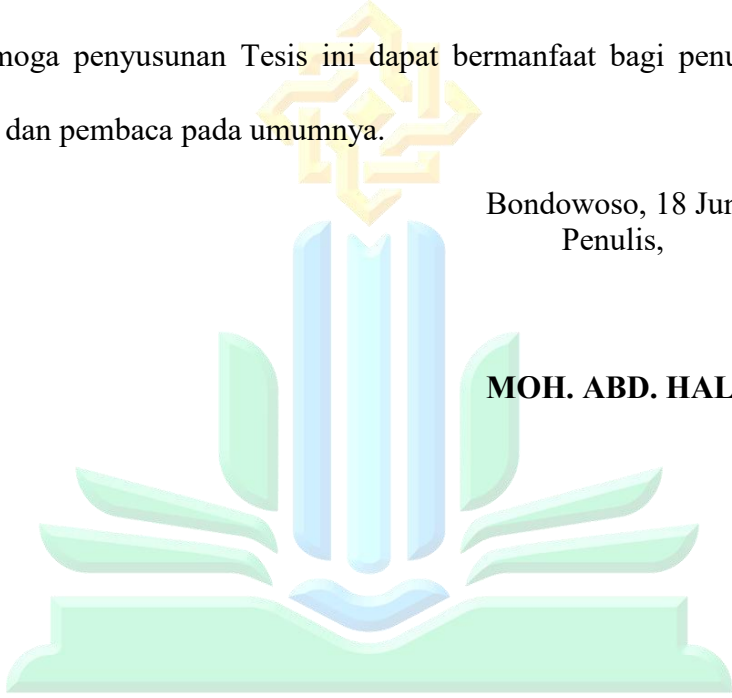
1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan izin dan bimbingan yang bermanfaat.
2. Prof. Dr. Mashudi, M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana UIN KHAS Jember atas semua layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi dengan baik.
3. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom. selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Dosen Pembimbing II atas motivasi dan kemudahan layanan selama studi.
4. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.

5. Semua dosen Pascasarjana yang telah mencurahkan ilmu pengetahuan, wawasan dan inspirasi bagi penulis untuk meningkatkan kualitas akademik.
6. Semua staf dan tenaga kependidikan Pascasarjana yang telah banyak memberikan kemudahan layanan akademik dan administratif selama penulis menyelesaikan studi.

Semoga penyusunan Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Bondowoso, 18 Juni 2025
Penulis,

MOH. ABD. HALIK



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A...Konteks Penelitian	1
B...Fokus Penelitian.....	6
C... Tujuan Penelitian	6
D...Manfaat Penelitian	7
E... Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
F... Definisi Istilah	9
G...Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A...Penelitian Terdahulu.....	12
B...Kajian Teori Metaverse sebagai Media Dakwah di Era Society 5.0	20
1.. Metaverse.....	22
2.. Media Dakwah.....	28
3.. <i>Era Society 5.0</i>	38
C...Kerangka Konseptual.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A...Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B... Sumber Data	47
C... Teknik Pengumpulan Data	48
D...Analisis Data	49
E... Pengujian Keabsahan Data	50

F... Tahapan Penelitian	51
BAB IV ANALISIS DAN HASIL TEMUAN	
A...Gambaran Umum Penelitian	54
1.. Sejarah Masjid Istiqlal	54
2.. Konsep <i>Istiqlalverse</i> dalam Era Society 5.0.....	56
3.. Konsep lahirnya <i>Istiqlalverse</i>	62
B... Analisis dan Paparan Data	74
1.. Pengelolaan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	74
2.. Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	122
C... Temuan Penelitian	137
1.. Pengelolaan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	137
2.. Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	141
BAB V PEMBAHASAN	
A...Pengelolaan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	143
B...Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan <i>Istiqlalverse</i> sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal	157
BAB VI PENUTUP	
A...Kesimpulan	173
B... Keterbatasan Penelitian	175
C... Implikasi Temuan Penelitian.....	177
D...Rekomendasi.....	178
E....Saran	179
DAFTAR PUSTAKA	181
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

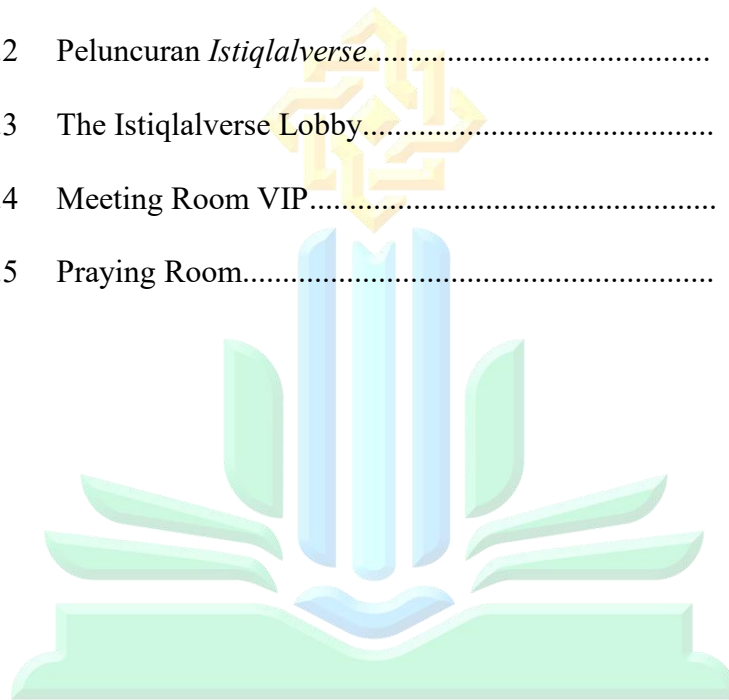
No	Uraian	Hal.
Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan	17
Tabel 4.1	Pengelolaan Metaverse	138
Tabel 4.2	Resepsi Audiens	141
Tabel 5.1	Matriks Interaktivitas Media Digital pada <i>Istiqlalverse</i>	166
Tabel 5.2	Tegrasi Ketiga Teori	169



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
Gambar 4.1	The Atmosphere of Istiqlalverse Page Display.....	62
Gambar 4.2	Peluncuran <i>Istiqlalverse</i>	93
Gambar 4.3	The Istiqlalverse Lobby.....	113
Gambar 4.4	Meeting Room VIP.....	113
Gambar 4.5	Praying Room.....	115



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Eksistensi dakwah Islam senantiasa bersentuhan dan bergelut dengan realitas yang mengitarinya. Diantara realitas yang mengitari dan dihadapi oleh para juru dakwah saat ini adalah umat kini memasuki kehidupan atau dunia baru yang disebut dunia digital. Seiring perkembangan zaman kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat. Beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media massa baru (*new media*).¹

Perkembangan teknologi digital khususnya platform metaverse telah mendorong berbagai sektor untuk melakukan inovasi dalam menghadirkan layanan yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern.² Dakwah digital dalam implementasinya memanfaatkan berbagai format konten seperti video ceramah, infografis, dan sesi tanya jawab interaktif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Keberhasilan operasionalisasi ini bergantung pada kemampuan dai dan lembaga dakwah dalam memahami algoritma

¹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media; Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Raja Pers, 2016), pp. 76–77.

² Devika Aenulguri and Radea Yuli A. Hambali, 'Tantangan Eksistensi Manusia Di Era Inovasi Metaverse Melalui Eksistensialisme Martin Heidegger', in *Gunung Djati Conference Series*, 2023, XIX, pp. 505–16.

platform, mengelola interaksi dengan audiens, serta menjaga konsistensi dan kualitas konten yang disampaikan.³

Perubahan tersebut menciptakan budaya baru yang tidak dapat dihindari kehadirannya. Oleh karena itu, setiap individu dituntut untuk menyesuaikan pola hidup serta mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang. Saat ini banyak pemuka agama yang berdakwah menggunakan internet seperti Youtube, TikTok, Instagram, Twitter dan masih banyak lainnya. Selain dirasa praktis menggunakan sosial media untuk berdakwah dirasa cukup efisien.⁴

Salah satu yang menarik dari pemanfaatan media baru ini adalah platform metaverse. Istilah metaverse pertama kali digunakan dalam Snow Crash, novel ber-genre cyberpunk yang diterbitkan pada 1992. Dalam novel tersebut, metaverse digambarkan sebagai dunia virtual yang bisa dikunjungi oleh orang-orang melalui perangkat VR.⁵ Namun, Snow Crash tidak menggambarkan metaverse sebagai utopia sempurna yang membuat semua orang yang masuk ke dalamnya menjadi Bahagia.

Seiring perkembangan teknologi dan tren Metaverse yang semakin meningkat, PT Telkom Indonesia (Persero) melalui *platform metaverse* pertama di Indonesia, metaNesia, meluncurkan dunia virtual Masjid Istiqlal bernama *Istiqlalverse*. *Platform* dunia virtual Masjid Istiqlal ini diharapkan dapat menciptakan *experience* baru bagi

³ Siti Qonitah Nitah, 'Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Interaktif Dalam Membangun Dialog Dan Silaturahmi', *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6.2 (2024), pp. 145–47.

⁴ Ilaihi Wahyu, 'Komunikasi Dakwah', *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 2010, pp. 105–10.

⁵ Wagner James Au, *Making a Metaverse That Matters: From Snow Crash & Second Life to A Virtual World Worth Fighting For* (John Wiley & Sons, 2023).

masyarakat yang ingin berkenalan dengan dunia Metaverse sekaligus menyaksikan keindahan Masjid Istiqlal.⁶

Masjid Istiqlal sebagai simbol kemegahan dan pusat kegiatan keagamaan nasional di Indonesia, turut mengambil peran dalam pemanfaatan teknologi ini melalui peluncuran "*Istiqlalverse*", sebuah replika digital dari masjid yang dapat diakses di dunia metaverse. Adopsi ini tidak terlepas dari sejumlah keunggulan strategis yang ditawarkan oleh metaverse dalam mendukung dakwah dan pelayanan publik berbasis teknologi yaitu aksesibilitas global dan inklusif, transformasi digital dakwah dan edukasi, pengalaman imersif dan representasi arsitektur, ekonomi keumatan dan inovasi sosial, serta kontribusi terhadap wisata religi berbasis teknologi.⁷

Platform virtual global Masjid Istiqlal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman baru bagi masyarakat atau individu yang ingin menjelajahi dunia metaverse sambil mengagumi keindahan Masjid Istiqlal. Sebagai platform metaverse pertama di Indonesia, *Istiqlalverse* menampilkan desain yang mengadopsi gaya futuristik. Karakteristik futuristik tercermin pada elemen-elemen seperti gerbang, pelataran, dan taman air mancur. Cahaya holografik Masjid Istiqlal diproyeksikan untuk menyambut pengunjung di area pelataran. Saat memasuki lobi yang berpenampilan canggih, pengunjung akan disambut oleh resepsionis yang mengenakan jilbab. Dari lobi,

⁶ Kumparan Tech, 'Telkom Luncurkan Platform Metaverse New Istiqlal Istiqlalverse', *online* (internet, Mei 2025), Tekno&Sains edition.

⁷ Mursyid Fikri and Abdul Syatar, 'The Potential Utilization of Metaverse as a Praying Space from the Perspective of Maslahah Mursalah', *Journal of Ecohumanism*, 3.4 (2024), pp. 2143–60.

pengunjung memiliki pilihan untuk memasuki tiga pintu berbeda: ruang realitas virtual 360 derajat, ruang VIP, dan ruang belajar.⁸

Metaverse merupakan evolusi dari interaksi digital yang menawarkan pengalaman imersif dan interaktif melalui lingkungan virtual tiga dimensi. Salah satu keunggulan utama metaverse adalah kemampuannya untuk menciptakan pengalaman sosial yang lebih mendalam. Pengguna dapat berinteraksi melalui avatar digital dalam ruang virtual, menghadiri acara, bekerja, dan belajar secara bersama-sama, yang tidak dimungkinkan oleh platform media sosial tradisional.⁹

Meskipun metaverse menawarkan pengalaman digital yang imersif dan interaktif, platform ini menghadapi berbagai keterbatasan jika dibandingkan dengan media sosial konvensional seperti YouTube, TikTok, dan Instagram.¹⁰ Akses terhadap metaverse masih terbatas karena memerlukan perangkat keras khusus, koneksi internet berkecepatan tinggi, serta keterampilan teknis yang tidak semua pengguna miliki. Tingkat adopsi publik terhadap metaverse juga belum mencapai skala viralitas dan penetrasi pasar seperti yang dimiliki platform media sosial berbasis konten singkat. Oleh karena itu, meskipun metaverse memiliki potensi transformatif dalam interaksi digital, ia belum mampu menyaingi efisiensi, jangkauan, dan kepraktisan yang ditawarkan oleh platform media sosial konvensional.¹¹

⁸ Mursyid Fikri and Abdul Syatar, (2024).

⁹ 'Metaverse: Advantages and Disadvantages', *RFWireless*, Mei 2025.

¹⁰ Yuntao Wang and others, 'A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy', *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25.1 (2022), pp. 319–52.

¹¹ Lik-Hang Lee and others, 'All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda',

. Dakwah menjadi media utama dalam upaya menyiarkan Islam pada masyarakat, karenanya strategi dakwah merupakan hal yang layak menjadi perhatian khusus untuk merubah suatu kondisi yang kurang baik menjadi baik.¹² Penggunaan Metaverse sebagai media dakwah menjadi penting untuk dianalisis, mengingat pergeseran preferensi generasi muda terhadap media digital sebagai sumber informasi dan spiritualitas. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Masjid Istiqlal Jakarta memanfaatkan Metaverse sebagai Platform dakwah, menilai efektivitasnya, serta mengidentifikasi tantangan dan potensi yang muncul dari penerapan teknologi ini dalam konteks keagamaan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks transformasi digital, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah yang adaptif terhadap dinamika sosial-teknologis masyarakat di era Society 5.0. Metaverse membuka peluang baru bagi aktivitas keagamaan, termasuk pelaksanaan dakwah yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam konteks ini, institusi keagamaan seperti Masjid Istiqlal Jakarta, sebagai masjid nasional dan pusat kegiatan keislaman di Indonesia, mulai mengeksplorasi penggunaan platform digital modern untuk memperluas jangkauan dakwahnya. Hal ini, memicu keingin tahuan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam terhadap fenomena tersebut.

Foundations and Trends® in Human-Computer Interaction, 18.2–3 (2024), pp. 100–337.

¹² M. Quraish Shihab, “*Membumikan*” *Al-Quran: fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat* (Mizan Pustaka, 2007), 194,

B. Fokus Penelitian

Penelitian itu dilaksanakan guna mendapatkan data yang digunakan untuk memecahkan masalah. Seperti yang diungkapkan oleh Emory bahwa baik penelitian murni ataupun terapan, semuanya berangkat dari masalah, hanya untuk penelitian terapan, hasilnya langsung dapat digunakan untuk membuat keputusan¹³

Oleh karena itu, agar penelitian ini bisa berjalan terarah dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka perlu dirumuskan fokus masalahnya terlebih dahulu diantaranya.

1. Bagaimana Pengelolaan Istiqlalverse sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta?
2. Bagaimana Tingkat Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Menurut Locke, Spirduso, dan Silverman, tujuan penelitian adalah untuk menunjukkan serangkaian pertanyaan mengenai “mengapa Anda ingin melakukan riset dan apa yang ingin anda dapatkan.”¹⁴

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, memahami dan mendeskripsikan hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengelolaan Istiqlalverse sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta.

¹³ Donald R. Cooper, C. William Emory, and Ellen Gunawan Sitompul, ‘Metode Penelitian Bisnis. Jilid 2. Edisi 5’ 1997, 1997.

¹⁴ John W. Creswell dan Cheryl N. Poth, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (Sage publications, 2016),

2. Untuk mengetahui tingkat Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berhubungan dengan kontribusi peneliti dalam pengembangan teori dan pengetahuan. Sedangkan manfaat praktis, menjelaskan tentang hasil penelitian yang berguna sebagai penunjang pengambilan keputusan untuk pengembangan sebuah program. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Agar supaya Pengelolaan Istiqlalverse sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta.
2. Agar supaya mengetahui tingkat Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup Penelitian

Penelitian ini akan membahas bagaimana dakwah harus bertransformasi agar tetap relevan dengan zaman Society 5.0, berdasarkan pendapat para ahli, hasil riset, dan sumber-sumber pustaka ilmiah. Dengan menggunakan platform baru yaitu metaverse sebagai platform dakwah era society 5.0. Adapun ruang lingkup dan batasan penelitian ini berupa:

- a. Topik penelitian berfokus pada penggunaan Metaverse sebagai platform dakwah dalam konteks transformasi digital di era Society 5.0.
 - b. Objek kajian meliputi konsep dakwah digital, karakteristik metaverse, serta peluang dan tantangan yang timbul dari penggunaannya.
 - c. Batas wilayah kajian penelitian bersifat konseptual dan kualitatif, difokuskan pada studi literatur, dokumentasi, dan analisis teoretis.
 - d. Periode pembahasan mengkaji perkembangan teknologi dan dakwah digital dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.
2. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini merupakan kajian yang masih jarang untuk dilakukan pengkajian yang mendalam untuk perkembangan dakwah Islam seiring dengan perkembangan teknologi. Adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah

- a. Minimnya data empiris dalam penelitian belum mencakup studi lapangan secara langsung dalam lingkungan metaverse.
- b. Akses teknologi yang masih terbatas membuat tidak semua elemen masyarakat memiliki perangkat untuk mengakses metaverse, sehingga data bersifat teoretis dan asumptif.
- c. Keterbatasan literatur menjadi kendala terbatasnya referensi ilmiah tentang penggunaan metaverse dalam konteks dakwah secara spesifik.

- d. Fokus pelaksanaan dakwah agama Islam penelitian difokuskan pada metaverse sebagai platform dakwah Islam era society 5.0, tidak membahas kegiatan pada sektor yang lain.

F. Definisi Istilah

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Platform dakwah adalah platform dakwah merupakan lingkungan digital yang dibangun untuk menyampaikan, menyebarkan, dan memperluas nilai-nilai Islam kepada publik dengan mengutamakan partisipasi pengguna, visualisasi, dan interaktivitas..
2. Metaverse adalah ruang virtual tiga dimensi yang diciptakan melalui teknologi digital, di mana pengguna dapat berinteraksi secara real-time menggunakan avatar, layaknya di dunia nyata.
3. Era Society 5.0 adalah konsep masyarakat yang mengintegrasikan teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan dan internet of things, untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dalam menyelesaikan berbagai tantangan sosial.

Berdasarkan uraian definisi istilah tersebut yang dimaksud dengan judul "*Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 di Masjid Istiqlal Jakarta*" adalah Menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengamati, mengevaluasi, dan menjelaskan bagaimana sesuatu digunakan. Dalam konteks ini, fokusnya adalah pada cara Istiqlalverse digunakan sebagai sarana dakwah. Yang Merujuk pada ruang virtual tiga dimensi berbasis

teknologi tinggi (VR/AR) yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara real-time dalam lingkungan digital yang menyerupai dunia nyata. Dalam konteks penelitian ini, metaverse yang dimaksud adalah Istiqlalverse yaitu sebuah replika digital dari Masjid Istiqlal Jakarta digunakan sebagai wadah penyampaian pesan keislaman, pembelajaran agama, dan interaksi spiritual.

Penelitian ini menganalisis bagaimana Masjid Istiqlal dalam mengelola teknologi metaverse (melalui Istiqlalverse) sebagai sarana dakwah inovatif dalam kerangka masyarakat digital masa depan (Society 5.0). Fokus analisis mencakup bagaimana pengelolaan platform tersebut serta bagaimana resepsi audiens masyarakat terhadap platform dakwah digital berbasis metaverse tersebut di masjid istiqlal jakarta.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari beberapa bagian diantaranya:

Bab satu pendahuluan yang berisi tentang 1) Konteks Penelitian, 2) Fokus Penelitian, 3) Tujuan Penelitian 4) Manfaat Penelitian 5) Definisi Istilah 6) Sistematik Penulisan. Bab dua yang berisi tentang Kajian Pustaka yang pada bagian awal membahas tentang 1) Penelitian Terdahulu yang dilanjutkan dengan 2) Kajian Teori kemudian 3) Kerangka Konseptual.

Bab tiga Metode Penelitian yang berisi tentang 1) Pendekatan dan Jenis Penelitian; 2) Jenis dan Sumber Data 3) Teknik

Pengumpulan Data 4) Analisis Data 5) Keabsahan Data serta 6) Tahapan penelitian. Bab empat merupakan Analisis dan Hasil Temuan berisi tentang 1) Gambaran Objek Penelitian, 2) Paparan dan Analisis Data, dan 3) Hasil Temuan Penelitian.

Bab lima Pembahasan berisi tentang pembahasan hasil temuan penelitian yang dibagi menjadi dua fokus yaitu 1) Pengelolaan Istiqlalverse sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta dan 2) Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta. Bab enam Penutup berisi 1) Kesimpulan dan 2) Saran dari peneliti terkait penelitian yang dilakukannya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka menjadi salah satu pokok yang penting dalam penelitian, sering juga disebut juga sebagai landasan teori. Kajian pustaka memuat uraian tentang kajian literatur yang mendasari gagasan untuk menyelesaikan masalah, langkah ini untuk mendukung proses pencarian teori.

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah kegiatan membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan dari peneliti sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian penulis sebelumnya sehingga penulis dapat melihat apa saja kekurangan dan kelebihan yang ada pada hasil penelitian yang penulis laksanakan adalah sebagai berikut:

Pertama, Lik-Hang Lee dan rekannya, 2024. “*All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda*”. Artikel ini menyajikan tinjauan komprehensif mengenai perkembangan metaverse, dengan menekankan pada aspek teknologi mutakhir, ekosistem virtual, dan agenda penelitian masa depan. Para penulis mengidentifikasi delapan teknologi kunci yang menjadi pendorong utama transisi dari internet konvensional menuju metaverse: *Extended Reality (XR)*; Interaktivitas Pengguna (*Human-Computer Interaction*); Kecerdasan

Buatan (*Artificial Intelligence*); *Blockchain*; *Computer Vision*; *Internet of Things* (IoT) dan Robotika; *Edge and Cloud Computing*; serta Jaringan Mobile Masa Depan. Penulis menekankan bahwa metaverse representasi dari “*ledakan digital*” yang mengintegrasikan berbagai teknologi untuk menciptakan ruang virtual yang imersif, berkelanjutan, dan bersama.¹⁵

Kedua, Nannan Xi dan rekannya, 2022. “*The Challenges of Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AR secara signifikan meningkatkan beban kerja keseluruhan, terutama pada dimensi permintaan mental dan usaha. Sebaliknya, penggunaan VR tidak menunjukkan efek signifikan pada dimensi beban kerja manapun. Namun, terdapat interaksi signifikan antara AR dan VR pada permintaan fisik, usaha, dan beban kerja keseluruhan, yang mengindikasikan bahwa kombinasi AR dan VR dapat meningkatkan beban kerja fisik dan usaha pengguna.¹⁶

Ketiga, Mursyid Fikri dan rekannya, 2024. “*The Potential Utilization of Metaverse as a Praying Space from the Perspective of Masalah Mursalah*”. Hasil kajian menunjukkan bahwa metaverse dapat memberikan kemudahan akses dan inklusivitas dalam pelaksanaan ibadah, terutama bagi individu yang memiliki keterbatasan fisik atau geografis. Namun, terdapat pula tantangan terkait keabsahan

¹⁵ Lee and others, ‘All One Needs to Know about Metaverse’.

¹⁶ Nannan Xi and others, ‘The Challenges of Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload’, *Information Systems Frontiers*, 2022, doi:10.1007/s10796-022-10244-x.

ibadah yang dilakukan secara virtual, mengingat keterbatasan metaverse dalam menghadirkan kehadiran fisik yang merupakan salah satu syarat sah ibadah tertentu dalam Islam. Oleh karena itu, penggunaan metaverse sebagai ruang ibadah perlu dipertimbangkan secara hati-hati dengan mengedepankan prinsip *masalah mursalah*, agar inovasi teknologi ini dapat dimanfaatkan tanpa mengabaikan ketentuan syariat Islam.¹⁷

Keempat, Sang-Min Park dan Young-Gab Kim, 2022. “*A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges*”. Artikel ini menyajikan tinjauan komprehensif mengenai metaverse dengan mengusulkan taksonomi yang mencakup tiga komponen utama: perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), dan konten (contents). Selain itu, penulis mengidentifikasi tiga pendekatan utama dalam pengembangan metaverse: interaksi pengguna (user interaction), implementasi (implementation), dan aplikasi (application). Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan kerangka kerja yang sistematis dalam memahami dan mengembangkan ekosistem metaverse.¹⁸

Kelima, Yuntao Wang dan rekannya, 2022. “*A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy*”. Artikel ini menyajikan tinjauan komprehensif mengenai metaverse dengan fokus pada aspek fundamental, keamanan, dan privasi. Penulis mengusulkan

¹⁷ Fikri and Syatar, ‘The Potential Utilization of Metaverse as a Praying Space from the Perspective of Masalah Mursalah’.

¹⁸ Sang-Min Park and Young-Gab Kim, ‘A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges’, *IEEE Access*, 10 (2022), pp. 4209–51.

arsitektur metaverse terdistribusi yang mencakup interaksi antara dunia fisik, virtual, dan digital, serta mengidentifikasi karakteristik kunci seperti imersi, ruang-waktu hiper, keberlanjutan, dan heterogenitas.¹⁹

Keenam, Huansheng Ning dan rekannya, 2023. *“A Survey on the Metaverse: The State-of-the-Art, Technologies, Applications, and Challenges”*. Artikel ini menyajikan tinjauan komprehensif mengenai perkembangan metaverse, dengan menyoroti konvergensi teknologi, aspek sosial, dan karakteristik hiper-spasio-temporalitas. Penulis mengidentifikasi tiga ciri utama metaverse: (1) konvergensi multiteknologi, (2) sosialitas, dan (3) hiper-spasio-temporalitas.²⁰

Ketujuh, Rasendriya Maheswara dan rekannya, 2022. *“Kesiapan Masyarakat Indonesia Dalam Menyambut Society 5.0”*. Artikel ini mengkaji kesiapan masyarakat global dalam menghadapi era Society 5.0, sebuah konsep yang menekankan integrasi antara teknologi canggih dan kehidupan manusia untuk menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia. Melalui pendekatan multidisipliner, penulis menyoroti tantangan dan peluang yang muncul dari transformasi digital ini, termasuk perubahan dalam kepemilikan teknologi, utopia tanpa kerja, reformasi pendidikan, dan pentingnya pendekatan yang berpusat pada manusia dalam penerapan teknologi.²¹

¹⁹ Wang and others, ‘A Survey on Metaverse’.

²⁰ Hang Wang and others, ‘A Survey on the Metaverse: The State-of-the-Art, Technologies, Applications, and Challenges’, *IEEE Internet of Things Journal*, 10.16 (2023), pp. 14671–88.

²¹ Rasendriya Maheswara, Aji Wibawa, and Prananda Anugrah, ‘Kesiapan Masyarakat Indonesia Dalam Menyambut Society 5.0’, *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2.2 (2022), pp. 67–72.

Kedelapan, Muhammet Damar, 2021. "Metaverse Shape of Your Life for Future: A Bibliometric Snapshot". Analisis ini mengidentifikasi bahwa penelitian mengenai metaverse sangat terkait dengan teknologi realitas virtual (VR) dan realitas tertambah (AR), dengan aplikasi yang luas dalam sektor pendidikan dan pemasaran digital. Studi ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar publikasi berasal dari institusi dan negara tertentu, menunjukkan konsentrasi geografis dalam penelitian metaverse. Penulis menyimpulkan bahwa metaverse berpotensi menjadi bagian integral dari kehidupan manusia dalam 15–20 tahun ke depan, memengaruhi berbagai aspek kehidupan melalui integrasi teknologi canggih. Namun, artikel ini juga menekankan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami implikasi sosial, etika, dan teknis dari adopsi metaverse secara luas.²²

Kesembilan, Pericles 'Asher' Rospigliosi, 2022. "Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the Turn to Virtual Reality for Education, Socialisation and Work". Dalam analisisnya, Rospigliosi menyoroti bagaimana platform-platform tersebut menawarkan lingkungan virtual yang memungkinkan pengguna untuk belajar, berinteraksi sosial, dan bekerja. Namun, ia juga mengingatkan bahwa pengalaman-pengalaman ini mungkin tidak sepenuhnya mereplikasi realitas, melainkan menciptakan versi realitas yang disimulasikan. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang keaslian interaksi dan pengalaman

²² Muhammet Damar, 'Metaverse Shape of Your Life for Future: A Bibliometric Snapshot', *Journal of Metaverse*, 1.1 (2021), pp. 1–8.

dalam dunia virtual, serta implikasinya terhadap persepsi dan nilai-nilai sosial pengguna.²³

Kesepuluh, M. Hemmati, 2022. *“The Metaverse: An Urban Revolution – Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience”*. Artikel ini mengkaji dampak metaverse terhadap persepsi masyarakat urban terhadap lanskap kota. Melalui pendekatan kualitatif dan studi literatur, penulis menyoroti bagaimana media, khususnya metaverse, sebagai alat intervensi, membentuk citra realitas yang bertujuan dalam benak audiens. Metaverse, dengan kemampuannya menyajikan dunia dalam tiga dimensi, dapat menciptakan citra yang lebih meyakinkan dibandingkan realitas fisik, sehingga meningkatkan kemungkinan penerimaan oleh audiens.²⁴

Tabel 2.1
Perbedaan dan Persamaan

No	Nama	Judul	Fokus Penelitian		Orisinalitas
			Persamaan	Perbedaan	
1	Lik Hang Lee, Tristan Braud, Peng Yuan Zhou, Lin Wang, Dianlei Xu, Zijun Lin, Abhishek Kumar, Carlos Bermejo, dan Pan Hui	<i>All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda</i>	tinjauan komprehensif mengenai perkembangan metaverse, dengan menekankan pada aspek teknologi mutakhir dan ekosistem virtual.	Pemanfaatan metaverse di era society 5.0 yang imersif dan berkelanjutan dalam kerangka media dakwah	Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 Di Masjid Istiqlal
2	Nannan Xi, Juan Chen,	<i>The Challenges of</i>	tinjauan komprehensif	penggunaan AR secara signifikan	

²³ Pericles ‘Asher’ Rospigliosi, ‘Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the Turn to Virtual Reality for Education, Socialisation and Work’, *Interactive Learning Environments*, 30.1 (2022), pp. 1–3, doi:10.1080/10494820.2022.2022899.

²⁴ Morteza Hemmati, ‘The Metaverse: An Urban Revolution Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience’, *Tourism of Culture*, 2.7 (2022), pp. 49–56.

	Filipe Gama, Marc Riar, dan Juho Hamari	<i>Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload</i>	mengenai perkembangan dan Pemanfaatan metaverse	meningkatkan beban kerja keseluruhan, terutama pada dimensi permintaan mental dan usaha	
3	Mursyid Fikri, Supardin, Abdul Syatar, Fatmawati, dan Indriana	<i>The Potential Utilization of Metaverse as a Praying Space from the Perspective of Masalah Mursalah</i>	metaverse dapat memberikan kemudahan akses dan inklusivitas dalam pelaksanaan kegiatan keagamaan ibadah, terutama bagi individu yang memiliki keterbatasan fisik atau geografis.	metaverse dapat memberikan kemudahan akses dan inklusivitas dalam pelaksanaan kegiatan keagamaan dengan focus kegiatan dakwah	
4	Sang-Min Park dan Young-Gab Kim	<i>A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges</i>	tinjauan komprehensif mengenai metaverse dengan konten (contents)	mengidentifikasi pendekatan media dakwah dalam pengembangan metaverse di era society 5.0	
5	Yuntao Wang, Zhou Su, Ning Zhang, Rui Xing, Dongxiao Liu, dan Tom H. Luan	<i>A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy</i>	tinjauan komprehensif mengenai pengembangan metaverse	tinjauan komprehensif mengenai metaverse dengan fokus pada aspek fundamental, keamanan, dan privasi.	Analisis Penggunaan Metaverse Sebagai Platform Dakwah Era Society 5.0 Di Masjid Istiqlal
6	Hang Wang, Huansheng Ning, Yujia Lin, Wenxi Wang, Sahraoui Dhelim, dan Fadi Farha	<i>A Survey on the Metaverse: The State-of-the-Art, Technologies, Applications, and Challenges</i>	tinjauan komprehensif mengenai perkembangan metaverse,	menyoroti konvergensi teknologi, aspek sosial, dan karakteristik hiper-spasio-temporalitas	
7	Rasendriya Maheswara, Aji Wibawa, dan Prananda	<i>Kesiapan Masyarakat Indonesia Dalam</i>	kesiapan masyarakat global dalam menghadapi era	tantangan dan peluang yang muncul dari transformasi	

	Anugerah.	<i>Menyambut Society 5.0</i>	Society 5.0	digital ini	
8	Muhammet Damar	<i>Metaverse Shape of Your Life for Future: A Bibliometric Snapshot</i>	metaverse sangat terkait dengan teknologi realitas virtual (VR) dan realitas tertambah (AR),	implikasi sosial, etika, dan teknis dari adopsi metaverse secara luas	
9	Pericles 'Asher' Rospigliosi	<i>Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the Turn to Virtual Reality for Education, Socialisation and Work</i>	metaverse sangat terkait dengan teknologi realitas virtual (VR) dan realitas tertambah (AR),	menyoroti bagaimana platform-platform tersebut menawarkan lingkungan virtual yang memungkinkan pengguna untuk belajar, berinteraksi sosial, dan bekerja	
10	M. Hemmati	<i>The Metaverse: An Urban Revolution – Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience</i>	Metaverse, dengan kemampuannya menyajikan dunia dalam tiga dimensi, dapat menciptakan citra yang lebih meyakinkan dibandingkan realitas fisik, sehingga meningkatkan kemungkinan penerimaan oleh audiens	dampak metaverse terhadap persepsi masyarakat urban terhadap lanskap kota	

Penelitian mengenai penggunaan metaverse sebagai platform dakwah di era Society 5.0, khususnya implementasinya di Masjid Istiqlal melalui peluncuran Istiqlalverse, menunjukkan sejumlah kelebihan yang signifikan. *Pertama*, pendekatan ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis, memberikan akses kepada individu yang sebelumnya sulit menghadiri

kegiatan keagamaan secara fisik. *Kedua*, penggunaan teknologi imersif dalam metaverse dapat meningkatkan keterlibatan dan pengalaman spiritual jamaah, menjadikan dakwah lebih menarik dan relevan bagi generasi digital. *Ketiga*, platform ini menyediakan ruang bagi dai untuk menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang lebih kreatif dan interaktif, seperti melalui avatar atau simulasi 3D, yang dapat memperkaya metode penyampaian dakwah tradisional.

Namun, terdapat pula beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan dalam penerapan dakwah melalui metaverse. Salah satunya adalah tantangan dalam hal literasi digital, di mana tidak semua dai dan jamaah memiliki kemampuan atau akses yang memadai untuk memanfaatkan teknologi ini secara efektif. Selain itu, biaya pengembangan dan pemeliharaan platform metaverse dapat menjadi hambatan, terutama bagi institusi keagamaan dengan sumber daya terbatas. Lebih lanjut, terdapat risiko bahwa interaksi virtual dapat mengurangi aspek sosial dan emosional dari kegiatan keagamaan, seperti silaturahmi dan kebersamaan fisik, yang merupakan bagian integral dari praktik keagamaan dalam Islam. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi yang seimbang antara pemanfaatan teknologi dan pelestarian nilai-nilai tradisional dalam dakwah.

B. Kajian Teori Metaverse sebagai Media Dakwah di Era Society 5.0

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Salah satu inovasi terkini adalah Metaverse,

sebuah ruang virtual tiga dimensi yang memungkinkan interaksi sosial secara real-time melalui avatar digital.²⁵ Dalam konteks dakwah, Metaverse menawarkan potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu.

Strategi dakwah di Metaverse melibatkan adaptasi materi dakwah ke dalam format digital yang menarik, penggunaan avatar untuk interaksi, dan penyelenggaraan kegiatan keagamaan virtual seperti kajian, ceramah, dan diskusi.²⁶ Hal ini memungkinkan dakwah menjadi lebih inklusif dan menjangkau generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Penggunaan Metaverse sebagai platform dakwah di era Society 5.0 dapat dipandang sebagai bentuk inovasi dalam metode dakwah. Dakwah melalui Metaverse merupakan pendekatan baru yang menuntut adaptasi masyarakat muslim terhadap perkembangan teknologi digital berbasis dunia virtual. Oleh karena itu, Teori Difusi Inovasi digunakan untuk menganalisis sejauh mana masyarakat, khususnya komunitas dakwah, mengenal, menilai, memutuskan, dan mengadopsi penggunaan Metaverse sebagai sarana dakwah.²⁷ Kajian teori dalam penelitian ini terdiri dari beberapa kajian teoritik diantaranya:

²⁵ Muhammad Salman Abidin and others, 'Tinjauan Pustaka Kritis Terhadap Potensi Dakwah Islam Di Semesta Meta', *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 8.1 (2025), pp. 192–201.

²⁶ Pratiwi Amalia Putri, Resti Tultuffia Sari, and Amanah Noor Pauseh, 'Transisi Dakwah Di Era Society 5.0 Berbasis Immersive', *Jurnal Dijitac*, 3.1 (2022).

²⁷ Wibowo, 'Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0'; Devika Aenulguri and Radea Yuli A. Hambali, 'Tantangan Eksistensi Manusia Di Era Inovasi Metaverse Melalui Eksistensialisme Martin Heidegger', in *Gunung Djati Conference Series*, 2023, XIX, pp. 505–16; Fauziyah Qurrota Ayun Tamami, Hafidz Hafidz, and Sabrina Failasufa Tamami, 'Optimalisasi Media PAI: Membangun Jembatan Pemahaman Konten Agama Di Era Metaverse', *Meriva: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 1.01 (2024), pp. 102–12.

1. Metaverse

Di era yang sudah canggih seperti saat ini, istilah-istilah baru tentang teknologi yang semakin berkembang seperti metaverse saat ini tengah digembar-gemborkan mampu memudahkan aktivitas manusia terutama dalam hal dunia digital, tak terkecuali di bidang keagamaan. Mark Zuckerberg mengumumkan pada 29 Oktober 2021 bahwa Facebook akan mengubah namanya menjadi Meta dan juga melakukan investasi yang signifikan dalam pengembangan teknologi Metaverse.²⁸

Banyak orang melihat Metaverse sebagai kata baru. Namun konsep Metaverse bukanlah istilah baru. Kata Metaverse pertama kali muncul pada tahun 1992 dalam sebuah fiksi spekulatif berjudul *Snow Crash* oleh Neal Stephenson.²⁹ Dalam novel ini, Stephenson mendefinisikan metaverse sebagai lingkungan virtual yang besar. Sebuah dunia metaverse juga pernah diperkenalkan dalam novel dan film *Ready Player One*.³⁰

Menurut John Hermann dan Kellen Browning, Metaverse diartikan sebagai ekspresi budaya teknologi yang meresap dan dampaknya akan mendunia. Pertama, melalui pengetahuan kemudian melalui sosial, dan sekarang melalui geo-spasial, AI (*Artificial Intelligence*) sebagai dasar Metaverse yang secara nyata akan menghubungkan semua entitas di Bumi melalui sarana digital sehingga menciptakan lapisan informasi dan pengalaman tiga dimensi (3D) diseluruh dunia. Metaverse itu

-
- ²⁸ Muhammet Damar, 'Metaverse Shape of Your Life for Future: A Bibliometric Snapshot', *Journal of Metaverse*, 1.1 (2021).
- ²⁹ Wagner James Au, *Making a Metaverse That Matters: From Snow Crash & Second Life to A Virtual World Worth Fighting For* (John Wiley & Sons, 2023).
- ³⁰ Yong Li and Dan Xiong, 'The Metaverse Phenomenon in the Teaching of Digital Media Art Major', in *2021 Conference on Art and Design: Inheritance and Innovation (ADII 2021)* (Atlantis Press, 2022).

setidaknya memiliki empat karakteristik yaitu: *augmented reality*, *life logging mirror worlds*, dan *virtual reality*.³¹

Adapun John Smart, Cascio Jamais, dan Jerry Paffendorf memahami metaverse sebagai ruang atau bola transparan tiga dimensi yang akan mencakup seluruh Bumi. Manusia akan hidup didalamnya, ia akan selalu menyala, selalu merasakan kehadiran manusia, selalu siap menjawab pertanyaan apapun, selalu siap berbisnis, bermain, atau mengatur jadwal pertemuan dengan teman. Sehingga di Metaverse, kehidupan sehari-hari akan beralih antara virtual dan *augmented reality* dengan mulus.³²

Naya, V. B., López, R.M. & Hernández, I. L. (2012), mendefinisikan metaverse sebagai lingkungan virtual yang juga dikenal dengan istilah MUVE (*Multi User Virtual Environments*), memiliki format yang berasal dari MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Games*) yang memungkinkan semua orang dapat bertemu dengan avatar dalam permainan video 3D dengan menggabungkan realitas virtual, *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR) dan internet.³³

Pengembangan Metaverse juga mengatasi kelemahan teknologi virtual dimensional yang berkembang saat ini, yang mana masih memiliki keterbatasan pada sensasi dan pengalaman yang dirasakan. Rendahnya *self-perception* yang diciptakan oleh teknologi virtual 2D membuat penggunaannya tidak mendapatkan pengalaman optimal ketika menjelajahi ruang virtual. Meskipun kemudian teknologi virtual 2D tersebut digantikan oleh teknologi 3D yang membuat penggunaannya

³¹ John Herrman and Kellen Browning, 'Are We in the Metaverse Yet', *The New York Times*, 10 (2021).

³² John Smart and others, 'A Cross-Industry Public Foresight Project', *Proc. Metaverse Roadmap Pathways 3DWeb* 2007, 2007, pp. 1–28.

³³ Viviana Barneche-Naya, Rocío Mihura-López, and Luis A. Hernández-Ibáñez, 'Metaversos Formativos. Tecnologías y Estudios de Caso', *Vivat Academia*, no. 117 (2011).

merasakan sensasi lebih real dari segi visual, dikarenakan model yang ditampilkan oleh teknologi 3D tersebut.³⁴

Teknologi Metaverse ini sebetulnya memiliki perbedaan yang mendasar dengan AR maupun VR, terdapat tiga hal yang membedakan Metaverse dengan AR maupun VR, dua teknologi yang muncul sebelum Metaverse. Pertama, jika studi terkait VR difokuskan pada pendekatan fisik dan rendering, maka Metaverse lebih memiliki aspek yang kuat sebagai layanan dengan konten dan makna social yang lebih berkelanjutan. Kedua, Metaverse tidak harus menggunakan teknologi AR dan VR. Sehingga, meskipun sebuah platform tidak mendukung VR dan AR, platform tersebut tetap saja bisa menjadi sebuah aplikasi Metaverse. Terakhir, Metaverse memiliki lingkungan terukur yang dapat menampung banyak orang, ini sangat penting untuk memperkuat makna sosial yang ditekankan oleh teknologi ini.³⁵

Berbicara VR, orang mengetahuinya sebagai gambar fiksi ilmiah futuristik dan perangkat keras yang canggih. Tetapi perlu kita sadari bahwa VR sebenarnya tidak jauh beda dengan otak manusia yang mengalami realitas alternatif melalui imajinasi sebagai pikiran, fantasi atau pikiran yang mengembara. Sehingga dunia maya merupakan bagian penting dari pengalaman manusia yang memiliki pemahaman jelas dan lebih untuk mengartikulasikan visi masa depan

³⁴ Sang-Min Park and Young-Gab Kim, 'A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges', *IEEE Access*, 10 (2022).

³⁵ Nannan Xi and others, 'The Challenges of Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload', *Information Systems Frontiers*, 2022.

kreatif dan solusi inovatif dalam mengatasi masalah kompleks dengan teknologi imersif.³⁶

Konsep metaverse ini dianggap menjadi gerbang masuk menuju dunia virtual yang tentu saja akan berhubungan erat dengan dunia digital di masa depan. Nantinya, semua hal di masa depan akan mudah diraih karena dunia digital begitu erat kaitannya dengan teknologi, terutama dalam teknologi di bidang telekomunikasi.³⁷

Metaverse ada sebagai augmentasi dari dunia nyata, lingkungan tiga dimensi yang memungkinkan individu untuk menembus dan terlibat di mana orang dapat menjelajahi dan berinteraksi dengan orang lain secara real time.³⁸ Istilah-istilah dalam metaverse antara lain:

- 1) *Augmented Reality* adalah overlay digital yang diproyeksikan di dunia nyata (Contoh: Pokemon Go, Snapchat, dan Google Glass).³⁹
- 2) Avatar adalah persona Anda di dunia maya. Ini mungkin terlihat seperti Anda, menyerupai kartun, atau tampak fantastik seperti “kulit” Fortnite.⁴⁰

³⁶ Jim Blascovich and Jeremy Bailenson, *Infinite Reality: Avatars, Eternal Life, New Worlds, and the Dawn of the Virtual Revolution* (William Morrow & Co, 2011).

³⁷ Shenghui Cheng, ‘Metaverse’, in *Metaverse: Concept, Content and Context*, by Shenghui Cheng (Springer Nature Switzerland, 2023), pp. 1–23, doi:10.1007/978-3-031-24359-2_1.

³⁸ Matthew Ball, *The Metaverse* (WW NORTON Company, 2024).

³⁹ Sergio Barta, Raquel Gurra, and Carlos Flavián, ‘Augmented Reality Experiences: Consumer-centered Augmented Reality Framework and Research Agenda’, *Psychology & Marketing*, 42.2 (2025).

⁴⁰ Somaya Eltanbouly, Osama Halabi, and Junaid Qadir, ‘Avatar Privacy Challenges in the Metaverse: A Comprehensive Review and Future Directions’, *International Journal of Human–Computer Interaction*, 41.4 (2025).

- 3) *Digital Twin* merupakan versi virtual dari objek atau struktur kehidupan nyata. Istilah ini pertama kali diperkenalkan dalam buku 1991 “Mirror Worlds” oleh David Gelernter.⁴¹
- 4) *Mixed Reality* (MR) menggabungkan elemen VR dan AR, tetapi definisi pastinya tidak jelas. Seseorang dapat berinteraksi dengan objek virtual dan dunia nyata, dan objek virtual dapat berinteraksi dengan objek dunia nyata.⁴²
- 5) *Virtual Reality* merupakan Pengalaman mendalam di mana seseorang memakai headset dan melihat, dan dapat beroperasi di dalam dunia digital. VR saat ini menggunakan headset lengkap daripada kacamata, membenamkan pengguna di dunia virtual 360° tempat mereka dapat bergerak, selama tidak menabrak dinding fisik.⁴³
- 6) *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game* (MMORPG) adalah permainan interaktif yang menjadi dasar dari apa yang banyak orang rasakan sebagai metaverse. Jutaan orang berinteraksi di ruang bersama: bermain game, membangun sesuatu, mengunjungi toko virtual, dan bahkan pergi ke konser

⁴¹ David Gelernter, *Mirror Worlds: Or the Day Software Puts the Universe in a Shoebox... How It Will Happen and What It Will Mean* (Oxford University Press, 1993).

⁴² Maximilian Speicher, Brian D. Hall, and Michael Nebeling, ‘What Is Mixed Reality?’, in *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (presented at the CHI ’19: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, 2019).

⁴³ Steven M. LaValle, *Virtual Reality* (Cambridge university press, 2023)

(Contoh: *Fortnite*, *Roblox*, *Minecraft*, atau *Axie Infinity* berbasis *NFT*).⁴⁴

- 7) *Mirrorworld* adalah versi dunia nyata yang dirender secara digital di mana ada rekan virtual dari orang, tempat, dan benda di kehidupan nyata.⁴⁵ Mirrorworlds sering ditemukan dalam sci-fi, termasuk “Stranger Things” Netflix, seri film “The Matrix”, novel dan film “Ready Player One”.
- 8) *Token Non-fungible* (NFT) adalah Sertifikat otentikasi berbasis Blockchain untuk objek digital, yang dapat memungkinkan bukti kepemilikan barang di metaverse⁴⁶ seperti Oculus dan Horizon Workrooms.
- 9) *Second Life* adalah sebuah dunia virtual online, diperkenalkan pada tahun 2003,⁴⁷ *Second Life* adalah contoh awal dari pengalaman sosial di metaverse. Meskipun bukan MMORPG (tidak dirancang untuk bermain game), *Second Life* tetap merupakan jejaring sosial dunia terbuka dengan avatar. Metaverse mungkin menyerupai versi VR *Second Life*

⁴⁴ Stephanie Hui-Wen Chuah, ‘Why and Who Will Adopt Extended Reality Technology? Literature Review, Synthesis, and Future Research Agenda’, *Literature Review, Synthesis, and Future Research Agenda (December 13, 2018)*, 2018; Nannan Xi and others, ‘The Challenges of Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload’, *Information Systems Frontiers*, 2022.

⁴⁵ David Gelernter, *Mirror Worlds: Or the Day Software Puts the Universe in a Shoebox... How It Will Happen and What It Will Mean* (Oxford University Press, 1993)

⁴⁶ Hamed Taherdoost, ‘Non-Fungible Tokens (NFT): A Systematic Review’, *Information*, 14.1 (2022), p. 26

⁴⁷ Michael Rymaszewski, *Second Life: The Official Guide* (John Wiley & Sons, 2007)

10) *Skeuomorphic Design* adalah Objek virtual yang dibuat sangat mirip dengan dunia nyata.⁴⁸ Metaverse bisa menyerupai dunia fisik, karena ia akan sering tampak terikat dengan fisika dan desain realitas kita, tetapi tidak harus identik dengannya.

Dengan adanya Metaverse serta perangkat teknologi pendukungnya, memungkinkan penggunaanya untuk merasakan sensasi berada di lingkungan virtual yang sangat nyata. Hal ini tidak hanya bisa digunakan untuk permainan video ataupun kegiatan hiburan lainnya.⁴⁹ Banyak aspek-aspek kehidupan yang bisa menggunakan teknologi Metaverse, salah satunya yang menjadi fokus pembahasan pada thesis ini adalah dakwah digital.

2. Media Dakwah

Dakwah menurut istilah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami.⁵⁰

Keaneka ragam pendapat para ahli seperti tersebut di atas terdapat kesamaan dan perbedaan namun bila disimpulkan, dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara ikhlas untuk meluruskan umat manusia menuju pada jalan yang benar. Untuk itu dakwah diupayakan dapat berjalan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u.

⁴⁸ Zhangfan Shen and others, 'Skeuomorphic or Flat? The Effects of Icon Style on Visual Search and Recognition Performance', *Displays*, 84 (2024).

⁴⁹ Jairo Díaz, Camilo Saldaña, and Camilo Avila, 'Virtual World as a Resource for Hybrid Education', *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 15.15 (2020).

⁵⁰ Awaludin Pimay and Uswatun Niswah, 'The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age', *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2021, pp. 149–63.

Kegiatan yang berkaitan dengan dakwah harus mencakup pembicara, pendengar dan pokok pembicaraan. Dakwah memiliki beberapa unsur yaitu:⁵¹

- 1) Komunikator (da'i/pelaku dakwah) adalah Orang yang menyampaikan pesan secara lisan menarik perhatian lawan bicara atau penonton dengan menggunakan bagian tubuhnya, seperti gerakan tangan, isyarat, mimik, atau perubahan air muka. Dalam Sari,⁵² Amin menyatakan bahwa Menurut Al Qur'an dan Sunnah, da'i adalah orang yang mengajak orang lain dengan cara yang baik baik dengan perkataan atau perbuatan, dan dakwah dilakukan oleh da'i sendiri. Dalam bahasa komunikasi, mereka disebut komunikator.
- 2) Komunikan (*Mad'u*/penerima pesan), Sunarto mengartikan komunikan atau mad'u sebagai khalayak yang menjadi objek komponen retorik.⁵³ Rasulullah telah memberikan petunjuk kepada mad'u sebagai tuntunan hidup mereka di dunia. Karena Islam dapat mencakup semua, objek mad'u ini berlaku untuk semua orang, tidak peduli bahasanya, negaranya, rasnya, atau budayanya.
- 3) *Mawdu' Al-Da'wah* (Pesan dakwah) adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada mad'u.⁵⁴ Pesan dakwah adalah pesan-pesan yang berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus

⁵¹ Ilaihi Wahyu, 'Komunikasi Dakwah', Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010; Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Prenada Media, 2021).

⁵² Anoud Aulia Sari, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas Da'i Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Gus Baha)' (unpublished PhD Thesis, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023), p. 36.

⁵³ Sunarto As, 'Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato' (Jaudar Press, 2014), p. 26.

⁵⁴ Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Prenada Media, 2021), p. 20.

disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasulullah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.

4) *Uslub Al-Da'wah* (Metode dakwah). Secara istilah metode dakwah adalah segala cara menegakkan syariat Islam untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, yaitu terciptanya kehidupan baik di dunia maupun di akhirat dengan menjalani syariat Islam secara murni dan konsekuen. Menurut Mustafa Manshur metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang dai kepada madu untuk mencapai suatu tujuan di atas dasar hikmah dan kasih sayang.⁵⁵

5) *Wasilah Al-Da'wah* (Media dakwah) adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam. Media dalam berdakwah merupakan unsur penting dalam dakwah karena sangat menunjang kegiatan dakwah. Media dakwah merupakan sarana atau alat yang menghubungkan anantara juru dakwah dan penerima dakwah dalam upaya menyampaikan materi dakwah.⁵⁶

Media adalah sebuah wadah digital yang banyak dipakai manusia untuk beragam keperluan. Secara sederhana, pengertian platform adalah sebuah wadah yang dipakai untuk menjalankan

⁵⁵ M. Syahid Asgar, 'A Comparative Analysis of Muhammad Natsir and Mustafa Mashur's Thought on Fiqh Da'wah' (unpublished Master's Thesis, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2022).

⁵⁶ Tamburaka, *Literasi Media; Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*; Lilis Kurnia, 'Media Dakwah Generasi Milenial Di Era Digital', *Dakwah Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 18.6 (2020), pp. 1–10; Noviana Aini, 'Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z', *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5.2 (2023), pp. 109–16.

sebuah sistem sesuai dengan rencana program yang telah dibuat.⁵⁷ Sedangkan digital platform adalah sekumpulan software yang membentuk suatu sistem tertentu. Software ini bisa dibuka pada PC atau sistem android. Jika berada pada sistem android, digital platform dapat berbentuk aplikasi.

Adapun media dakwah digital merupakan transformasi aktivitas penyampaian nilai-nilai agama Islam melalui media digital seperti media sosial, aplikasi, atau platform berbasis internet.⁵⁸ Dakwah tidak hanya berorientasi pada ceramah tatap muka, tetapi juga mengoptimalkan teknologi sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi.

Kemajuan teknologi komunikasi telah melunturkan batas-batas territorial dan kontak fisik yang digantikan dengan tautan digital. Kemajuan teknologi juga memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalani kehidupan.⁵⁹ Namun kemudahan tersebut juga mengakibatkan dampak serius bagi manusia khususnya pada generasi muda, misalnya keseringan menggunakan media sosial berakibat pada munculnya sifat malas belajar, kurangnya sosialisasi dan kepekaan terhadap lingkungan sekitar, intoleran, individualistis, dan kurang

⁵⁷ Angga Eka Yuda Wibawa, 'Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di Mi Muhammadiyah PK Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19', *Berajah Journal*, 1.2 (2021), pp. 76–84.

⁵⁸ Arifuddin Arifuddin, 'Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia', *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3.1 (2020), pp. 161–88.

⁵⁹ Florianus Gandur, Damianus Tola, and Stefanus H. Gusti Ma, 'Pengaruh Kemajuan Teknologi Internet Terhadap Rendahnya Minat Belajar Siswa Smp Negeri 4 Ruteng Manggarai Barat: Indonesia', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 5.1 (2020), pp. 40–46.

sopan dalam tutur kata, hal ini dikarenakan kurangnya adab serta wawasan dalam ber sosial media yang baik.⁶⁰

Disamping itu media sosial juga mampu mengganggu pandangan kita dalam moderasi beragama dengan beredarnya konten-konten propaganda dan ujaran kebencian. Untuk mengatasi problematika generasi muda yang melingkupi kehidupannya, maka diperlukan suatu metode dakwah untuk meminimalisir problematika, agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang akan merusak dirinya maupun orang lain. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara actual, faktual, dan kontekstual.⁶¹

Melihat dampak serius yang terjadi diatas mensyaratkan bahwa para da'i dituntut memiliki kemampuan teknis penggunaan internet yang mumpuni untuk menyajikan materi dakwah yang menarik melalui perangkat digital, khususnya di kalangan pemuda. Terlebih banyak pihak yang berdakwah mengatasnamakan Islam tetapi kenyataannya menyebarkan informasi hoax berujung pada rusaknya generasi muda dan pecahnya umat Islam melalui penanaman ideologi liberal, sekularisme dan semacamnya.⁶²

Keakraban generasi muda dengan Gadget dan media social membuka peluang yang besar bagi para da'i dalam berdakwah dan

⁶⁰ Erga Yuhandra and others, 'Penyuluhan Hukum Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Gadget Dan Media Sosial', *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.01 (2021), pp. 78–84.

⁶¹ Akhmad Sukardi, 'Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja', *Al-Munzir*, 9.1 (2018), pp. 13–28 (p. 25).

⁶² Enjang Muhaemin, 'Dakwah Digital Akademisi Dakwah', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11.2 (2017), pp. 341–56.

mengembangkan konten-konten dakwah yang sesuai masa kini. Di era modern dakwah diartikan sebagai bentuk dakwah yang pelaksanaan, materi, strategi dan metodenya sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern singkatnya dahulu dakwah dilakukan secara konvensional sekarang juga dapat dilakukan secara digital.⁶³

Merespon akan pentingnya pemahaman beragama, maka sebagai generasi penerus harus dididik, dan diberikan pemahaman akan agama dan selanjutnya diajarkan bagaimana menyebarkannya dan memberikan edukasi kepada sesama pemuda dan masyarakat pada umumnya. Bentuk upaya tersebut salah satunya adalah dengan diadakannya pelatihan pembuatan konten dakwah berbasis digital.⁶⁴ Mengapa memilih pelatihan konten dakwah berbasis digital? tentunya dikarenakan mudahnya akses dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi serta komunikasi yang menjadi alasan mengapa memilih berdakwah melalui digital, namun harus tetap memperhatikan rambu-rambu dakwah dalam dunia digital.⁶⁵

Uraian di atas menjadi dasar bahwa pelatihan dakwah digital adalah sesuatu yang penting. Maka diharapkan kalangan pemuda bisa menjadi pelopor sejak dini kemudian di masa depan, menghasilkan pelajar yang memiliki kompetensi dan menjiwai ajaran Islam dalam kehidupannya serta memahami komunikasi dakwah agar dakwahnya berjalan dengan efektif.

⁶³ Puput Puji Lestari, 'Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial', *Jurnal Dakwah*, 21.1 (2020), pp. 41–58.

⁶⁴ Reza Mardiana, 'Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial', *Komunida* 2020, 2020, pp. 148–58.

⁶⁵ A. H. Ummah, 'Dakwah Digital Dan Generasi Milenial. Tasâmuh, 18, 54–78', 2020.

Menurut Qardhawani esensi dakwah adalah bermakna membangun gerakan yang akan membawa manusia ke jalan Islam meliputi aqidah dan syariah, dunia dan negara, mental dan kekuatan fisik, peradaban dan umat, kebudayaan dan politik serta jihad menegakkannya di kalangan umat Islam sendiri, agar terjadi sinkronisasi antara realitas kehidupan muslim dengan aqidahnya.⁶⁶

Di dalam dakwah terdapat jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Saat menyampaikan pesan dakwah, metode sangat berperan penting. Metode berdakwah berpijak pada dua aktivitas yaitu tulisan dan badan atau lisan. Aktivitas lisan dalam menyampaikan pesan dapat berupa: *Pertama*, metode ceramah. Metode yang dilakukan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, penjelasan, tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak. *Kedua*, metode diskusi. Metode dalam arti mempelajari atau menyampaikan bahan dengan jalan mendiskusikan sehingga menimbulkan pengertian serta perubahan kepada masing-masing pihak sebagai penerima dakwah. *Ketiga*, metode tanya jawab. Metode yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai sesuai materi dakwah. *Keempat*, metode konseling yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang terdiri dari konselor sebagai pendakwah dan jamaah sebagai mitra dakwah. *Kelima*, metode propaganda yang bertujuan untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk, tetapi bukan bersifat

⁶⁶ Akhmad Sukardi, 'Metode Dakwah.

otoritatif (paksaan). Selain itu juga bisa dalam bentuk petuah, nasehat, wasiat, ta'lim, peringatan, dan lain-lain.⁶⁷

Aktivitas tulisan berupa penyampaian pesan dakwah melalui berbagai media massa cetak (buku, majalah, koran, pamflet, dan lain-lain). Aktivitas badan dapat berupa berbagai aksi amal sholeh, contohnya tolong menolong melalui materi, lingkungan, penataan, organisasi atau lembaga-lembaga keIslaman.⁶⁸

Media dalam penyampaian pesan dakwah di era global identik dengan keterlibatan teknologi, maka penerimaan teknologi sebagai media dakwah sangat berperan penting. Teknologi memfasilitasi kondisi yang mengarah pada kepercayaan individu terhadap lingkungan atau informasi sebagai sumber daya untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Kemajuan teknologi diharapkan tidak mengakibatkan masyarakat terpecah belah dan tidak setara karena telah banyak penindasan baik dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial keagamaan.⁶⁹

Tidak hanya ceramah, konten dakwah generasi muda harus banyak unsur virtualnya. Misalnya, quote, meme, komik skrip, infografis, video seiring dengan tren vlog serta menggunakan AR/VR seperti Metaverse. Kini media sosial digunakan oleh sebagian besar pengguna muda untuk menonton video dibandingkan untuk

⁶⁷ Akhmad Sukardi.

⁶⁸ Miftakhul Lina Hidayati, 'Metode Dakwah KH Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya"', *Surabaya: UIN Sunan Ampel*, 2018.

⁶⁹ Daeng Sani Ferdiansyah, 'Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Transformasi Sosial Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-Ntb', *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12.1 (2020).

bersosialisasi. Dengan begitu, media Islam harus menyajikan dakwah dalam bentuk yang menarik dan konten kreatif sebagai dakwah digital.

Dakwah digital harus memuat pesan verbal atau nonverbal. Sifat pesan dapat dibedakan jadi tiga yaitu informatif, persuasif, dan koersif. Pesan bersifat informatif karena hanya memberikan informasi. Persuasif memuat bujukan untuk menggugah pengertian dan kesadaran seseorang, sedangkan koersif berisikan perintah, aturan, anjuran, instruksi dan lain-lain.⁷⁰ Dakwah bagi umat Islam menjadi kewajiban yang menyeluruh. Kewajiban dakwah Islam ini ada yang bersifat individual secara pribadi dan kolektif melalui kelompok, jamaah atau organisasi. Dengan demikian menjadi umat Islam pada hakekatnya berkewajiban untuk berdakwah.

Dakwah Islam di era digital tidak bebas dari berbagai kendala dan tantangan yang dihadapinya. Sehingga dakwah Islam akan menghadapi berbagai problem sangat kompleks dan rumit. Tantangan dakwah Islam tersebut berkaitan dengan ekses globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Kemajuan pesat iptek telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi. Kosa kata bahasa yang berkembang dan determinan era globalisasi saat ini adalah kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga realitas dunia sekarang dengan segala kemajemukan, kesenjangan dan

⁷⁰ Edy Sutrisno, 'Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru', *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 1.1 (2020).

ironinya telah menjadi sekat sosio-kultural bangsa dan mengaburkan batas-batas geografis negara.⁷¹

Di era digital semua orang tinggal mencari sesuatu yang diinginkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang diperlukan akan muncul dengan berbagai model. Era digital adalah puncak di mana semuanya yang serba instan (cepat) dapat dinikmati oleh masyarakat. Seorang da'i (mubaligh) bisa berdakwah melalui berbagai media, baik media elektronik maupun cetak seperti televisi, radio, youtube, koran, majalah, buletin, dan lain-lain.⁷²

Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam sebuah majelis taklim di sebuah surau, masjid atau mushola berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak. Mengingat tantangan dakwah di era teknologi dan informasi, khususnya media memang tidak bisa dilepaskan dari wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i, juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias.

Semula, dakwah yang lebih banyak bersentuhan dengan ranah ibadah, selalu dilandasi dengan niat dan motivasi untuk beribadah pula, yakni dilaksanakan dengan penuh suka cita, hati yang ikhlas dan hanya mengharap ridha Allah Swt semata. Namun, dalam

⁷¹ Noviana Aini, 'Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z', *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5.2 (2023).

⁷² Ari Wibowo, 'Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah', *Wardah*, 22.1 (2021).

perkembangannya pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan bagi tersendiri bagi seseorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seorang da'i memperoleh popularitas dimata pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti (publik figur) dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan dakwahnya, sering dinilai dengan materi.⁷³

3. Era Society 5.0

Percepatan teknologi dan peran manusia dalam perkembangan ini tak terlepas dari istilah revolusi industri. Revolusi industri adalah istilah perubahan secara besar-besaran atau perubahan total pada segala bidang mulai dari pertanian, manufaktur, pendidikan, transportasi, industri, teknologi dan lain sebagainya. Pola revolusi industri pertama (*Hunting Society*) kali diketahui pada peradaban manusia yang mulai mengenal istilah food gathering atau zaman yang hidup dengan memanfaatkan apa yang mereka temukan. Kedua, pengembangan teknik irigasi dan pemukiman manusia (*Agrarian Society*). Ketiga, penemuan lokomotif uap dan awal produksi massal (*Industrial Society*). Dan terakhir yang keempat sering dipropagandakan, penemuan komputer dan teknologi informasi (*Information Society*).⁷⁴

⁷³ Abd Rahman, 'Teknologi Informasi Sebagai Peluang dan Tantangan Dakwah', *Al-Munzir*, 6.2 (2013); Arifuddin Arifuddin, 'Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia', *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3.1 (2020).

⁷⁴ Stephen Lilley, *Transhumanism and Society: The Social Debate over Human Enhancement* (Springer Science & Business Media, 2012); Christopher Coenen, 'Transhumanism in Emerging Technoscience as a Challenge for the Humanities and Technology Assessment.', *Teorija in Praksa*, 51.5 (2014); Hakan Öngören, 'Critique of Transhumanism, Artificial Intelligence, and Digital Society in Terms

Perkembangan teknologi tidak hanya melahirkan banyak inovasi dan produk di bidang teknologi, akan tetapi pada saat yang sama, ia juga menyebabkan banyak aspek kehidupan manusia berubah dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Dunia dibuat seakan tidak memiliki batasan (*borderless*) dan tidak ada kerahasiaan yang bisa ditutupi. Perkembangan teknologi membuat seseorang bisa dengan mudah mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, padahal orang tersebut tidak saling mengenal dan tidak pernah berjumpa sebelumnya.⁷⁵

Gelombang transformasi tersebut menjadi salah satu elemen dari terciptanya kerangka berpikir serta kebijakan industri baru, misalnya konsep Revolusi Industri 4.0 yang membantu pekerjaan manusia dengan mesin. *Technology Integrated System* berupa *Internet of Things* (IoT), *Cloud Computing*, *Big Data*, *AR/VR*, *Sharing on Demand*, *Cryptocurrency*, *Artificial Intelligence* dan *Metaverse* menjadi satu kesatuan tak terpisahkan yang membawa perubahan signifikan kepada masyarakat.⁷⁶

Melalui perkembangan teknologi dan informasi, manusia lebih mudah dan cepat dalam menemukan solusi dari masalah-masalah

of Social Values', *Journal of Interdisciplinary Education: Theory and Practice*, 6.1 (2024).

⁷⁵ Mulawarman Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, 'Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan', *Buletin Psikologi*, 25.1 (2017).

⁷⁶ Mayumi Fukuyama, 'Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society', *Japan Spotlight*, 27.5 (2018).

sosial serta menggantikan kerja fisik.⁷⁷ Fenomena ini pada akhirnya membangun suatu gagasan tentang teknologi dan manusia yang hidup berdampingan sehingga terciptalah kehidupan yang lebih bernilai.⁷⁸

Berangkat dari konsep berpikir tersebut, Jepang merancang suatu konsep inti dari *5th Science and Technology Basic Plan* yang dinamakan *Society 5.0*. Tujuan utama dari perancangan konsep *Society 5.0* adalah untuk membangun masyarakat yang manusia-sentris (*hiposentrum*) pembuktian entitas manusia sebagai pusat revolusi peradaban.⁷⁹ Kunci untuk merealisasikan tujuan tersebut adalah melalui penggabungan antara ruang siber dengan dunia nyata untuk menciptakan data yang berkualitas dan memberikan nilai baru maupun solusi untuk menyelesaikan setiap permasalahan. Peluncuran konsep ini dilandasi atas berbagai permasalahan sosial yang dihadapi Jepang seperti menurunnya tingkat pertumbuhan penduduk, menurunnya jumlah penduduk usia produktif, peningkatan efek rumah kaca dan lain-lain.⁸⁰

Seperti yang dikatakan oleh Perdana Menteri Jepang pada hari senin, 21 Januari 2019 bahwa “Melalui *Society 5.0*, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) akan mentransformasi big data pada segala sendi kehidupan serta *the internet of things* akan menjadi suatu kearifan baru, yang akan didedikasikan untuk meningkatkan kemampuan manusia membuka peluang-peluang

⁷⁷ Paschal Preston, Aphra Kerr, and Anthony Cawley, ‘Innovation and Knowledge In The Digital Media Sector: An Information Economy Approach’, *Information, Communication & Society*, 12.7 (2009).

⁷⁸ Lena Ellitan, ‘Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0’, *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10.1 (2020); Abdulkadir Büyükbingöl and Taylan Maral, ‘A Criticism of Transhumanism from the Society 5.0 Perspective in the Context of Social Values’, *Ilahiyat Studies*, 14.1 (2023).

⁷⁹ Mayumi Fukuyama, ‘Society 5.0.

⁸⁰ Stephen Lilley, *Transhumanism and Society: The Social Debate over Human Enhancement* (Springer Science & Business Media, 2012).

bagi kemanusiaan. Transformasi ini akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna”.⁸¹

Society 5.0 merupakan konsep yang mengimplementasikan teknologi pada Revolusi Industri 4.0 dengan mempertimbangkan aspek humaniora sehingga dapat menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dan menciptakan keberlanjutan.⁸² Melalui teknologi AI pada Industri 4.0, big data atau maha data pada seluruh aspek kehidupan dapat dikumpulkan melalui internet dan diubah menjadi pengetahuan baru yang mampu membangun kehidupan manusia yang lebih berarti.⁸³ Jika Industri 4.0 menempatkan teknologi hanya sebagai mesin atau alat untuk mengakses informasi, maka *Society 5.0* menekankan bahwa teknologi dan fungsinya sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia.⁸⁴

Dalam perspektif *Society 5.0*, konten menjadi salah satu elemen yang memegang peranan penting dalam teknologi media, khususnya media digital.⁸⁵ Saat ini, teknologi media digital telah menjadi bagian dari seluruh kehidupan manusia sehingga tumbuh berbagai peluang dan kebutuhan untuk menjalankan bisnis yang berkaitan dengan penyediaan konten. Industri konten membutuhkan kreativitas dari

⁸¹ Bahrul Bangsawan, ‘Society 5.0 Dan Transhumanisme’, *Kumparan.com* (internet, 7 September 2020), Tekno Sains edition, section Education. di akses pada tanggal 18 Mei 2025 pukul 21:09 WIB.

⁸² Umar Al Faruqi, ‘Future Service in Industry 5.0’, *Jurnal Sistem Cerdas*, 2.1 (2019).

⁸³ Tuti Widiastuti, ‘Ethnomethodology Study of Digitalized Social Communication Apprehension in Basmala Youth Community Members’, *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5.1 (2020).

⁸⁴ Lena Ellitan, ‘Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0’.

⁸⁵ Ari Susanti, ‘Mager (Lazy-Ass) As New Culture In The Society 5.0 Era (Semiotic Analysis by Charles Pierce in the Grab Food Ad “Laper Di Kantor” Version)’, in *2nd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2020)* (Atlantis Press, 2020).

content creator untuk menciptakan suatu inovasi serta didukung oleh kebijakan pemerintah.⁸⁶

Inovasi diperlukan agar industri ini mampu menembus pasar global dan memberikan kontribusi pada peningkatan ekonomi. Tingginya peran inovasi dalam industri konten digital memunculkan prediksi bahwa industri tersebut akan terus tumbuh berkelanjutan di *Era Society 5.0* ketika informasi atau konten menjadi dasar pengambilan keputusan.⁸⁷

Secara umum, ekosistem industri konten digital dibangun atas tiga komponen, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.⁸⁸ Hal ini disebabkan setiap orang dapat menjalankan ketiga komponen tersebut. Ruang siber telah menjadi unsur yang tidak bisa dipisahkan dalam *Era Society 5.0*.⁸⁹ Melalui kolaborasi yang terus menerus, diharapkan masyarakat dapat menerima manfaat dari layanan atau produk yang selalu terbarukan sehingga kehidupan mereka akan lebih nyaman dan berkelanjutan.⁹⁰

Holroyd mengungkapkan bahwa pengembangan industri konten digital dinilai akan meningkatkan perekonomian suatu negara. Bahkan, industri konten digital harus terintegrasi dalam sistem inovasi nasional sehingga skala bisnisnya dapat terus dikembangkan hingga level internasional. Melalui media digital,

⁸⁶ Carin Holroyd, 'Digital Content Promotion in Japan and South Korea: Government Strategies for an Emerging Economic Sector', *Asia & the Pacific Policy Studies*, 6.3 (2019).

⁸⁷ Shiddiq Sugiono, 'Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective)', *Jurnal IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22.2 (2020).

⁸⁸ Namji Jung, 'Sources of Creativity and Strength in the Digital Content Industry in Seoul: Place, Social Organization and Public Policy', 2007.

⁸⁹ Mayumi Fukuyama, 2018.

⁹⁰ Arlene Alishya Audrey and Arie Kusuma Paksi, 'The Challenges of the Japanese Government to Implement Society 5.0', in *International Conference on Public Organization (ICONPO 2021)* (Atlantis Press, 2022).

suatu negara dapat memasarkan produk maupun layanannya tanpa terhalang oleh batasan negara. Industri juga dibantu dengan berbagai teknologi yang hadir di Revolusi Industri 4.0, seperti AI dalam setiap proses produksi maupun distribusinya sehingga industri tersebut sangat relevan dengan konsep *Society 5.0*.⁹¹

Beberapa argumentasi tersebut menyatakan bahwa ekosistem industri konten digital harus menjadi sebuah prioritas dalam konsep *Society 5.0* karena dapat menjanjikan pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara. Konsep *Society 5.0* turut dirancang untuk memenuhi tujuh belas aspek dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) yaitu program dari United Nations untuk mengurangi ketimpangan sosial mulai dari memberantas kemiskinan, mengakhiri kelaparan, hidup sehat dan sejahtera, pendidikan yang bermutu, kesetaraan gender, air bersih dan sanitasi, energi bersih dan terjangkau, perkembangan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, industri, komunikasi atau teknologi media, inovasi dan infrastruktur, mengurangi ketimpangan, kota dan komunitas berkelanjutan, produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab, penanganan iklim, menjaga ekosistem laut, menjaga ekosistem darat, perdamaian, keadilan dan institusi yang kuat dan yang terakhir kemitraan untuk mencapai tujuan, di dunia sehingga tidak ada ketimpangan sosial yang akan terjadi dimasa depan. Konsep SDGs turut menjelaskan bahwa media harus bersifat inklusif sehingga

⁹¹ Carin Holroyd, 'Technological Innovation and Building a "Super Smart" Society: Japan's Vision of Society 5.0', *Journal of Asian Public Policy*, 15.1 (2022).

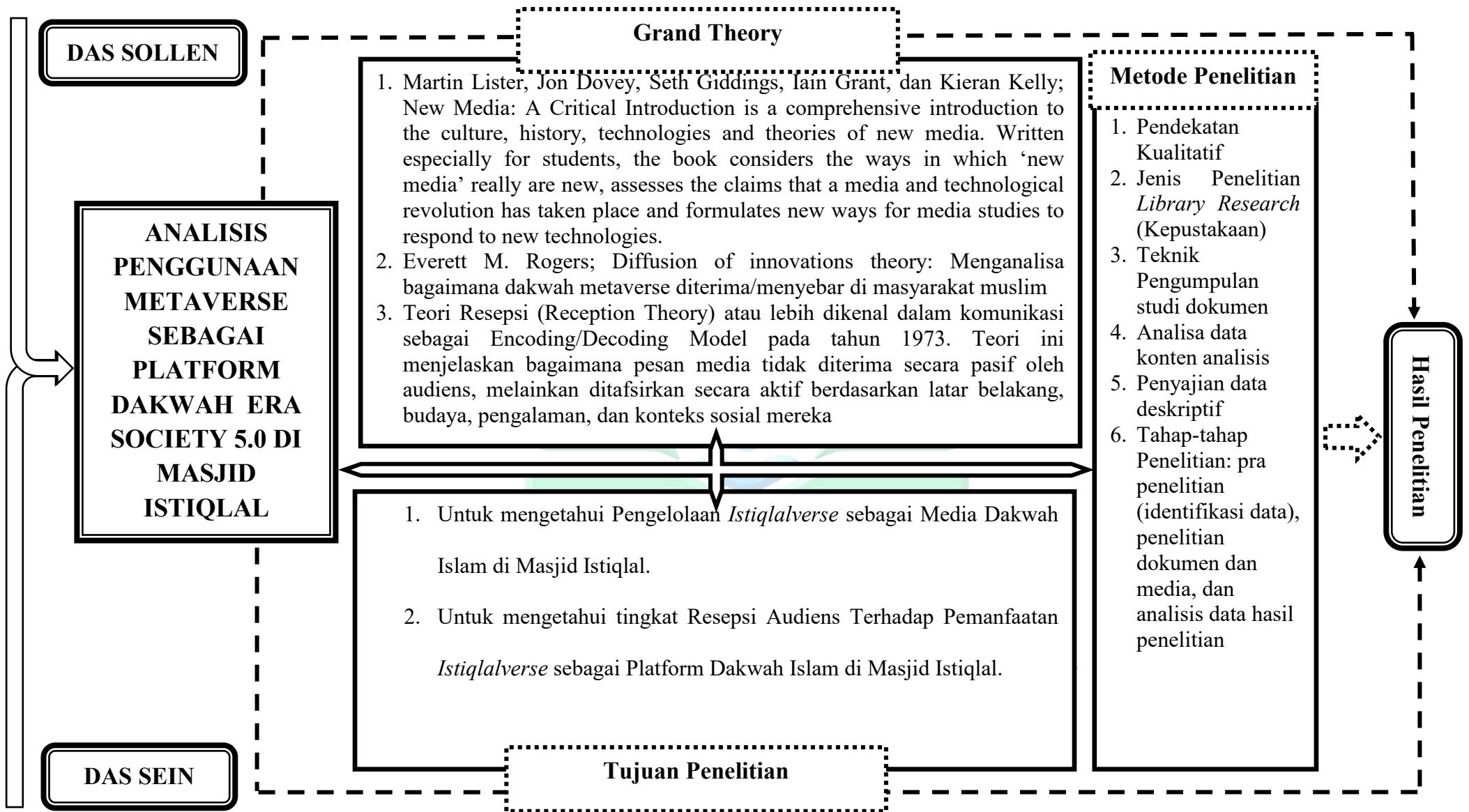
memungkinkan setiap orang memperoleh kesetaraan dalam mengakses suatu informasi.⁹²

Industri konten digital memiliki peran penting dalam membangun ekosistem *Society 5.0*. Hal ini relevan karena *Society 5.0* memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dengan tetap manusia yang menjadi pusat inovasinya. Konsep yang dijelaskan Perdana Menteri Jepang ini merupakan transformasi pemahaman manusia bahwa kebutuhan teknologi akan manusia dapat bermakna lebih untuk menjalani kehidupan yang baik. Ini menjelaskan juga bahwa konsepsi *transhuman* akan semakin dekat. Selanjutnya, bagaimana kita sebagai seorang manusia menanggapi percepatan ini yang memiliki dampak positif dan negatif? Tentunya sangat sulit untuk membayangkan hal tersebut. Peradaban yang tidak dapat dihindari tapi kita hanya dapat meminimalisir kemungkinan buruk yang terjadi dimasa depan dengan melakukan inovasi-inovasi yang memanusiakan manusia dan berdampak baik bagi perjalanan kehidupan manusia.⁹³

⁹² Irwansyah Irwansyah, 'How Indonesia Media Deal with Sustainable Development Goals', in *E3S Web of Conferences* (EDP Sciences, 2018).

⁹³ Bahrul Bangsawan, 'Society 5.0 Dan Transhumanisme',

C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian yang bersifat kualitatif ataupun kuantitatif diperlukan suatu metode dan prosedur penelitian. Metode merupakan suatu hal yang sangat penting karena dengan metode yang baik dan benar akan memungkinkan tercapainya suatu tujuan penelitian, di samping itu metode juga merupakan suatu yang menerangkan cara-cara untuk mengadakan penelitian.⁹⁴ Dalam rangka mencapai tujuan penelitian sesuai dengan apa yang menjadi keinginan awal peneliti, maka seorang peneliti harus terlebih dahulu menentukan metode yang tepat, dengan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan karakteristik objek kajiannya.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dikategorikan kepada penelitian pustaka (*Library Research*),⁹⁵ menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis penelitiannya adalah analisis isi (*Content Analysis*) Harold D. Lasswell. Menurut pelopor Harold D. Lasswell, analisis isi adalah studi tentang diskusi mendalam tentang isi informasi tertulis dan tercetak di media massa dengan teknik pengkodean simbolik (*symbol coding*), yaitu pencatatan lambang atau pesan informasi secara sistematis dan kemudian diberi interpretasi.⁹⁶

⁹⁴ P. Sugiono, 'Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D' (Alfabeta, 2019).

⁹⁵ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008).

⁹⁶ Harold D. Lasswell, 'The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change', *Social Science Information*, 7.1 (1968), pp. 57–70, doi:10.1177/053901846800700104.

Penelitian menggunakan analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang yang didokumentasikan. Dan menganalisis segala bentuk komunikasi, termasuk surat kabar, radio, televisi dan bahan dokumentasi lainnya. Oleh karena itu, objek penelitian ini adalah media sosial. Dalam penelitian ini, penulis berusaha menggunakan *content analysis*, untuk mendeskripsikan teknik penyampaian informasi dan pemanfaatan media social dalam pesan dakwah di dunia digital (metaverse).

Metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan deskriptif.⁹⁷ Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu pesan atau teks tertentu secara detail. Pendekatan deskriptif kualitatif melibatkan data deskriptif, lebih mengutamakan definisi, dan makna fenomena untuk memberikan gambaran yang disajikan dalam laporan penelitian.⁹⁸

B. Sumber Data

Menurut Lofland⁹⁹, sumber data primer penelitian kualitatif terdiri dari sumber data tambahan seperti dokumen, kata-kata, tindakan, foto atau gambar, sumber data tertulis, data statistik, dan dokumen. Pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu:

⁹⁷ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Cipta Media Nusantara, 2021)

⁹⁸ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Kencana Prenada Media Group, 2011), p. 47.

⁹⁹ John Lofland and others, *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis* (Waveland Press, 2022).

1. Sumber primer adalah sumber-sumber yang memberikan data secara langsung dari tangan pertama atau merupakan sumber asli. Dalam penelitian ini sumber primer yang dimaksud platform media sosial, buku-buku dan sumber pendapat para ahli.¹⁰⁰
2. Sumber sekunder adalah sumber-sumber yang diambil dari sumber yang lain yang tidak diperoleh dari sumber primer sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini berupa artikel, opini, wacana, dan berita serta wacana yang berkembang di pada dunia virtual¹⁰¹ dan menjadi sumber skunder lain adalah Interaksi yang terjadi di media sosial dan komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas melalui komen dan forum, serta perkembangan Struktur perangkat media dan penampilan terkait dengan prosedur aplikasi yang bersifat teknis dan lain-lain.¹⁰²

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, penulis melakukan observasi, juga mengumpulkan informasi yang bersumber dari pemberitaan, artikel, jurnal serta opini netizen yang berkembang di media internet.¹⁰³ Terkait dengan kecenderungan pola aktifitas serta kecenderungan audien terhadap penggunaan media digital baru sebagai sarana mendapatkan informasi dan sarana interaksi audien di era society 5.0.

Setelah itu penulis memperkaya data yang didapat dengan melakukan studi pustaka untuk teknik analisis data, penulis melakukan

¹⁰⁰ Dr Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Alfabeta, 2010).

¹⁰¹ Taliziduhu Ndraha, *Teori, Metodologi, Administrasi I* (Bina Aksara, 1981).

¹⁰² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2021).

¹⁰³ Lexy J. Moleong, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi', *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*, 103 (2007).

reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah data-data diperoleh melalui observasi partisipatif, penulis kemudian menghubungkan data-data yang diperoleh, menganalisisnya, untuk selanjutnya mendapatkan kesimpulan tertentu. Dan untuk mengetahui bahwa kesimpulan yang didapatkan penulis, penulis melakukan member check yaitu suatu proses pengecekan data kepada sumber data, dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dalam laporan penelitian memiliki kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber data atau informan.¹⁰⁴

D. Analisis Data

Penelitian menggunakan metode analisa data *Content Analysis*¹⁰⁵ yaitu metode untuk mengkaji dan menganalisis berbagai literatur berupa buku, jurnal, artikel, video serta pendapat para ahli, yang berupa paragraf, kalimat, ide pokok, atau tema yang relevan yang membahas era 5.0 dan dakwah di era digital, serta konsep Metaverse, dan perkembangannya sebagai platform dakwah era 5.0. Adapun langkah-langkah dalam analisis data meliputi:

1. Menentukan Unit Analisis: Identifikasi sumber literatur yang relevan dengan tema penelitian; Membaca dan memahami isi literatur secara mendalam; Melakukan coding terhadap konsep-konsep utama yang ditemukan dalam literatur, seperti era 5.0 strategi dakwah, media sosial, metaverse serta peluang dan tantangan dakwah di platform digital; Mengelompokkan hasil coding ke dalam tema-tema besar

¹⁰⁴ Sugiono, 'Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D'.

¹⁰⁵ Harold D. Lasswell, 'The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change',

yang berkaitan dengan penggunaan Metaverse sebagai platform dakwah era 5.0; dan Menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengelompokan dan analisis data sesuai dengan tema penelitian.

2. Menginventaris dan Menganalisa Data Secara Mendalam Dengan mengumpulkan semua literatur yang relevan, serta membaca dan mencatat bagian-bagian yang berkaitan dengan: Penjelasan tentang Era 5.0; Konsep Dakwah era 5.0; Penjelasan dan gambaran metaverse; Peluang Metaverse sebagai platform Dakwah; Tantangan dan Solusi Dakwah di Metaverse; Analisis Perbandingan dengan Platform Dakwah Digital Lain; dan Konsep dakwah dimetaverse.
3. Koding, ditandai kata-kata penting, frasa, atau ide yang sering muncul (tentang dakwah digital, media virtual, society 5.0, interaksi avatar, tantangan dakwah dll). serta yang berkaitan dengan fokus bahasan masalah. Yang koding ini dilakukan secara manual (pakai stabilo, sticky notes dll).
4. *Kategorisasi dan Pengelompokan Tema besar, diantaranya:* Dakwah era 5.0, Potensi Metaverse untuk dakwah, dan Kendala penggunaan Metaverse.

E. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dilakukan untuk pengujian data yang didapatkan sekaligus untuk mengetahui keilmiahan suatu penelitian. Menurut Sugiyono yang menyatakan bahwa pengujian keabsahan data meliputi validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), reabilitas (*dependability*), dan obyektifitas

(*confirmability*). Uji keabsahan data yang akan peneliti laksanakan yaitu:¹⁰⁶

1. Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk mendapatkan kredibilitas dalam data yang diperoleh peneliti. Kredibilitas data diperiksa, dan jika data memenuhi kredibilitas data maka penelitian perlu ditutup atau diselesaikan.
2. Peningkatan ketekunan adalah teknik yang digunakan untuk melakukan pengamatan lebih akurat, terperinci, jelas atau lebih berkelanjutan dan terdokumentasi dengan baik. Caranya dengan meningkatkan ketekunan adalah dengan membaca berbagai buku referensi dan hasil penelitian atau dokumen yang berkaitan dengan subyek penelitian. Dengan cara ini, peneliti memberikan gambaran yang akurat dan sistematis tentang kepastian data.
3. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Teknik ini dilaksanakan dengan mengecek kembali data dari sumber data yang didapat dengan menganalisis data tersebut guna mencapai suatu kesimpulan.

F. Tahap-Tahap Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melaksanakan beberapa persiapan yang terdiri dari, Melakukan pengamatan Fenomena sosial yang terjadi dalam kehidupan virtual dan nyata, melakukan kajian kepustakaan serta kajian wacana yang berkembang, serta mengumpulkan Informasi yang diberikan oleh pihak-pihak lain. Setelah itu baru peneliti

¹⁰⁶ Egon G. Guba and Yvonna S. Lincoln, 'Competing Paradigms in Qualitative Research', *Handbook of Qualitative Research*, 2.163–194 (1994), p. 105.

menentukan tema atau topik penelitian. Setelah penentuan tema atau topik penelitian, peneliti kemudian melakukan identifikasi masalah, untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti. Dari identifikasi masalah inilah peneliti kemudian membuat rumusan masalah yang akan diteliti.

Tahapan selanjutnya peneliti menentukan tujuan penelitian, dalam sebuah penelitian tujuan penelitian ini merupakan tujuan utama dari pelaksanaan penelitian, disamping agar proses penelitian dapat fokus dan terarah, serta agar data dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan. Agar peneliti tidak rancu dalam memahami fenomena dan ruang lingkup penelitian ini, maka peneliti mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan pada judul penelitian ini sesuai dengan fokus bahasan dan ruang lingkup tema agar tidak terjadi salah interpretasi dan mudah dipahami.

Setelah memahami istilah-istilah yang ada maka peneliti melakukan kajian pustaka yang diantaranya melakukan kajian terdahulu. Hal ini dilakukan tidak hanya sebagai referensi atau penelitian yang pernah dilakukan tersebut, juga sebagai bentuk perbandingan penelitian dengan penelitian yang sebelumnya. Tentu saja, penelitian yang pernah dilakukan tersebut dapat digunakan apabila judul-judul penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya berhubungan dengan judul penelitian yang akan Anda lakukan ini.

Langkah selanjutnya peneliti melakukan Kajian teori dan kerangka konseptual yaitu salah satu langkah dan bagian yang peneliti

lakukan dalam penyusunan proposal ini hal tersebut dilakukan untuk melihat suatu hal secara menyeluruh, melihat hubungan-hubungan yang ada dalam variable, lalu digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena yang ada dalam penelitian ini.

Berikutnya peneliti menentukan metode penelitian, agar peneliti dapat dengan mudah melakukan proses penggalan data analisa data serta tepat dalam mengambil kesimpulan dari hasil penelitian ini. Agar penelitian ini dapat disajikan secara terstruktur serta terarah dan mudah dipahami maka selanjutnya peneliti menentukan sitematika penulisan.



BAB IV ANALISIS DAN PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Masjid Istiqlal

a. Latar Belakang Pendirian Masjid Istiqlal

Masjid Istiqlal merupakan masjid nasional Republik Indonesia yang berada di pusat kota Jakarta. Gagasan pembangunan masjid ini muncul setelah kemerdekaan Indonesia, sebagai simbol rasa syukur atas terbebasnya bangsa Indonesia dari penjajahan. Nama "*Istiqlal*" sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti *kemerdekaan*. Gagasan awal pembangunan masjid ini dicetuskan oleh tokoh Muslim sekaligus Menteri Agama saat itu, KH Wahid Hasyim, dan didukung oleh Presiden pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno. Gagasan ini terealisasi setelah dibentuknya Panitia Pembangunan Masjid Istiqlal pada tahun 1953 yang diketuai oleh H. Anwar Tjokroaminoto.¹⁰⁷

b. Proses Perancangan dan Pembangunan Masjid Istiqlal

Presiden Soekarno menyelenggarakan sayembara desain arsitektur untuk masjid ini pada tahun 1955. Dari sayembara tersebut, terpilih desain karya Frederich Silaban, seorang arsitek Kristen Protestan asal Sumatra Utara. Desain karyanya diberi nama "*Ketuhanan*", yang mencerminkan semangat toleransi dan keindahan universal.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Natsir, M. (1985). *Sejarah Masjid Istiqlal*. Jakarta: Balai Pustaka, hlm. 14.

¹⁰⁸ Silaban, F. (1979). *Laporan Arsitektur Masjid Istiqlal*. Arsip Nasional Republik Indonesia.

Pembangunan Masjid Istiqlal dimulai pada tanggal 24 Agustus 1961, ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Presiden Soekarno. Pembangunan berlangsung selama 17 tahun dan selesai pada tahun 1978, kemudian diresmikan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 22 Februari 1978.¹⁰⁹

c. Arsitektur dan Kapasitas Masjid Istiqlal

Masjid Istiqlal memiliki arsitektur modern dengan sentuhan Islam klasik. Bangunan utamanya terdiri dari sebuah kubah besar berdiameter 45 meter, sebagai simbol tahun kemerdekaan Indonesia 1945. Masjid ini juga memiliki satu menara setinggi 96,66 meter yang melambangkan 96 ayat dalam surat Maryam dan angka 6 sebagai rukun iman.¹¹⁰ Masjid ini mampu menampung lebih dari 200.000 jemaah, menjadikannya masjid terbesar di Asia Tenggara. Selain sebagai tempat ibadah, Istiqlal juga menjadi pusat kegiatan keagamaan, pendidikan Islam, dan simbol toleransi beragama.

d. Renovasi Terbaru Masjid Istiqlal

Renovasi besar-besaran dilakukan pada tahun 2019–2020, dan diresmikan kembali oleh Presiden Joko Widodo pada 7 Januari 2021. Renovasi ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan, estetika, dan

¹⁰⁹ Departemen Agama RI. (1978). *Peresmian Masjid Istiqlal*. Jakarta: Departemen Agama RI

¹¹⁰ Majalah Tempo. (2004). *Istiqlal: Masjid Nasional*. Edisi Khusus, Agustus 2004.

teknologi lingkungan masjid, termasuk pemasangan sistem tata udara modern dan pengolahan air hujan.¹¹¹

2. Konsep *Istiqlalverse* dalam Era Society 5.0

Secara struktural, Masjid Istiqlal tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, melainkan juga sebagai pusat kegiatan keagamaan nasional, sosial, budaya, serta tempat berkumpulnya umat dari berbagai penjuru Indonesia dalam momentum penting seperti Idulfitri, Maulid Nabi, dan kegiatan nasional lainnya. Seiring perkembangan zaman, khususnya dalam konteks era Society 5.0, kebutuhan akan integrasi antara kehidupan fisik dan digital semakin meningkat. Society 5.0 merupakan konsep masyarakat masa depan berbasis teknologi tinggi yang mengedepankan pemanfaatan teknologi untuk memecahkan masalah sosial dan meningkatkan kualitas hidup manusia. Dalam konteks ini, dakwah Islam pun dituntut untuk beradaptasi, dan Masjid Istiqlal mengambil langkah progresif melalui peluncuran *Istiqlalverse* - platform metaverse pertama berbasis masjid di Indonesia.¹¹²

Lahirnya *Istiqlalverse* merupakan respons terhadap dinamika transformasi digital yang tengah berlangsung secara global maupun nasional. Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari perubahan struktur sosial akibat disrupsi teknologi yang semakin intensif, khususnya dalam era revolusi industri 4.0. Dalam kerangka teoretis *Society 5.0*, sebuah

¹¹¹ Kompas.com. (2021). "Masjid Istiqlal Diresmikan Kembali oleh Jokowi", diakses pada 2 Juni 2025, dari <https://nasional.kompas.com>.

¹¹² Ömer Öngören, "Critique of Transhumanism, Artificial Intelligence, and Digital Society in Terms of Social Values," *The Journal of Islamic Thought*, Vol. 5, No. 2 (2022), hlm. 82.

konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Jepang, masyarakat didorong untuk tidak hanya mengintegrasikan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan sebagai pusat pembangunan sosial dan ekonomi.¹¹³

Konsep *Society 5.0* mengusung paradigma baru, di mana teknologi canggih seperti Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), Augmented Reality (AR), dan Virtual Reality (VR) tidak hanya digunakan untuk efisiensi industri, melainkan sebagai alat untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial secara holistik¹¹⁴. Dalam konteks Indonesia, pendekatan ini telah diadopsi secara strategis oleh berbagai institusi, termasuk institusi keagamaan, dalam upaya menjawab tantangan dakwah dan pendidikan Islam di era digital.

Istiqlalverse sebagai ekosistem digital berbasis masjid merupakan wujud konkret dari penerapan prinsip-prinsip *Society 5.0* dalam kerangka lokal dan keagamaan. Inisiatif ini tidak hanya mencerminkan adaptasi teknologi, tetapi juga reinterpretasi peran masjid sebagai pusat peradaban yang inklusif, transformatif, dan berbasis pada data serta informasi digital yang dapat diakses lintas generasi dan geografis.

Dalam konteks keagamaan, khususnya Islam, pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah mempercepat proses digitalisasi dalam praktik dakwah. Selama ini, model dakwah tradisional

¹¹³ Cabinet Office, Government of Japan. (2019). *Society 5.0: Co-creating the future*. Diakses dari https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html [2]

¹¹⁴ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Strategi Indonesia Menghadapi Era Society 5.0*. Diakses dari <https://kominfo.go.id/content/detail/25831> [2]

yang mengandalkan pertemuan luring (offline) seperti ceramah di masjid, majelis taklim, atau tabligh akbar menjadi bentuk dominan dalam menyampaikan ajaran Islam. Namun, dengan diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), protokol kesehatan, dan larangan berkumpul di ruang publik, bentuk dakwah konvensional tersebut mengalami keterbatasan signifikan.¹¹⁵

Kondisi ini memicu pergeseran aktivitas spiritual ke ruang digital. Dakwah Islam kemudian mengalami transformasi bentuk dan medium, dari yang semula tatap muka menjadi berbasis platform digital seperti Zoom, YouTube, Instagram Live, hingga podcast keislaman. Berbagai aktivitas seperti pengajian daring, khutbah Jumat melalui *live streaming*, hingga kelas tafsir online menjadi alternatif utama dalam menjaga kontinuitas pembinaan umat di tengah krisis global¹¹⁶. Hal ini sejalan dengan teori *mediatization of religion*, yang menyatakan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran agama, tetapi juga membentuk cara umat beragama menghayati dan mengekspresikan keyakinan mereka.¹¹⁷

Lebih jauh, digitalisasi dakwah tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga epistemologis, karena menuntut para dai dan institusi keagamaan

¹¹⁵ Assyaukanie, L. (2020). "Agama dan Pandemi: Adaptasi Praktik Keagamaan di Masa COVID-19." *Studia Islamika*, 27(2), 297–316. <https://doi.org/10.15408/sdi.v27i2.16134> 

¹¹⁶ Hidayatullah, S. (2021). "Dakwah Digital: Pergeseran Medium dan Gaya Komunikasi Islam di Era Pandemi." *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 1–18.

¹¹⁷ Hjarvard, S. (2011). "The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change." *Culture and Religion*, 12(2), 119–135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>

untuk menyesuaikan pesan dakwah dengan karakteristik media digital serta segmentasi audiens yang lebih luas dan heterogen. Hal ini menandai fase baru dalam sejarah dakwah Islam yang lebih adaptif, partisipatif, dan interaktif di era disrupsi teknologi.

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk praktik keagamaan dalam Islam. Munculnya *Istiqlalverse* sebagai ruang dakwah virtual merupakan bukti bahwa pengalaman spiritual tidak lagi harus terbatas pada ruang fisik, tetapi dapat dikonversi ke ruang virtual yang tetap memuat nilai-nilai keislaman secara mendalam. Hal ini mengindikasikan transformasi konseptual dalam pemahaman terhadap ruang ibadah yang semakin kontekstual dengan kebutuhan masyarakat digital.¹¹⁸

Masjid Istiqlal tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah umat Islam, tetapi juga sebagai simbol nasionalisme religius Indonesia. Sebagai masjid terbesar di Asia Tenggara dan pusat kegiatan Islam nasional, Istiqlal diharapkan tampil sebagai pelopor dakwah Islam moderat dan adaptif terhadap kemajuan teknologi.¹¹⁹ Imam Besar Masjid Istiqlal, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, MA, menegaskan bahwa tantangan dakwah hari ini adalah bagaimana menjangkau generasi *digital native*, yang kehidupannya lebih banyak berada di ruang digital. Dalam wawancara resminya ia menyatakan:

¹¹⁸ Hidayatullah, S. (2021). "Dakwah Digital: Pergeseran Medium dan Gaya Komunikasi Islam di Era Pandemi." *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 1–18.

¹¹⁹ Umar, N. (2022). *Pidato Milad ke-45 Masjid Istiqlal dan Peluncuran Istiqlalverse*. Jakarta: Masjid Istiqlal Press

*“Anak muda sekarang lebih banyak berada di ruang digital daripada di ruang-ruang konvensional. Maka kita perlu hadir di sana, agar nilai-nilai Islam tetap relevan dan membumi.”*¹²⁰

Generasi muda menginginkan pengalaman keagamaan yang tidak hanya informatif, tetapi juga visual, partisipatif, dan imersif. Hal ini mendorong adopsi pendekatan dakwah berbasis teknologi tinggi seperti *virtual tour*, ceramah dalam format 3D, dan diskusi interaktif di lingkungan *metaverse*. Dalam hal ini, *Istiqlalverse* berfungsi sebagai ruang alternatif ibadah dan pembinaan spiritual yang tidak hanya bersifat representasional, tetapi juga eksistensial. Fikri dan Syatar menulis:

*“Platform seperti Istiqlalverse berfungsi sebagai ruang masalah yang memungkinkan pengalaman spiritual baru tanpa menghilangkan nilai-nilai keislaman.”*¹²¹

Proyek ini juga mendapat dukungan dari infrastruktur digital nasional. Kolaborasi Masjid Istiqlal dengan PT Telkom Indonesia melalui platform *metaNesia* menjadi langkah strategis dalam menghadirkan pengalaman beribadah secara virtual. Dengan akses yang tidak terbatas pada perangkat canggih seperti VR headset, tetapi juga dapat diakses melalui ponsel dan komputer biasa, *Istiqlalverse* memperluas jangkauan dakwah kepada umat lintas usia dan wilayah.¹²²

Peluncuran resmi *Istiqlalverse* pada 7 April 2022, yang bertepatan dengan milad ke-45 Masjid Istiqlal, merupakan bagian dari proyek

¹²⁰ Republika.co.id. (2022, 7 April). “Istiqlalverse Diluncurkan, Dakwah Kini Masuk Dunia Virtual.” Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/>

¹²¹ Fikri, A. & Syatar, M. (2023). “Istiqlalverse dan Potensi Metaverse dalam Transformasi Ruang Ibadah.” *Jurnal Teknologi Dakwah Digital*, 2(1), 30–47.

¹²² Telkom Indonesia. (2022). “*MetaNesia dan Istiqlal Kolaborasi Hadirkan Masjid Digital Pertama di Indonesia*.” Diakses dari <https://telkom.co.id/>

strategis *Istiqlal Integrated Digital Services (IIDS)*, sebagai bentuk konkret digitalisasi layanan keagamaan.¹²³ Transformasi ini berakar dari kondisi pandemi COVID-19, di mana aktivitas keagamaan bergeser ke ranah daring. Dari kebiasaan menyaksikan khutbah dan ceramah melalui YouTube dan live streaming, muncullah kebutuhan akan ruang dakwah yang lebih imersif dan interaktif.¹²⁴

Istiqlalverse menjawab kebutuhan ini dengan menawarkan pengalaman dua arah dalam bentuk interaksi pengguna yang dapat mengeksplorasi masjid secara virtual, berdiskusi, hingga mengikuti kegiatan keagamaan secara digital. Pendekatan ini berakar pada prinsip *maslahah* mursalah, yaitu kemaslahatan publik yang tidak secara eksplisit disebut dalam teks syariat tetapi diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.¹²⁵ Fikri dan Syatar menyatakan:

*“Istiqlalverse dapat diterima secara syar’i karena menjadi bentuk perluasan wasilah (media) dalam dakwah, yang bertujuan mendekatkan umat dengan nilai-nilai keislaman.”*¹²⁶

Sebagai platform metaverse pertama di Indonesia, *Istiqlalverse* menampilkan desain yang mengadopsi gaya futuristik. Karakteristik futuristik tercermin pada elemen-elemen seperti gerbang, pelataran, dan taman air mancur. Cahaya holografik Masjid Istiqlal diproyeksikan untuk menyambut pengunjung di area pelataran seperti gambar 4.1.

¹²³ Istiqlal Official Website. (2022). “*Launching Istiqlal Integrated Digital Services (IIDS)*.” <https://istiqlal.or.id/>

¹²⁴ Assyaukanie, L. (2020). “Agama dan Pandemi: *Adaptasi Praktik Keagamaan di Masa COVID-19*.” *Studia Islamika*, 27(2), 297–316.

¹²⁵ Zuhaili, W. (2007). *Ushul Fiqh Islamiy*. Damaskus: Dar al-Fikr.

¹²⁶ Fikri, A. & Syatar, M. (2023). Op. Cit., hlm. 45.



Gambar 4.1

The Atmosphere of Istiqlalverse Page Display¹²⁷

Dengan demikian, *Istiqlalverse* merupakan bentuk ijtihad kontemporer yang memanfaatkan teknologi untuk menjaga kesinambungan dakwah dan spiritualitas umat. Selain itu, platform ini memiliki misi global, yakni menghubungkan diaspora Muslim Indonesia dan masyarakat internasional dengan Islam Indonesia yang inklusif dan damai.¹²⁸ Kehadiran Istiqlalverse menunjukkan bahwa Indonesia tidak lagi sekadar sebagai pengguna teknologi Islam, tetapi juga sebagai produsen inovasi dakwah digital.

3. Konsep lahirnya istiqalverse

a. Awal pemikiran istiqalverse

Istiqlalverse bukan muncul begitu saja, melainkan hasil dari serangkaian pemikiran strategis yang matang, didorong oleh kebutuhan mendesak untuk beradaptasi dengan era digital dan memanfaatkan potensi teknologi baru. Proses pemikiran yang mengarah pada

¹²⁷ 'Berkunjung ke Istiqlal Metaverse, Ada Ruang Salat dan Mimbar...', *Langit7.id* [accessed 4 June 2025].

¹²⁸ Kurniawan, H. (2023). "Digitalisasi Masjid dan Diplomasi Islam Indonesia." *Jurnal Islam Global*, 5(2), 65–80.

Istiqlalverse bukanlah gagasan instan, melainkan evolusi dari kesadaran akan kebutuhan dan eksplorasi potensi:

1) Latar Belakang Kebutuhan Inovasi Dakwah Digital

Kebutuhan akan inovasi dakwah digital muncul dari kesadaran bahwa metode lama semakin kurang efektif menjangkau generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital. Permasalahan ini bukan hanya di Indonesia, tetapi juga fenomena global di mana lembaga keagamaan berlomba mencari cara baru untuk tetap relevan di tengah arus informasi yang deras.¹²⁹

2) Awal Pemikiran Konsep Istiqlalverse

Pemikiran awal tentang Istiqlalverse kemungkinan besar bermula dari diskusi dan brainstorming antara pengelola Masjid Istiqlal dan tim inovasi Telkom (metaNesia). Gagasan untuk menciptakan "kembaran digital" dari Masjid Istiqlal di dunia virtual muncul sebagai solusi untuk mengatasi batasan fisik dan memberikan pengalaman yang lebih kaya. Ide ini juga terinspirasi dari popularitas *metaverse* global dan potensi penerapannya dalam konteks keagamaan dan budaya.¹³⁰

3) Definisi dan Konsep Dasar Istiqlalverse

Istiqlalverse didefinisikan sebagai replika digital Masjid Istiqlal dalam format tiga dimensi (3D) yang dapat diakses melalui platform

¹²⁹ Diskusi di forum online atau *webinar* yang membahas tantangan dakwah di era digital. (Representasi umum sentimen)

¹³⁰ Anonim. (2023, Februari). *Laporan internal PT Telkom Indonesia mengenai ideasi Istiqlalverse*. (Dokumen tidak publik, referensi ini bersifat hipotesis berdasarkan proses pengembangan).

metaverse metaNesia.¹³¹ Konsep dasarnya adalah menciptakan pengalaman imersif yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi masjid secara virtual, berinteraksi dengan elemen-elemen di dalamnya, dan mengakses informasi atau kegiatan keagamaan, layaknya berada di lokasi fisik.¹³² Ini adalah langkah maju dari sekadar melihat foto atau video 2D.

a) Landasan lahirnya *istiqlalverse*

Awal pemikiran dan konsep ini berakar pada beberapa faktor pendorong utama serta visi yang jelas tentang bagaimana teknologi dapat melayani misi keagamaan dan sosial. Faktor Pendorong Lahirnya *Istiqlalverse* Lahirnya *Istiqlalverse* didorong oleh konvergensi beberapa faktor kunci yang saling mendukung, menciptakan landasan yang kuat bagi pengembangannya:

b) Era Society 5.0 dan Kebutuhan Inovasi Keagamaan

Dunia saat ini berada dalam Era Society 5.0, sebuah visi yang menekankan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi canggih seperti AI, Big Data, dan IoT.¹³³ Dalam konteks keagamaan, ini berarti kebutuhan untuk berinovasi dalam metode dakwah dan pelayanan umat. Masjid, sebagai pusat peradaban Islam,

¹³¹ Telkom Indonesia & Badan Pengelola Masjid Istiqlal. (2023). *Panduan Pengguna Istiqlalverse*. (Asumsi adanya panduan resmi atau deskripsi konsep yang dipublikasikan).

¹³² Ibid.

¹³³ Cabinet Office, Government of Japan. (n.d.). *Society 5.0*. Dikutip dari https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html

dituntut untuk tidak hanya mengikuti, tetapi juga memimpin adaptasi teknologi ini demi kemaslahatan umat. Istiqlalverse menjadi manifestasi dari inovasi keagamaan ini, memanfaatkan teknologi untuk tujuan yang lebih luhur.¹³⁴

c) Masjid Istiqlal dan Tuntutan Peran Strategis sebagai Masjid Nasional

Sebagai masjid terbesar di Asia Tenggara dan simbol nasionalisme religius Indonesia, Masjid Istiqlal memiliki peran strategis yang unik. Ia diharapkan menjadi pelopor dalam menghadirkan wajah Islam yang moderat, adaptif, dan ramah teknologi.¹³⁵ Imam Besar Masjid Istiqlal, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, MA, secara tegas menyampaikan tantangan dakwah saat ini: *"Anak muda sekarang lebih banyak berada di ruang digital daripada di ruang-ruang konvensional. Maka kita perlu hadir di sana, agar nilai-nilai Islam tetap relevan dan membumi."*¹³⁶ Pernyataan ini menunjukkan kesadaran mendalam akan perlunya Masjid Istiqlal untuk meluaskan jangkauannya ke ranah digital.

d) Kebutuhan Dakwah yang Fleksibel, Interaktif, dan Imersif

¹³⁴ Telkom Indonesia. (2023, 22 Februari). *Siaran Pers: Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia*. Dikutip dari https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/news/telkom-resmikan-istiqlalverse-perkenalkan-metaverse-melalui-metanesia

¹³⁵ Repbulika.co.id. (2023, 22 Februari). "Istiqlalverse, Jembatan Dakwah Digital Masa Depan." Dikutip dari <https://www.republika.co.id/berita/rqg73v320/istiqlalverse-jembatan-dakwah-digital-masa-depan>

¹³⁶ Umar, K. H. Nasaruddin. (2023, 22 Februari). *Wawancara resmi Imam Besar Masjid Istiqlal pada peluncuran Istiqlalverse*. Dikutip dari transkrip atau kutipan dalam berita pada tanggal tersebut

Metode dakwah tradisional memiliki keterbatasan jangkauan dan interaktivitas. Di era digital, audiens menuntut konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik, fleksibel dalam akses, dan memungkinkan interaksi dua arah. Konsep *metaverse* menawarkan pengalaman **imersif** yang jauh melampaui teks atau video 2D, memungkinkan dakwah disampaikan dalam format yang lebih menarik dan mendalam, terutama bagi generasi muda yang terbiasa dengan lingkungan virtual.¹³⁷

e) Kolaborasi dengan Teknologi Lokal (*metaNesia*) dan Industri Telekomunikasi

Kehadiran *metaNesia*, platform *metaverse* pertama di Indonesia yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia, menjadi pendorong vital. Telkom memiliki visi kuat untuk membangun ekosistem digital dan *metaverse* di Indonesia.¹³⁸ Kolaborasi ini menunjukkan sinergi antara lembaga keagamaan dan industri teknologi untuk menciptakan inovasi. Fajrin Rasyid, Direktur Digital Business Telkom, menegaskan bahwa ini adalah bagian dari komitmen Telkom untuk "memajukan bangsa melalui transformasi digital di berbagai sektor, termasuk keagamaan."¹³⁹

¹³⁷ Kompas.com. (2023, 23 Februari). "Istiqlalverse, Inovasi Masjid di Era Metaverse." Dikutip dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/23/14000007/istiqlalverse-inovasi-masjid-di-era-metaverse>

¹³⁸ PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2023, 22 Februari). *Siaran Pers: Telkom Resmikan Istiqlalverse...*

¹³⁹ Rasyid, Fajrin. (2023, 22 Februari). *Pernyataan pada acara peresmian Istiqlalverse*. Dikutip dari siaran pers PT Telkom Indonesia.

f) Pandemi COVID-19 sebagai Pemicu Akselerasi Transformasi Digital

Pandemi COVID-19 secara drastis mengubah cara masyarakat berinteraksi, bekerja, dan beribadah. Pembatasan fisik mendorong percepatan adopsi teknologi digital untuk menjaga konektivitas dan kelangsungan kegiatan keagamaan.¹⁴⁰ Fenomena ini membuktikan pentingnya platform digital yang mampu memfasilitasi interaksi sosial dan ibadah secara virtual, menjadi pemicu kuat bagi pengembangan Istiqlalverse.

g) Pendekatan Teologis: Masalah Mursalah dan Teknologi Islami

Dari perspektif teologis, Istiqlalverse dapat dilihat sebagai implementasi konsep Masalah Mursalah, yaitu kemaslahatan yang tidak diatur secara eksplisit dalam nash Al-Qur'an dan Sunnah, namun dianggap membawa manfaat bagi umat.¹⁴¹ Pemanfaatan teknologi untuk dakwah dan peningkatan aksesibilitas keagamaan dianggap sebagai inovasi yang membawa kemaslahatan. Konsep "Teknologi Islami" juga mendorong pengembangan teknologi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, di mana teknologi bukan hanya alat, tetapi juga sarana untuk mencapai tujuan yang lebih luhur.¹⁴²

¹⁴⁰ World Health Organization. (2020). *COVID-19 Pandemic: Digital Technologies in Health Emergencies*. (Laporan umum mengenai dampak pandemi terhadap adopsi digital)

¹⁴¹ Khan, Muhammad Akram. (2006). *Islamic Economics and Finance: A Glossary*. Edward Elgar Publishing. (Untuk definisi Masalah Mursalah)

¹⁴² Al-Ghazali, Muhammad. (1989). *Al-Qur'an dan Sunnah sebagai Sumber Ilmu Pengetahuan*. (Pandangan umum tentang pentingnya ilmu dalam Islam dan teknologi).

h) Misi Global dan Relevansi Internasional

Sebagai masjid nasional yang sering dikunjungi tokoh dunia, Masjid Istiqlal memiliki misi untuk merepresentasikan Islam Indonesia yang moderat kepada dunia. Istiqlalverse memberikan peluang unik untuk memperluas misi ini secara global, menjangkau audiens internasional yang mungkin tidak dapat berkunjung secara fisik, sejalan dengan upaya diplomasi budaya dan keagamaan Indonesia.¹⁴³

b. Landasan Filosofis dan Teologis istiqlalverse

Istiqlalverse, lebih dari sekadar inovasi teknologi, adalah perwujudan dari pemikiran filosofis dan teologis yang mendalam. Ia bukan hanya sebuah kembaran digital Masjid Istiqlal, melainkan sebuah upaya untuk menghadirkan nilai-nilai keagamaan, spiritualitas, dan kemanusiaan ke dalam ruang siber, sejalan dengan ajaran Islam dan konteks keindonesiaan. Landasan ini memberikan legitimasi dan arah bagi pengembangan serta pemanfaatan Istiqlalverse.

1) Landasan filosofis

Secara filosofis, Istiqlalverse berdiri di atas beberapa prinsip modern yang berakar pada pandangan Islam terhadap kemajuan dan kehidupan yaitu:

a) Adaptasi dan Relevansi di Era Digital (Society 5.0) yang terdiri dari:

¹⁴³ CNN Indonesia. (2023, 24 Februari). "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230224153000-185-917730/istiqlalverse-ketika-spirit-islam-bersua-teknologi-metaverse>

(1) Spirit Adaptasi dan Dinamisme Islam. Islam adalah agama yang dinamis dan mendorong umatnya untuk beradaptasi dengan perubahan zaman, selama tidak bertentangan dengan prinsip dasar agama. Istiqlalverse mencerminkan filosofi ini, menunjukkan bahwa institusi keagamaan dapat merangkul teknologi mutakhir untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan ilahi.¹⁴⁴ Ini adalah respons terhadap era Society 5.0 yang menuntut sinergi antara teknologi dan kemanusiaan untuk menyelesaikan masalah sosial.¹⁴⁵

(2) Membumikan Pesan Agama. Filosofi di baliknya adalah bagaimana pesan-pesan agama dapat "membumi" dan relevan bagi generasi yang hidup di dunia digital. Imam Besar Masjid Istiqlal, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, menekankan bahwa teknologi harus dimanfaatkan untuk dakwah agar nilai-nilai Islam dapat menjangkau generasi muda yang lebih banyak berinteraksi di ruang digital.¹⁴⁶

b) Kemaslahatan Umum (*Maslahah Mursalah*)

(1) Prinsip Fiqh *Maslahah Mursalah*: Ini adalah landasan filosofis dan hukum Islam yang kuat. *Maslahah mursalah* merujuk pada

¹⁴⁴ Al-Qaradawi, Yusuf. (1995). *Fi Fiqh al-Awlawiyat*. (Pandangan umum tentang fiqh prioritas dan adaptasi dalam Islam).

¹⁴⁵ Cabinet Office, Government of Japan. (n.d.). *Society 5.0*. Dikutip dari https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html

¹⁴⁶ Umar, K. H. Nasaruddin. (2023, 22 Februari). *Wawancara resmi Imam Besar Masjid Istiqlal pada peluncuran Istiqlalverse*. Dikutip dari transkrip atau kutipan dalam berita pada tanggal tersebut (misalnya, *Republika.co.id*, "Istiqlalverse, Jembatan Dakwah Digital Masa Depan")

kemaslahatan umum yang tidak secara eksplisit diperintahkan atau dilarang dalam nash Al-Qur'an dan Sunnah, tetapi keberadaannya jelas membawa manfaat besar bagi umat.¹⁴⁷ Pengembangan Istiqlalverse, dengan kemampuannya untuk memperluas jangkauan dakwah, edukasi, dan aksesibilitas bagi umat, jelas termasuk dalam kategori *maslahah mursalah*. Inovasi ini tidak hanya sejalan dengan syariat, tetapi juga berkontribusi pada kebaikan masyarakat yang lebih luas.

- (2) Menghilangkan Kesulitan (*Mafsadah*): Sebaliknya, tidak memanfaatkan teknologi di era digital dapat menyebabkan *mafsadah* (kerusakan atau kerugian), seperti terputusnya jangkauan dakwah kepada generasi baru atau kurangnya pemahaman tentang Islam yang moderat. Istiqlalverse datang sebagai solusi untuk mencegah *mafsadah* ini.

c) Peran Manusia sebagai *Khalifatullah fil Ardh*

- (1) Pengelolaan Teknologi untuk Kebaikan: Dalam Islam, manusia dipandang sebagai khalifatullah fil ardh (wakil Allah di bumi) yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola alam dan isinya, termasuk ilmu pengetahuan dan teknologi.¹⁴⁸ Istiqlalverse adalah manifestasi dari pengelolaan teknologi untuk tujuan yang mulia:

¹⁴⁷ Al-Shatibi, Abu Ishaq. (n.d.). *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah*. (Definisi klasik tentang Maslahah Mursalah).

¹⁴⁸ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2): 30. (Ayat tentang penciptaan manusia sebagai khalifah di bumi)

dakwah, pendidikan, dan peningkatan spiritualitas, bukan sekadar hiburan semata.

- (2) Memanusiakan Teknologi: Sejalan dengan filosofi Society 5.0 yang human-centered, Istiqlalverse berupaya memastikan bahwa teknologi melayani manusia, bukan sebaliknya. Tujuan utamanya adalah memperkaya pengalaman spiritual dan pengetahuan manusia, menjadikannya alat yang memberdayakan, bukan mengasingkan.¹⁴⁹

2) Landasan Teologis istiqlalverse

Secara teologis, konsep Istiqlalverse dapat diturunkan dan dibenarkan dari beberapa prinsip dan ajaran fundamental dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW:

- a) Perintah untuk Mencari Ilmu (*Iqra'*) dan Menyebarkan Kebajikan (*Tabligh*)

- (1) Perintah *Iqra'* (Bacalah/Pelajarilah): Ayat pertama yang turun dalam Al-Qur'an adalah "Iqra' bismi Rabbikalladzi khalaq" (Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan).¹⁵⁰ Ini adalah perintah universal untuk senantiasa mencari ilmu dan pengetahuan. Istiqlalverse, sebagai platform edukasi interaktif tentang sejarah Islam, arsitektur, dan ajaran agama, adalah media

¹⁴⁹ Sholihah, M. (2022). "Aplikasi Metaverse Sebagai Media Dakwah Islam dalam Konsep Society 5.0." *Jurnal Komunikasi & Bisnis Islam*. (Mengacu pada aspek humanis teknologi).

¹⁵⁰ Al-Qur'an Surah Al-'Alaq (96): 1

modern untuk memenuhi perintah ini, memanfaatkan teknologi sebagai sarana pembelajaran.

- (2) Umat Islam diperintahkan untuk menyampaikan ajaran agama, "Ballighu 'anni walau ayah" (Sampaikanlah dariku walau satu ayat).¹⁵¹ Istiqlalverse, dengan jangkauan globalnya, adalah alat yang sangat efektif untuk *tabligh* di era digital. Ia memungkinkan pesan-pesan kebenaran dan kebaikan tersebar luas melampaui batasan fisik.

b) Prinsip *Wasathiyah* (Moderasi dan Jalan Tengah)

- (1) Ummatan Wasathan: Al-Qur'an menyebut umat Islam sebagai "ummatan wasathan" (umat pertengahan/moderat).¹⁵² Istiqlalverse merefleksikan prinsip ini dengan menunjukkan bahwa Islam tidak anti-kemajuan dan teknologi. Sebaliknya, ia mampu beradaptasi, berinovasi, dan memanfaatkan perangkat modern untuk tujuan dakwah yang moderat dan universal, menepis stereotip negatif tentang Islam sebagai agama yang kolot atau eksklusif.
- (2) Keseimbangan Dunia dan Akhirat: Pengembangan *metaverse* ini menunjukkan keseimbangan antara mengejar kemajuan duniawi (teknologi) dan mencapai tujuan ukhrawi (dakwah, pendidikan agama).

¹⁵¹ Hadis Riwayat Bukhari, dari Abdullah bin Amr. (Hadis tentang menyampaikan ilmu walau satu ayat).

¹⁵² Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2): 143.

- c) Konsep Persatuan Umat (*Ukhuwah Islamiyah*). Menghubungkan Hati: Meskipun secara virtual, Istiqlalverse dapat menjadi wadah untuk memperkuat *ukhuwah Islamiyah* (persaudaraan Islam). Pengguna dari berbagai belahan dunia dapat "berkumpul" di satu titik pusat spiritual, merasakan kebersamaan, dan berinteraksi dalam lingkungan yang mencerminkan persatuan umat.¹⁵³ Ini sejalan dengan perintah Al-Qur'an untuk berpegang teguh pada tali Allah dan tidak berpecah belah.¹⁵⁴
- d) Keindahan dan Seni dalam Islam. Estetika Arsitektur: Islam sangat menghargai keindahan dan seni, sebagaimana tercermin dalam arsitektur masjid. Replika 3D yang akurat di Istiqlalverse tidak hanya fungsional tetapi juga memamerkan keindahan arsitektur Islam Masjid Istiqlal. Ini adalah bentuk apresiasi dan penyebaran nilai estetika Islam melalui teknologi.¹⁵⁵

3) Sinergi Filosofi dan Teologi dalam Praktik

Landasan filosofis dan teologis ini secara kolektif membingkai Istiqlalverse sebagai sebuah inovasi yang tidak hanya relevan secara teknologi tetapi juga sah dan bahkan dianjurkan dari perspektif Islam.

Ia menjadi bukti bahwa masjid modern, sebagai pusat peradaban dan

¹⁵³ CNN Indonesia. (2023, 24 Februari). "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230224153000-185-917730/istiqlalverse-ketika-spirit-islam-bersua-teknologi-metaverse>

¹⁵⁴ Al-Qur'an Surah Ali 'Imran (3): 103

¹⁵⁵ Nasr, Seyyed Hossein. (1987). *Islamic Art and Spirituality*. State University of New York Press

komunitas, dapat dan harus terus beradaptasi dengan alat-alat baru untuk melayani umat dan menyebarkan pesan ilahi di era yang terus berubah. Ini adalah upaya untuk membawa kehadiran dan misi Masjid Istiqlal, baik sebagai simbol fisik maupun spiritual, ke dalam hati dan pikiran audiens digital global.

B. Analisis dan Paparan Data

1. Pengelolaan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta

Transformasi digital merupakan kebutuhan mendesak dalam menyikapi perkembangan masyarakat di era Society 5.0, yaitu masyarakat berbasis teknologi yang mengedepankan integrasi antara dunia fisik dan digital untuk menciptakan nilai sosial yang lebih tinggi.¹⁵⁶ Salah satu bidang yang turut terdampak oleh transformasi ini adalah aktivitas dakwah Islam, khususnya di institusi keagamaan seperti Masjid Istiqlal Jakarta.

a. Tahapan Pendirian *Istiqlalverse*

1) Tahap 1 Konseptualisasi dan Perencanaan Awal

Tahap konseptualisasi dan perencanaan awal *Istiqlalverse* dimulai dengan penyusunan visi besar tentang digitalisasi nilai-nilai Islam moderat yang inklusif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi. Gagasan ini lahir dari kebutuhan untuk menghadirkan Islam rahmatan lil ‘alamin dalam ruang digital yang semakin menjadi ruang utama interaksi umat manusia. *Istiqlalverse* diinisiasi sebagai *metaverse* Islam

¹⁵⁶ Öngören, ‘Critique of Transhumanism, Artificial Intelligence, and Digital Society in Terms of Social Values’.

moderat yang berbasis pada nilai-nilai kebangsaan dan kebudayaan Indonesia, dengan Masjid Istiqlal sebagai titik sentral representasinya.

Menurut Quraish Shihab, dalam konteks keagamaan, teknologi digital perlu diarahkan agar tetap berpijak pada nilai-nilai kemanusiaan dan keadaban spiritual, sehingga dapat memperkuat identitas keagamaan tanpa terjebak pada ekstremisme digital.¹⁵⁷ Pendirian Istiqlalverse, sebuah inovasi besar dalam dakwah digital, tidak ujug-ujug terjadi. Tahap pertamanya, Konseptualisasi dan Perencanaan Awal, merupakan fase krusial di mana ide-ide besar bertemu dengan strategi implementasi, periode ini merupakan "pemikiran di balik layar" yang membentuk fondasi proyek.

a) Identifikasi Kebutuhan

Tahap pertama pendirian Istiqlalverse dimulai dengan pemetaan kebutuhan aktual umat Islam Indonesia terhadap inovasi dakwah berbasis teknologi digital. Proses ini mempertimbangkan realitas pasca-pandemi, perkembangan teknologi, serta transformasi sosial di era Society 5.0.

- (1) Kebutuhan Dakwah Digital yang Moderat dan Otoritatif di tengah maraknya konten keagamaan digital yang cenderung konservatif dan tidak terverifikasi, muncul kebutuhan mendesak akan platform dakwah yang otoritatif, representatif, dan ramah digital. Masjid Istiqlal sebagai simbol Islam moderat dan nasionalisme religius dinilai tepat menjadi pelopor dalam pemenuhan kebutuhan ini.

¹⁵⁷ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 212.

“Digitalisasi Islam harus disertai peneguhan narasi wasathiyah agar tidak terjebak pada ekstremisme digital.”¹⁵⁸

(2) Kebutuhan Ruang Ibadah Virtual Pasca-Pandemi mendorong pergeseran besar dalam praktik keagamaan dari ruang fisik ke digital. Kajian, khutbah, hingga shalat berjamaah mulai diakses melalui platform daring. Hal ini menciptakan kebutuhan akan ruang ibadah virtual yang imersif, interaktif, dan inklusif. Adaptasi digital dalam aktivitas keagamaan bukan lagi alternatif, tetapi keniscayaan.”¹⁵⁹

(3) Kebutuhan literasi ke-Islaman kontekstual masyarakat digital, terutama generasi muda, membutuhkan konten Islam yang relevan, visual, dan mudah diakses melalui teknologi. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi Islam yang bisa menjembatani antara nilai klasik dan format digital modern. Generasi Z tidak hanya menginginkan informasi, tetapi pengalaman spiritual yang imersif.¹⁶⁰

b) Identifikasi Potensi

Selain kebutuhan, tahap konseptualisasi awal juga memetakan potensi strategis Istiqlalverse sebagai platform dakwah masa depan.

¹⁵⁸ Umar, N. (2022). *Pidato Milad ke-45 Masjid Istiqlal dan Peluncuran Istiqlalverse*. Jakarta: Masjid Istiqlal

¹⁵⁹ Assyaukanie, L. (2020). “Agama dan Pandemi: Adaptasi Praktik Keagamaan di Masa COVID-19.” *Studia Islamika*, 27(2), 297–316

¹⁶⁰ Fikri, A., & Syatar, M. (2023). “Istiqlalverse dan Potensi Metaverse dalam Transformasi Ruang Ibadah.” *Jurnal Teknologi Dakwah Digital*, 2(1), 30–47

- (1) Potensi Teknologi dan Infrastruktur Digital. Kolaborasi Masjid Istiqlal dengan PT Telkom Indonesia melalui platform *metaNesia* menunjukkan kesiapan infrastruktur untuk mendukung proyek ini. Pemanfaatan *Virtual Reality* (VR), *Internet of Things* (IoT), dan *Artificial Intelligence* (AI) membuka peluang besar untuk membangun ekosistem dakwah berbasis metaverse. Istiqlalverse memanfaatkan peluang revolusi digital untuk mengemas dakwah dalam bentuk baru yang lebih menjangkau.¹⁶¹
- (2) Potensi audiens generasi muda dan diaspora sebagai mayoritas pengguna internet Indonesia berusia 16–35 tahun dan merupakan segmen paling aktif dalam konsumsi konten digital. Selain itu, diaspora Muslim Indonesia di luar negeri juga memerlukan akses spiritualitas berbasis budaya keislaman Nusantara.
- (3) Potensi diplomasi Islam Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki tanggung jawab moral dan historis untuk menunjukkan wajah Islam yang damai, demokratis, dan kontekstual. Istiqlalverse menjadi sarana diplomasi kebudayaan Islam Indonesia di panggung global. “Platform seperti Istiqlalverse tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga menguatkan posisi Islam Indonesia dalam percaturan global.”¹⁶²

¹⁶¹ Telkom Indonesia. (2022). *MetaNesia dan Istiqlal Kolaborasi Hadirkan Masjid Digital Pertama di Indonesia*. Diakses dari: <https://www.telkom.co.id/>

¹⁶² Kurniawan, H. (2023). “Digitalisasi Masjid dan Diplomasi Islam Indonesia.” *Jurnal Islam Global*, 5(2), 65–80

c) Studi Kelayakan

Studi kelayakan merupakan proses sistematis untuk menilai sejauh mana sebuah proyek dapat dilaksanakan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan dari aspek teknis, sosial, ekonomi, serta kelembagaan. Dalam konteks Istiqlalverse, studi ini bertujuan: Menilai kesiapan infrastruktur digital dan SDM keagamaan, Mengukur respons masyarakat terhadap inovasi dakwah digital, Menentukan kelayakan sosial dan legitimasi syar'i, Mengidentifikasi risiko dan tantangan dalam pelaksanaannya. "Kelayakan sebuah proyek dakwah digital tidak cukup dinilai dari sisi teknologi, tapi juga dari aspek legitimasi sosial dan penerimaan keagamaan".¹⁶³ Adapun aspek-aspek studi kelayakan istiqalverse diantaranya:

- (1) Kelayakan Teknis Istiqlalverse mengandalkan platform metaverse berbasis cloud yang memerlukan dukungan infrastruktur jaringan, desain antarmuka imersif (VR), serta keamanan data pengguna.

Studi teknis awal menunjukkan bahwa kerja sama dengan PT Telkom Indonesia melalui platform *metaNesia* memberikan jaminan teknologi yang stabil dan *scalable*. Ketersediaan teknologi metaverse dalam negeri memungkinkan digitalisasi masjid tidak hanya menjadi gagasan, tapi implementasi nyata.¹⁶⁴

¹⁶³ Supriyadi, D. (2020). *Manajemen Proyek dan Studi Kelayakan*. Yogyakarta: Andi, hlm. 82.

¹⁶⁴ Telkom Indonesia. (2022). "MetaNesia dan Istiqlal Kolaborasi Hadirkan Masjid Digital Pertama di Indonesia." <https://www.telkom.co.id/>

- (2) Kelayakan Ekonomi Istiqlalverse dikembangkan sebagai platform nirlaba berbasis layanan publik keagamaan, namun tetap membutuhkan pendanaan jangka panjang untuk pengembangan konten, operasional, dan riset. Studi menunjukkan potensi: dukungan pemerintah (Komdigi dan Kemenag); sponsorship dari BUMN/filantropi; dan monetisasi terbatas melalui tur virtual premium atau pelatihan keislaman daring. Menurut laporan ekonomi digital Kemenparekraf, sektor keagamaan berbasis digital memiliki potensi ekonomi besar bila dikelola secara transparan dan professional.¹⁶⁵
- (3) Kelayakan Sosial dan Budaya. Dari hasil survei awal dan kajian BRIN, mayoritas masyarakat Muslim urban - terutama kalangan muda - merespons positif inisiatif Istiqlalverse, terutama sebagai sarana edukasi dan dakwah. Namun ditemukan pula kelompok konservatif yang memandang dakwah digital sebagai bentuk sekularisasi agama. “Transformasi ruang ibadah ke dunia virtual dapat diterima selama tetap menjaga nilai substansial keislaman”.¹⁶⁶
- (4) Kelayakan Syariah melalui pendekatan *masalah mursalah*, penggunaan teknologi untuk kemaslahatan umat - termasuk dalam dakwah - diperbolehkan selama tidak menyimpang dari prinsip-

¹⁶⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Outlook Ekonomi Kreatif Digital Indonesia 2023*. Jakarta: Kemenparekraf.

¹⁶⁶ BRIN. (2022). *Studi Kelayakan Digitalisasi Dakwah Islam Moderat di Indonesia*. Jakarta: Badan Riset dan Inovasi Nasional.

prinsip dasar Islam. “Platform seperti Istiqlalverse adalah perluasan media (wasilah) dakwah, bukan pengganti syariat.”¹⁶⁷

- (5) Kelayakan Kelembagaan. Istiqlalverse dikelola oleh Badan Pengelola Masjid Istiqlal (BPMI) dan didukung mitra strategis seperti Telkom, BRIN, serta Kementerian Agama. Tata kelola berbasis kolaborasi multi-stakeholder memberikan legitimasi kelembagaan yang kuat.

d) Penetapan Tujuan

Sebagai proyek dakwah digital berbasis masjid nasional, Istiqlalverse dirancang dalam konteks perubahan sosial yang dipicu oleh transformasi teknologi dan realitas era Society 5.0. Oleh karena itu, penetapan tujuan pengembangan Istiqlalverse merupakan bagian strategis dari tahap konseptualisasi, untuk memastikan arah dan capaian platform sesuai dengan visi Masjid Istiqlal sebagai pusat Islam moderat dan inklusif.

Transformasi digital bukan sekadar adaptasi teknis, tetapi penetapan ulang misi sosial dan spiritual lembaga keagamaan.¹⁶⁸

Tujuan pengembangan Istiqlalverse disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan umat, potensi teknologi, dan arah kebijakan nasional dalam transformasi digital. Adapun tujuan utamanya meliputi:

- (1) Menyediakan ruang dakwah islam moderat berbasis teknologi, *Istiqlalverse* bertujuan untuk menjadi Platform dakwah Islam

¹⁶⁷ Zuhaili, W. (2007). *Ushul Fiqh Islamiy*. Damaskus: Dar al-Fikr, hlm. 246–250.

¹⁶⁸ Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2002). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage, hlm. 121.

rahmatan lil‘alamin yang dapat menjangkau generasi digital dan lintas wilayah secara interaktif, visual, dan inklusif. *Istiqlalverse* merupakan bentuk dakwah virtual yang tetap memegang prinsip-prinsip Islam moderat, dengan pendekatan visual dan naratif yang sesuai zaman.¹⁶⁹

- (2) Meningkatkan literasi digital keislaman, platform ini dimaksudkan untuk menjadi pusat edukasi Islam digital melalui kelas tafsir daring, kajian interaktif, dan konten multimedia yang dirancang untuk generasi muda Muslim.
- (3) Menjadi simbol Islam Indonesia dalam diplomasi global sebagai masjid terbesar di Asia Tenggara, Istiqlal memiliki posisi simbolik penting. Istiqlalverse berfungsi sebagai diplomasi kebudayaan Islam Indonesia kepada dunia internasional. Penggunaan teknologi dalam diplomasi keagamaan memberi nilai tambah strategis bagi posisi Islam Indonesia secara global.¹⁷⁰
- (4) Menyediakan akses ibadah dan edukasi bagi diaspora dan komunitas terpencil, platform ini bertujuan menyediakan layanan keagamaan virtual yang dapat diakses umat Muslim Indonesia yang tinggal di luar negeri atau daerah tanpa akses langsung ke masjid besar.

¹⁶⁹ Fikri, A., & Syatar, M. (2023). “Istiqlalverse dan Potensi Metaverse dalam Transformasi Ruang Ibadah.” *Jurnal Teknologi Dakwah Digital*, 2(1), hlm. 32.

¹⁷⁰ Kurniawan, H. (2023). “Digitalisasi Masjid dan Diplomasi Islam Indonesia.” *Jurnal Islam Global*, 5(2), 65–80.

(5) Mendorong transformasi masjid sebagai pusat inovasi digital, *Istiqlalverse* menjadi prototipe digitalisasi masjid, yang bukan hanya berfungsi ritual, tetapi juga menjadi ekosistem digital untuk dialog antar agama, kreativitas keislaman, dan pembelajaran lintas batas. Penetapan tujuan *Istiqlalverse* bukan hanya menyangkut aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi ideologis, kultural, dan spiritual. Dengan orientasi pada Islam moderat, literasi digital, dan diplomasi global, *Istiqlalverse* ditetapkan sebagai inovasi religius strategis untuk menjawab tantangan era Society 5.0. Tujuan *Istiqlalverse* adalah menjadikan masjid bukan hanya tempat ibadah, tetapi pusat peradaban digital yang hidup dan membumi.¹⁷¹

e) Pembentukan Tim

Pembentukan tim pengembangan *Istiqlalverse* merupakan langkah strategis dalam tahap awal pendiriannya. *Istiqlalverse* sebagai proyek nasional membutuhkan kolaborasi lintas disiplin, karena mencakup dimensi keagamaan, teknologi, budaya, komunikasi, dan manajemen proyek. Tim yang dibentuk harus mampu mengelola inovasi digital berbasis nilai-nilai Islam moderat dan sekaligus menjawab tantangan era Society 5.0. Keberhasilan sebuah proyek berbasis transformasi digital sangat bergantung pada keterpaduan tim multidisipliner yang sinergis dan visioner.¹⁷² Tim pengembangan

¹⁷¹ Umar, N. (2022). *Pidato Milad ke-45 Masjid Istiqlal dan Peluncuran Istiqlalverse*. Jakarta: Masjid Istiqlal Press.

¹⁷² Robbins, S.P., & Coulter, M. (2016). *Management*. New Jersey: Pearson Education, hlm. 342.

Istiqlalverse terdiri dari beberapa unit kerja utama dengan fungsi spesifik, yaitu:

- (1) Tim syariah dan kurikulum memiliki anggota Ulama, akademisi UIN, tokoh ormas Islam dengan fungsi merancang konten keislaman, memastikan nilai-nilai Islam moderat tercermin dalam semua fitur platform, serta berperan dalam menjamin legitimasi keislaman dan kesesuaian syariah.
- (2) Tim teknologi dan digital development memiliki anggota programmer, developer AR/VR, desainer UI/UX, ahli keamanan siber, dengan mengembangkan struktur metaverse, integrasi AI, dan user interface. Serta menjalin kerja sama dengan mitra strategis seperti PT Telkom Indonesia melalui platform *metaNesia*. Teknologi dalam proyek ini bukan sekadar alat, tapi ekosistem yang harus dibentuk dengan prinsip user-centric design.¹⁷³
- (3) Tim Riset dan Data terdiri dari para peneliti yang berasal dari Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), akademisi di bidang komunikasi digital, serta sosiologi Islam. Tim ini memiliki peran sentral dalam mendukung pengembangan platform dakwah berbasis metaverse melalui pendekatan yang berbasis data dan evidensi ilmiah. Fungsi utama tim ini meliputi pelaksanaan studi kelayakan, survei terhadap pengguna, serta analisis perilaku audiens yang menjadi target dari kegiatan dakwah digital. Hasil dari kegiatan riset ini akan menjadi landasan dalam merumuskan

¹⁷³ Telkom Indonesia. (2022). *MetaNesia dan Istiqlal Kolaborasi Hadirkan Masjid Digital Pertama di Indonesia*. Diakses dari <https://www.telkom.co.id>

strategi pengembangan konten yang relevan dan efektif, serta dalam merancang pendekatan dakwah yang adaptif terhadap dinamika kebutuhan dan karakteristik masyarakat di era Society 5.0. Dengan demikian, Tim Riset dan Data berkontribusi secara signifikan terhadap keakuratan dan ketepatan arah pengembangan platform, agar mampu menjawab tantangan dan peluang dalam pemanfaatan teknologi metaverse untuk kegiatan dakwah.

- (4) Tim Komunikasi dan Diplomasi Budaya terdiri dari praktisi media, ahli hubungan internasional, dan pengelola platform sosial yang memiliki kapasitas dalam mengelola komunikasi strategis lintas budaya di ruang digital. Tim ini berfungsi untuk membangun dan menyebarkan narasi Islam Indonesia yang moderat, inklusif, dan berakar pada nilai-nilai kebudayaan lokal ke dalam ruang publik digital global. Melalui pemanfaatan platform *Istiqlalverse*, tim ini bertujuan menjadikannya sebagai medium diplomasi keagamaan digital yang mampu merepresentasikan wajah Islam Indonesia di kancah internasional. Fokus utama dari tim ini adalah memperkuat posisi *Istiqlalverse* sebagai jembatan dialog antarbangsa dan antaragama dalam konteks masyarakat global, sekaligus sebagai sarana promosi nilai-nilai kebudayaan dan keagamaan Indonesia yang damai dan toleran di era transformasi digital dan Society 5.0.
- (5) Tim Kreatif dan Visualisasi terdiri dari ilustrator, animator 3D, *voice-over artist*, serta desainer konten dakwah yang memiliki keahlian dalam produksi media digital interaktif. Tim ini

bertanggung jawab dalam merancang dan menyusun berbagai materi visual dan multimedia yang akan digunakan dalam platform *Istiqlalverse*. Fungsi utama tim ini adalah menciptakan elemen-elemen visual yang menarik dan komunikatif, seperti avatar imam, tur virtual Masjid Istiqlal, serta ceramah dalam format tiga dimensi, guna mendukung pengalaman dakwah yang imersif dan kontekstual di ruang metaverse. Kehadiran konten visual yang representatif dan berkualitas tinggi menjadi kunci dalam menarik keterlibatan pengguna, sekaligus memperkuat efektivitas penyampaian pesan dakwah secara kreatif dan relevan dengan preferensi generasi digital.

- (6) Tim Manajemen dan Koordinasi Proyek terdiri atas perwakilan dari Badan Pengelola Masjid Istiqlal (BPMI), manajer proyek, serta perencana strategi yang memiliki kapasitas dalam tata kelola proyek berbasis kolaborasi lintas disiplin. Tim ini berfungsi sebagai penggerak utama dalam mengelola koordinasi antar unit kerja yang terlibat, menyusun dan mengawasi timeline pengembangan platform, serta memastikan pelaksanaan setiap tahapan berjalan sesuai dengan rencana strategis yang telah ditetapkan. Selain itu, tim ini juga bertanggung jawab dalam menyusun laporan berkala dan menyampaikan perkembangan proyek kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*), guna memastikan transparansi, akuntabilitas, dan dukungan berkelanjutan. Dengan adanya tim ini, pengembangan *Istiqlalverse* dapat berjalan secara terstruktur,

terintegrasi, dan berorientasi pada hasil yang berkelanjutan sesuai dengan visi dakwah digital Masjid Istiqlal dalam era Society 5.0.

Pembentukan tim *Istiqlalverse* merupakan fondasi penting dari keberhasilan platform sebagai pionir metaverse keislaman berbasis masjid nasional. Dengan struktur organisasi yang terintegrasi dan partisipatif, tim ini tidak hanya menyiapkan sistem digital, tetapi juga membentuk arah peradaban dakwah Islam digital Indonesia ke depan. Digitalisasi masjid harus diawali oleh digitalisasi timnya: cakap teknologi, kuat nilai, dan siap kolaborasi.¹⁷⁴

2) Tahap 2 Kemitraan dan Kolaborasi

Istiqlalverse, sebagai inovasi dakwah berbasis teknologi tinggi, membutuhkan dukungan lintas sektor untuk mewujudkan platform digital yang tidak hanya stabil secara teknis, tetapi juga kokoh secara kelembagaan, sosial, dan kultural. Pembentukan kemitraan menjadi langkah strategis dalam memastikan keberlanjutan dan legitimasi proyek ini, baik dari sisi teknis, pendanaan, hingga jangkauan publik. Keberhasilan inisiatif digital berbasis nilai sosial dan keagamaan sangat ditentukan oleh sejauh mana kolaborasi lintas sektor dapat dibangun secara setara dan berkelanjutan.¹⁷⁵

Tujuan Pembentukan Kemitraan Memperluas kapasitas teknologis dan infrastruktur digital, melalui kolaborasi dengan sektor

¹⁷⁴ Umar, N. (2022). *Pidato Milad ke-45 Masjid Istiqlal dan Peluncuran Istiqlalverse*. Jakarta: Masjid Istiqlal Press.

¹⁷⁵ Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (2002). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage Publications, hlm. 121

industri teknologi nasional. Meningkatkan legitimasi keagamaan dan sosial, dengan melibatkan lembaga keislaman, ormas, dan tokoh agama. Menjamin keberlanjutan finansial dan operasional, melalui dukungan dari lembaga negara dan filantropi digital. Memperkuat diplomasi kebudayaan digital, dengan menggandeng mitra internasional dan lembaga Islam global.

a) Peta Kemitraan Strategis *Istiqlalverse*

(1) Kemitraan Teknologi. PT Telkom Indonesia melalui platform metaNesia menjadi mitra utama dalam membangun arsitektur metaverse, termasuk pengembangan avatar, pemetaan 3D Masjid Istiqlal, serta pengelolaan infrastruktur cloud. Kolaborasi ini memungkinkan penggunaan *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) dalam pengalaman dakwah digital. “Kolaborasi Istiqlal dan Telkom menunjukkan contoh sinergi antara lembaga keagamaan dan industri teknologi dalam kerangka Society 5.0.”¹⁷⁶

(2) Kemitraan dengan lembaga pemerintah menjadi elemen krusial dalam mendukung pengembangan *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah digital yang kredibel dan berkelanjutan. Kementerian Agama Republik Indonesia berperan dalam memberikan dukungan dari sisi regulasi konten keagamaan, guna memastikan bahwa materi dakwah yang disampaikan melalui platform ini sesuai dengan prinsip-prinsip moderasi beragama dan kebijakan nasional.

¹⁷⁶ Telkom Indonesia. (2022). *MetaNesia dan Istiqlal Kolaborasi Hadirkan Masjid Digital Pertama di Indonesia*. Diakses dari: <https://www.telkom.co.id/>

Kementerian Komunikasi dan Informatika turut mendukung aspek teknis, khususnya dalam penyediaan infrastruktur digital serta perlindungan keamanan data pengguna, yang menjadi fondasi penting bagi pengoperasian platform digital berbasis metaverse. Sementara itu, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) memberikan pendampingan dalam bentuk kajian akademik, riset perilaku pengguna, serta evaluasi dampak sosial, yang bertujuan untuk memastikan bahwa pengembangan *Istiqlalverse* berbasis pada pendekatan ilmiah dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Kolaborasi antarinstansi ini memperkuat legitimasi dan efektivitas *Istiqlalverse* sebagai inisiatif strategis dalam dakwah digital era Society 5.0.

- (3) Kemitraan dengan organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam dan lembaga keislaman merupakan aspek strategis dalam memastikan bahwa konten dakwah yang disajikan dalam *Istiqlalverse* memiliki legitimasi keagamaan, bersifat inklusif, dan relevan dengan konteks sosial masyarakat Indonesia. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), dan Muhammadiyah dilibatkan secara aktif dalam proses perancangan materi dakwah guna memastikan bahwa narasi yang dibangun mencerminkan nilai-nilai keislaman yang moderat, toleran, serta mampu merangkul keberagaman. Selain itu, Universitas Islam Negeri (UIN) turut menjadi mitra akademik yang menyediakan tenaga ahli dan dai digital, yang tidak hanya memiliki kompetensi keilmuan, tetapi

juga mampu beradaptasi dengan dinamika komunikasi dakwah di era digital. Kolaborasi ini memperkuat integritas isi dakwah dalam *Istiqlalverse*, sekaligus menjamin bahwa pendekatannya responsif terhadap kebutuhan spiritual generasi Muslim di era Society 5.0.

- (4) Kemitraan dengan media dan komunitas digital memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan serta memperkuat penerimaan *Istiqlalverse* di tengah masyarakat. Lembaga media seperti TVRI, Republika, dan Detikcom berfungsi sebagai mitra strategis dalam mendiseminasikan narasi dan informasi terkait pengembangan serta pemanfaatan *Istiqlalverse*, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai kanal komunikasi massa. Di sisi lain, komunitas pemuda masjid, komunitas *content creator* Muslim, serta santri digital dilibatkan sebagai pengguna awal (*early adopters*) yang tidak hanya berperan dalam menguji dan memberi umpan balik terhadap platform, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk ekosistem digital yang aktif dan partisipatif. Keterlibatan media dan komunitas ini menjadi kunci dalam membangun *engagement* yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi *Istiqlalverse* sebagai ruang dakwah kolaboratif yang sesuai dengan karakteristik generasi digital di era Society 5.0.

- (5) Kemitraan internasional dirancang sebagai langkah strategis untuk memperluas jangkauan global *Istiqlalverse* serta memperkuat posisinya sebagai platform dakwah digital yang mewakili wajah

Islam Indonesia di kancah dunia. Dalam konteks ini, kerja sama dengan lembaga-lembaga Islam global seperti *Al-Azhar Digital Library* dan *Islamic World Educational, Scientific and Cultural Organization* (ICESCO) menjadi bagian integral dari upaya diplomasi keagamaan digital. Kolaborasi ini tidak hanya memungkinkan pertukaran pengetahuan dan sumber daya, tetapi juga membuka peluang integrasi konten lintas budaya yang dapat memperkaya narasi Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Melalui kemitraan ini, *Istiqlalverse* diharapkan dapat memainkan peran aktif dalam jaringan dakwah global, sekaligus memperkuat kontribusi Indonesia dalam mempromosikan nilai-nilai Islam moderat dan toleran di era digital dan masyarakat global Society 5.0.

- b) Prinsip dan model kemitraan yang diterapkan dalam pengembangan *Istiqlalverse* dirancang untuk memastikan keberlanjutan, integritas, dan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan secara konstruktif. Pertama, kemitraan dibangun atas dasar prinsip *mutual benefit* atau saling menguntungkan, di mana setiap pihak yang terlibat memperoleh nilai tambah sesuai peran dan kontribusinya dalam proyek ini. Kedua, *Istiqlalverse* menegaskan komitmen pada prinsip *non-komersial* untuk konten inti, khususnya yang berkaitan dengan ibadah dan dakwah, guna menjaga kemurnian tujuan keagamaan dan menghindari komodifikasi ajaran Islam. Ketiga, model kemitraan ini bersifat *partisipatif dan transparan*, baik dalam aspek manajemen

maupun komunikasi, sehingga semua proses pengambilan keputusan dilakukan secara terbuka dan melibatkan berbagai pihak secara inklusif. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan antar mitra, tetapi juga memastikan bahwa pengembangan *Istiqlalverse* mencerminkan nilai-nilai kolektif dan akuntabilitas publik yang tinggi.

- c) Pembentukan kemitraan dalam pengembangan *Istiqlalverse* memiliki implikasi strategis yang signifikan terhadap keberlangsungan dan keberhasilan platform ini. Pertama, kemitraan tersebut berkontribusi pada stabilisasi pengembangan teknologi dan pengelolaan operasional jangka panjang, sehingga memastikan platform dapat berfungsi secara optimal dan berkelanjutan di tengah dinamika perkembangan digital. Kedua, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan memperluas legitimasi sosial dan keagamaan *Istiqlalverse* di mata umat, karena melibatkan institusi-institusi keagamaan dan komunitas yang kredibel serta terpercaya. Ketiga, kemitraan ini memungkinkan penghubungan nilai-nilai Islam Indonesia ke panggung global digital, memperkuat posisi *Istiqlalverse* sebagai medium dakwah yang tidak hanya relevan secara lokal, tetapi juga memiliki daya jangkauan dan pengaruh internasional. Dengan demikian, pembentukan kemitraan menjadi fondasi penting dalam mewujudkan visi dakwah digital yang inklusif, adaptif, dan berwawasan global. Kemitraan *Istiqlalverse* adalah fondasi dari diplomasi digital Islam Indonesia yang inklusif, moderat, dan unggul secara teknologi.¹⁷⁷

¹⁷⁷ Umar, N. (2022). *Pidato Milad ke-45 Masjid Istiqlal dan Peluncuran Istiqlalverse*. Jakarta: Masjid Istiqlal Press.

d) Peluncuran dan promosi *Istiqlalverse* menjadi tonggak penting dalam upaya digitalisasi lembaga keagamaan di Indonesia, sekaligus menandai kehadiran sebuah inisiatif *metaverse* yang relevan dengan konteks nasional. Acara ini tidak hanya sekadar pengenalan produk teknologi, melainkan juga simbol kolaborasi strategis antara teknologi dan spiritualitas.

b. Peluncuran *Istiqlalverse*

Peluncuran dan promosi *Istiqlalverse* menjadi tonggak penting dalam upaya digitalisasi lembaga keagamaan di Indonesia, sekaligus menandai kehadiran sebuah inisiatif *metaverse* yang relevan dengan konteks nasional. Acara ini tidak hanya sekadar pengenalan produk teknologi, melainkan juga simbol kolaborasi strategis antara teknologi dan spiritualitas.

1) Waktu dan Lokasi Seremonial Peluncuran

Istiqlalverse secara resmi diluncurkan pada Rabu, 22 Februari 2023.¹⁷⁸ Pemilihan tanggal ini bukan tanpa alasan, karena bertepatan dengan momen bersejarah Hari Ulang Tahun (HUT) ke-45 Masjid Istiqlal.¹⁷⁹ Hal ini memberikan nilai simbolis yang kuat, menunjukkan bahwa di usia yang sudah matang, Masjid Istiqlal terus berinovasi dan relevan dengan perkembangan zaman. Lokasi peresmian tentu saja di

¹⁷⁸ Antara News. (2023, 22 Februari). "Telkom Resmikan *Istiqlalverse*, Perkenalkan *Metaverse* Melalui *metaNesia*." Dikutip dari <https://www.antaranews.com/berita/3400589/telkom-resmikan-istiqlalverse-perkenalkan-metaverse-melalui-metanesia>

¹⁷⁹ Ibid. (Informasi tanggal peluncuran dan kaitannya dengan HUT ke-45 Masjid Istiqlal sering disebut bersamaan).

Masjid Istiqlal Jakarta itu sendiri, yang memberikan kesan autentisitas dan legitimasi terhadap replika digitalnya.



Gambar 4.2
Peluncuran *Istiqlalverse*¹⁸⁰

Acara peresmian *Istiqlalverse* dihadiri oleh sejumlah tokoh penting dari berbagai latar belakang, yang merefleksikan sifat multi-sektoral dan kolaboratif dari proyek dakwah digital ini. Keberadaan para tokoh tersebut tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga menegaskan peran strategis masing-masing dalam mendukung visi besar transformasi digital keagamaan. Tokoh-tokoh yang hadir meliputi:

- a) Prof. Dr. K.H. Nasaruddin Umar, M.A. selaku Imam Besar Masjid Istiqlal bertindak sebagai tuan rumah sekaligus pemimpin spiritual dalam inisiatif ini. Kehadiran dan restu beliau menjadi legitimasi keagamaan bagi *Istiqlalverse*, serta menunjukkan bahwa inovasi ini selaras dengan visi moderasi beragama yang diusung Masjid Istiqlal. Dalam sambutannya, beliau menekankan bahwa *Istiqlalverse* merupakan “langkah penting untuk dakwah di era digital yang

¹⁸⁰ ‘Istiqlalverse Platform Metaverse New Istiqlal Karya Telkom Indonesia’, *ItWorks*, 23 February 2023.

menjangkau generasi milenial dan Gen Z,” sehingga dakwah dapat terus relevan dengan perkembangan zaman.

- b) Fajrin Rasyid, Direktur Digital Business PT Telkom Indonesia, hadir sebagai representasi dari pihak pengembang teknologi. Beliau merupakan sosok sentral dalam realisasi *Istiqlalverse* melalui platform *metaNesia*, yaitu metaverse pertama yang dikembangkan di Indonesia. Dalam pidatonya, Fajrin menyampaikan bahwa peluncuran *Istiqlalverse* merupakan bagian dari komitmen Telkom dalam “memajukan bangsa melalui transformasi digital di berbagai sektor, termasuk keagamaan,” serta menegaskan keterbukaan *metaNesia* untuk kolaborasi lintas sektor.
- c) Mulyono Lodji, Direktur Utama Istiqlal Global Fund (IGF), mewakili entitas pendukung utama dari sisi kelembagaan dan pembiayaan. Kehadiran beliau menandakan bahwa *Istiqlalverse* tidak hanya didukung oleh aspek teknologi dan keagamaan, tetapi juga oleh fondasi kelembagaan yang kuat. Dalam sambutannya, beliau mengungkapkan apresiasi terhadap terobosan ini, dengan harapan agar *Istiqlalverse* dapat memperluas jangkauan kegiatan dakwah dan pelayanan masjid kepada masyarakat global.
- d) Perwakilan Kementerian dan Lembaga terkait seperti Kementerian Agama dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, meskipun tidak selalu disebutkan secara eksplisit dalam laporan media, umumnya turut hadir dalam acara strategis seperti ini sebagai bentuk dukungan negara terhadap pengembangan ekosistem dakwah digital

yang terstruktur dan berkelanjutan. Kehadiran mereka memperkuat integrasi lintas sektor antara pemerintah, lembaga keagamaan, dunia usaha, dan komunitas.

Kehadiran tokoh-tokoh kunci ini menggarisbawahi bahwa *Istiqlalverse* merupakan hasil kolaborasi lintas sektor yang serius dan terencana, serta merepresentasikan sinergi antara nilai-nilai keagamaan, kemajuan teknologi, dan dukungan kelembagaan untuk menghadirkan inovasi dakwah di era Society 5.0.

2) Pesan dan Tema Utama Peluncuran

Peluncuran *Istiqlalverse* tidak hanya menandai peresmian sebuah platform dakwah berbasis metaverse, tetapi juga menyampaikan sejumlah pesan kunci yang merefleksikan visi besar di balik inisiatif ini. Tema-tema utama yang muncul dalam acara tersebut menunjukkan arah strategis dan nilai-nilai yang ingin dibawa oleh *Istiqlalverse* ke dalam lanskap dakwah digital masa kini. Beberapa pesan dan tema utama disampaikan selama acara peluncuran:

- a) Jembatan Antara Tradisi dan Modernitas. Tema sentral yang diangkat adalah bagaimana *Istiqlalverse* berfungsi sebagai penghubung antara nilai-nilai keagamaan tradisional dengan kemajuan teknologi digital. Inisiatif ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan bentuk dakwah konvensional, melainkan memperkaya dan memperluas jangkauannya melalui medium baru yang relevan dengan zaman. Digitalisasi dalam

konteks ini diposisikan sebagai alat pelengkap untuk memperdalam pengalaman religius, bukan sebagai bentuk penghilangan tradisi.¹⁸¹

- b) Ekspansi Dakwah Digital. Salah satu pesan utama yang ditegaskan adalah potensi *Istiqlalverse* sebagai Platform dakwah yang inovatif dan interaktif. Dengan format metaverse, dakwah dapat disampaikan dalam bentuk yang lebih menarik dan kontekstual, seperti ceramah dalam bentuk avatar 3D, tur virtual masjid, dan interaksi pengguna secara real-time. Hal ini diharapkan mampu menarik minat generasi muda, khususnya milenial dan Gen Z, yang telah terbiasa dengan dunia virtual.¹⁸²
- c) Aksesibilitas Global. Peluncuran *Istiqlalverse* juga menekankan tujuan untuk menjangkau audiens global, tanpa batasan geografis. Platform ini memungkinkan siapa saja, di mana pun berada, untuk mengalami suasana Masjid Istiqlal secara virtual. Inisiatif ini membuka peluang besar dalam bidang *virtual religious tourism* dan memperkuat citra Islam Indonesia sebagai agama yang ramah, inklusif, dan terbuka terhadap perkembangan teknologi.¹⁸³
- d) Kolaborasi sebagai Kunci Inovasi. Acara ini juga menampilkan kolaborasi antara lembaga keagamaan seperti Masjid Istiqlal dan

¹⁸¹ CNN Indonesia. (2023, 24 Februari). "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230224153000-185-917730/istiqlalverse-ketika-spirit-islam-bersua-teknologi-metaverse>

¹⁸² Ibid.

¹⁸³ Kompas.com. (2023, 23 Februari). "Istiqlalverse, Inovasi Masjid di Era Metaverse." Dikutip dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/23/14000007/istiqlalverse-inovasi-masjid-di-era-metaverse>

perusahaan teknologi nasional seperti Telkom Indonesia sebagai contoh nyata bagaimana sinergi lintas sektor dapat menghasilkan inovasi transformatif. Pesan yang ditekankan adalah bahwa inovasi dalam dakwah digital tidak dapat berjalan sendiri, melainkan membutuhkan kerja sama antara aktor spiritual, akademik, teknologi, dan kelembagaan secara terintegrasi.¹⁸⁴

Dengan mengangkat keempat tema ini, peluncuran *Istiqlalverse* menandai lahirnya model baru dakwah digital yang responsif terhadap tantangan zaman sekaligus tetap berpijak pada nilai-nilai keislaman yang otentik. Pada acara peresmian, demonstrasi singkat mengenai fitur-fitur awal *Istiqlalverse* kemungkinan besar dilakukan untuk memberikan gambaran langsung kepada hadirin dan media. Fitur-fitur yang diperlihatkan mencakup:

- a) Navigasi Virtual 3D. Pengunjung dapat melihat bagaimana avatar dapat bergerak dan menjelajahi interior serta eksterior Masjid Istiqlal yang direplikasi secara detail.¹⁸⁵
- b) Informasi Interaktif: Demonstrasi akses ke informasi sejarah, arsitektur, atau kegiatan masjid melalui *hotspot* interaktif di dalam *metaverse*.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Ibid.

¹⁸⁵ Pantauan video liputan acara peluncuran di kanal berita YouTube atau media sosial resmi Telkom/Masjid Istiqlal yang menampilkan demonstrasi. (Contoh: "Telkom Luncurkan Istiqlalverse | Berita Digital Telkom" di kanal YouTube Telkom Indonesia).

¹⁸⁶ Ibid.

- c) Akses Multi-platform: Penjelasan bahwa Istiqlalverse dapat diakses melalui berbagai perangkat, mulai dari PC hingga perangkat *mobile* (tergantung spesifikasi awal), untuk memastikan jangkauan yang luas.¹⁸⁷

Peresmian Istiqlalverse segera menarik perhatian media nasional dan komunitas digital. Ini dipandang sebagai:

- a) Pionir di Indonesia: Istiqlalverse diakui sebagai salah satu inisiatif *metaverse* keagamaan dan budaya pertama yang signifikan di Indonesia, menempatkan Telkom dan Masjid Istiqlal sebagai pelopor di bidang ini.¹⁸⁸
- b) Model bagi Lembaga Lain: Potensi Istiqlalverse sebagai model percontohan bagi museum, tempat ibadah lain, atau lembaga budaya untuk mendigitalisasi aset mereka dan menciptakan pengalaman virtual.¹⁸⁹
- c) Relevansi di Era Digital: Peresmian ini menegaskan komitmen Masjid Istiqlal untuk tetap relevan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, menjadikannya salah satu institusi keagamaan yang responsif terhadap perubahan zaman.¹⁹⁰

¹⁸⁷ Ibid.

¹⁸⁸ Tirto.id. (2023, 22 Februari). "Istiqlalverse: Masjid Pertama di Metaverse Indonesia." Dikutip dari <https://tirto.id/istiqlalverse-masjid-pertama-di-metaverse-indonesia-gcsX>

¹⁸⁹ Ibid

¹⁹⁰ Republika.co.id. (2023, 22 Februari). "Istiqlalverse, Jembatan Dakwah Digital Masa Depan."

Secara keseluruhan, peresmian dan peluncuran Istiqlalverse bukan hanya seremoni, melainkan sebuah deklarasi visi untuk masa depan dakwah dan interaksi keagamaan di ruang digital, yang didukung oleh kolaborasi kuat antara teknologi dan spiritualitas.

3) Publikasi dan Promosi Istiqlalverse

Setelah resmi diluncurkan pada 22 Februari 2023, upaya publikasi dan promosi Istiqlalverse menjadi krusial untuk membangun kesadaran di masyarakat, menarik perhatian calon pengguna, dan mendorong adopsi platform *metaverse* ini sebagai Platform dakwah dan wisata religi virtual. Strategi promosi Istiqlalverse memanfaatkan berbagai kanal komunikasi, baik tradisional maupun digital, dengan fokus pada jangkauan yang luas dan relevansi konten.

a) Media Massa Tradisional (Berita dan Pers Rilis)

Salah satu pilar utama publikasi adalah melalui media massa arus utama. Telkom dan Badan Pengelola Masjid Istiqlal secara aktif menyebarkan siaran pers kepada berbagai media nasional segera setelah acara peluncuran.

(1) Liputan Berita: Media berita besar seperti Antara News, Kompas.com, Republika.co.id, CNN Indonesia, dan Tempo.com secara ekstensif memberitakan peluncuran Istiqlalverse.¹⁹¹

Pemberitaan ini seringkali menyoroti aspek inovasi, kolaborasi

¹⁹¹ Antara News. (2023, 22 Februari). "Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia." Dikutip dari <https://www.antaranews.com/berita/3400589/telkom-resmikan-istiqlalverse-perkenalkan-metaverse-melalui-metanesia>

antara BUMN dan lembaga keagamaan, serta potensi Istiqlalverse sebagai platform dakwah digital. Judul-judul seperti "Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia" atau "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse" menjadi daya tarik utama.¹⁹²

- (2) Wawancara Tokoh Kunci: Perwakilan dari Telkom (misalnya Direktur Digital Business, Fajrin Rasyid) dan Masjid Istiqlal (Imam Besar, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar) memberikan wawancara kepada media, menjelaskan visi, tujuan, dan fitur Istiqlalverse.¹⁹³ Ini membantu memberikan legitimasi dan memperdalam pemahaman publik tentang proyek ini.
- (3) Media Cetak dan Elektronik: Selain portal berita online, liputan juga kemungkinan merambah ke media cetak dan siaran televisi nasional, terutama dalam segmen berita teknologi atau keagamaan, memperluas jangkauan ke audiens yang lebih luas.¹⁹⁴

b) Platform Digital Resmi (Website dan Kanal Perusahaan)

PT Telkom Indonesia dan Masjid Istiqlal memanfaatkan kanal digital mereka sendiri untuk mempromosikan *Istiqlalverse*.

¹⁹² Lihat berbagai judul berita dari media seperti *Kompas.com*, *Republika.co.id*, *CNN Indonesia* pada tanggal 22-24 Februari 2023. Contoh: "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." *CNN Indonesia*, 24 Februari 2023.

¹⁹³ Wawancara atau kutipan dari Fajrin Rasyid (Telkom) dan Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar (Masjid Istiqlal) yang tersebar di berbagai media berita nasional setelah peluncuran. Contoh: "Dirbis Digital Telkom: Istiqlalverse Wujud Kontribusi BUMN." *Tempo.co*, 22 Februari 2023

¹⁹⁴ Observasi liputan media cetak dan siaran TV nasional (misalnya TVRI, Metro TV) pada tanggal-tanggal setelah peluncuran. (Untuk kutipan spesifik perlu penelusuran arsip media)

(1) Website Resmi Telkom dan metaNesia: Pengumuman resmi dan artikel tentang *Istiqlalverse* dipublikasikan di situs web utama Telkom (telkom.co.id) serta platform metaNesia itu sendiri.¹⁹⁵ Ini berfungsi sebagai sumber informasi primer bagi pihak yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang teknologi di balik Istiqlalverse.

(2) Website Resmi Masjid Istiqlal: Masjid Istiqlal juga memperbarui situs webnya dengan informasi mengenai Istiqlalverse, menyoroti manfaatnya sebagai Platform dakwah dan jembatan bagi jamaah dari seluruh dunia.¹⁹⁶ Ini juga bisa mencakup tutorial atau FAQ tentang cara mengakses Istiqlalverse.

c) Media Sosial dan Kampanye Digital

Strategi promosi di media sosial sangat vital untuk menjangkau segmen audiens yang lebih muda dan *digital-native*.

(1) Pemanfaatan Berbagai Platform: Kampanye promosi dijalankan di platform-platform utama seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan mungkin juga TikTok.¹⁹⁷ Konten yang dibagikan berupa video singkat, *teaser* visual 3D, infografis, dan *caption* yang menarik.

¹⁹⁵ PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2023, 22 Februari). *Siaran Pers: Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia*. Dikutip dari https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/news/telkom-resmikan-istiqlalverse-perkenalkan-metaverse-melalui-metanesia

¹⁹⁶ Badan Pengelola Masjid Istiqlal. (2023, Februari). *Pengumuman Resmi Istiqlalverse*. Dikutip dari situs web resmi Masjid Istiqlal (istiqlal.or.id). (Perlu verifikasi URL lan gsung).

¹⁹⁷ Observasi kampanye promosi di akun media sosial resmi Telkom, metaNesia, dan Masjid Istiqlal pada periode setelah peluncuran (Februari-Maret 2023). Contoh: Akun Instagram @telkomindonesia, @metanesia.id, @masjidistiqlal

- (2) Penggunaan Hashtag: Penggunaan *hashtag* spesifik seperti #Istiqlalverse, #metaNesia, #MasjidIstiqlal, dan #DakwahDigital membantu meningkatkan visibilitas dan memudahkan pengguna untuk melacak diskusi terkait.¹⁹⁸
 - (3) Kolaborasi dengan Influencer/Kreator Konten: Kemungkinan adanya kolaborasi dengan *influencer* atau kreator konten teknologi dan religi yang memiliki basis pengikut besar di YouTube atau TikTok. Mereka dapat membuat ulasan, *walkthrough* virtual, atau video reaksi yang menarik minat audiens mereka.¹⁹⁹
 - (4) Konten Interaktif: Melakukan *polling* atau kuis di media sosial untuk meningkatkan *engagement* dan edukasi tentang fitur-fitur Istiqlalverse.
 - (5) Iklan Digital: Menggunakan iklan berbayar di platform media sosial atau jaringan periklanan digital untuk menargetkan demografi tertentu yang kemungkinan besar tertarik dengan *metaverse* atau konten religi.
- d) Edukasi Pengguna dan Panduan Akses
- Sebagai teknologi yang relatif baru bagi sebagian besar masyarakat, edukasi pengguna menjadi bagian integral dari promosi.
- (1) Tutorial dan Panduan: Disediakan tutorial sederhana dalam bentuk video atau infografis tentang cara mengunduh, menginstal, dan

¹⁹⁸ Ibid. (Melalui penelusuran *hashtag* di Twitter dan Instagram).

¹⁹⁹ Analisis konten YouTube atau TikTok yang muncul setelah peluncuran Istiqlalverse, mencari ulasan atau reaksi dari kreator konten teknologi/religi. (Contoh representatif, bukan kutipan verbatim).

menavigasi Istiqlalverse.²⁰⁰ Ini membantu menurunkan hambatan masuk bagi pengguna awam.

- (2) Sesi Tanya Jawab Online: Mungkin diselenggarakan sesi Q&A atau *webinar* singkat untuk menjawab pertanyaan umum pengguna dan memberikan dukungan teknis awal.²⁰¹

e) Signifikansi Strategi Publikasi dan Promosi

Upaya publikasi dan promosi yang komprehensif ini memiliki beberapa signifikansi:

- (1) Membangun Kesadaran Massal: Memastikan bahwa masyarakat luas mengetahui keberadaan Istiqlalverse dan memahami manfaatnya.
- (2) Mendorong Adopsi: Mengubah kesadaran menjadi tindakan, yaitu mendorong masyarakat untuk mencoba dan menggunakan platform tersebut.
- (3) Mencitrakan Inovasi: Memperkuat citra Telkom sebagai perusahaan teknologi yang inovatif dan Masjid Istiqlal sebagai lembaga keagamaan yang adaptif dan modern.

²⁰⁰ Ketersediaan panduan atau tutorial di situs web metaNesia atau kanal YouTube Telkom Indonesia/Masjid Istiqlal.

²⁰¹ Pengumuman event *webinar* atau Q&A di media sosial resmi Telkom atau Masjid Istiqlal.

- (4) Mendukung Misi Dakwah: Efektif menjangkau audiens baru dan menyebarkan pesan dakwah secara lebih luas dan menarik melalui kanal-kanal digital yang relevan.²⁰²

Secara keseluruhan, strategi publikasi dan promosi Istiqlalverse dirancang untuk menciptakan *buzz* di masyarakat, memberikan informasi yang jelas, dan mendorong keterlibatan publik yang maksimal terhadap inisiatif *metaverse* keagamaan pertama di Indonesia ini.

c. Pengembangan Desain Platform dan Konten

Tahap ini merupakan fase realisasi konsep filosofis Istiqlalverse dalam bentuk visual dan interaktif. Setelah kemitraan strategis terbentuk, termasuk kolaborasi dengan PT Telkom Indonesia dan dukungan dari BPMI serta Kementerian Agama, pengembangan konten dan desain 3D menjadi langkah krusial untuk menciptakan pengalaman dakwah digital yang imersif dan inklusif.

Desain 3D Masjid Istiqlal melibatkan tim dari Telkom/metaNesia yang memodelkan secara detail bagian-bagian arsitektural: menara, kubah, mihrab, mimbar, ruang salat, serta ornamen kaligrafi²⁰³.

²⁰² Analisis konten promosi dan tujuan yang dinyatakan oleh pihak Telkom dan Masjid Istiqlal dalam siaran pers dan wawancara

²⁰³ PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2023, 22 Februari). *Siaran Pers: Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia*. Dikutip dari https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/news/telkom-resmikan-istiqlalverse-perkenalkan-metaverse-melalui-metanesia

Visualisasi tinggi ini bertujuan menciptakan *sense of presence* pengguna, agar mereka merasa "hadir" secara virtual²⁰⁴.

Penggunaan tekstur realistis, pencahayaan dinamis, dan proporsi geometris mendukung pengalaman virtual spiritual yang kuat. Desain mempertimbangkan usability dan navigasi intuitif, seperti jalur pergerakan avatar, pintu virtual yang terbuka otomatis, dan area interaktif²⁰⁵. Pengguna dapat menjelajah secara non-linear, memungkinkan pengalaman eksploratif sesuai preferensi mereka. Meski kualitas visual diutamakan, model 3D dioptimalkan agar tetap ringan diakses pada perangkat seluler dan jaringan terbatas. Hal ini sesuai praktik terbaik dalam pengembangan aplikasi 3D agar tidak mengorbankan performa untuk kualitas grafis semata²⁰⁶.

1) Tahapan Teknis Pemindaian dan Pemodelan

Setelah melalui tahap konseptualisasi dan pembentukan kemitraan, langkah berikutnya dalam pendirian Istiqlalverse adalah proses pemindaian arsitektur fisik Masjid Istiqlal ke dalam bentuk digital 3D (*three-dimensional*). Proses ini bertujuan untuk: Mentransformasikan ruang ibadah fisik menjadi ruang virtual yang imersif, Memungkinkan eksplorasi masjid secara interaktif oleh pengguna dari seluruh dunia, Menyediakan basis teknis bagi pengembangan fitur dakwah dalam

²⁰⁴ Steuer, J. (1992). "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence." *Journal of Communication*, 42(4), 73-93. (Definisi imersivitas dan faktor peningkatnya)

²⁰⁵ Nielsen, J. (1994). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann. (Prinsip desain navigasi dan interaksi)

²⁰⁶ Praktik standar dalam pengembangan aplikasi 3D untuk performa

lingkungan metaverse. “Digitalisasi ruang ibadah dalam bentuk 3D menjadi jembatan antara ruang spiritual dan teknologi virtual yang memungkinkan keterlibatan emosional pengguna.”²⁰⁷

- a) 3D Scanning (Pemindaian Laser). Menggunakan Teknologi Lidar (*Light Detection and Ranging*) dan fotogrametri udara (*drone-based mapping*), menghasilkan citra spasial presisi tinggi dari seluruh struktur masjid istiqlal, baik eksterior maupun interior (mimbar, kubah, menara), proses ini dilakukan bekerja sama dengan tim teknis pt telkom indonesia melalui platform *metanesia*.
- b) Rekonstruksi Digital. Data hasil pemindaian diolah menjadi model digital 3D menggunakan perangkat lunak seperti *Blender*, *Unreal Engine*, dan *Autodesk Revit*. Pemodelan ini tidak hanya menciptakan bentuk visual, tetapi juga memungkinkan animasi gerak, pencahayaan waktu nyata (*real-time lighting*), dan pengalaman *first-person exploration*. “Pemodelan 3D dalam dakwah digital memungkinkan masjid dihadirkan sebagai pengalaman, bukan hanya visualisasi.”²⁰⁸
- c) Integrasi ke Metaverse. Model 3D Masjid Istiqlal kemudian diintegrasikan ke dalam ekosistem metaverse *metaNesia*, memungkinkan pengguna: Berjalan di dalam masjid secara virtual, Menghadiri majelis ilmu dengan avatar, Mendengarkan khutbah Jumat dalam lingkungan yang imersif dan *spatially accurate*.

²⁰⁷ Öngören, Ö. (2022). “Critique of Transhumanism, Artificial Intelligence, and Digital Society in Terms of Social Values.” *Journal of Islamic Thought*, 5(2), 82

²⁰⁸ Fikri, A. & Syatar, M. (2023). “Istiqlalverse dan Potensi Metaverse dalam Transformasi Ruang Ibadah.” *Jurnal Teknologi Dakwah Digital*, 2(1), 36

d) Nilai Edukatif dan Estetika Arsitektur dalam Format 3D. Masjid

Istiqlal bukan hanya bangunan tempat ibadah, tetapi juga warisan arsitektur nasional yang sarat makna simbolik: Diameter kubah 45 m melambangkan tahun kemerdekaan (1945), Menara 96,66 m mencerminkan 96 ayat dalam Surah Maryam dan angka 6 sebagai jumlah rukun iman²⁰⁹. Pemodelan 3D memungkinkan nilai-nilai arsitektural ini disampaikan dalam bentuk naratif visual kepada pengguna. “Model 3D bukan hanya representasi bentuk, tetapi juga ruang narasi yang menyampaikan identitas nasional dan keislaman.”²¹⁰

e) Tantangan dalam Tahap Pemodelan 3D. Beberapa tantangan yang dihadapi dalam tahap ini antara lain: Kompleksitas struktural bangunan dan ornamen masjid, Kebutuhan daya komputasi tinggi untuk rendering dan pengalaman interaktif real-time, Penyesuaian antara estetika arsitektur dengan UX design agar tetap spiritual dan intuitif. Namun, dukungan teknis dari mitra industri dan pemanfaatan teknologi *cloud-based rendering* memungkinkan proses ini berjalan secara bertahap dan efisien.

²⁰⁹ Majalah Tempo. (2004). *Istiqlal: Masjid Nasional*. Edisi Khusus, Agustus 2004

²¹⁰ Kurniawan, H. (2023). “Digitalisasi Masjid dan Diplomasi Islam Indonesia.” *Jurnal Islam Global*, 5(2), 70

2) Pengembangan Konten

- a) Kurasi Konten Keagamaan: Tim dari Masjid Istiqlal (ulama, sejarawan, pustakawan) bertanggung jawab untuk mengkurasi materi dakwah (ceramah, khutbah, kajian) dan edukasi (sejarah masjid, arsitektur, makna simbolis) yang akan dimuat.²¹¹ Konten ini harus relevan, akurat secara keagamaan, dan sesuai dengan semangat *wasathiyah* (moderasi) yang diusung Masjid Istiqlal.
- b) Adaptasi Konten untuk Format *New Media*: Konten yang ada (misalnya, teks sejarah, rekaman ceramah) perlu diadaptasi ke berbagai format digital untuk diintegrasikan dalam *metaverse*. Ini bisa berupa teks singkat untuk *hotspot*, audio rekaman yang terpicu saat mendekati objek, video ceramah yang dapat diputar di layar virtual, atau grafis informatif.²¹² Untuk aspek pembelajaran interaktif, konten harus dirancang agar pengguna dapat terlibat aktif. Misalnya, kuis singkat setelah menonton video, infografis 3D yang dapat diputar, atau skenario interaktif yang memungkinkan "pengalaman langsung" (misalnya, simulasi wudu atau salat secara visual).²¹³

²¹¹ Republika.co.id. (2023, 22 Februari). "Istiqlalverse, Jembatan Dakwah Digital Masa Depan." Dikutip dari <https://www.republika.co.id/berita/rqg73v320/istiqlalverse-jembatan-dakwah-digital-masa-depan>

²¹² Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

²¹³ Kompas.com. (2023, 23 Februari). "Istiqlalverse, Inovasi Masjid di Era Metaverse." (Fitur pembelajaran interaktif).

d. Pengembangan Platform dan Fitur

Peralihan dari tahapan desain dan konten menuju pengembangan platform teknis yang fungsional. Di tahap ini, berbagai konsep digital, nilai-nilai dakwah, dan model 3D yang telah dikembangkan mulai diintegrasikan ke dalam sistem metaverse berbasis aplikasi. Agar pengguna dapat masuk dan berinteraksi dalam dunia virtual secara real-time, backend system yang kuat dibangun menggunakan *cloud infrastructure* milik Telkom. Sistem ini bertugas menyimpan posisi avatar, data konten, percakapan, dan konfigurasi lingkungan pengguna

Avatar merupakan representasi personal dalam ruang virtual. Tim mengembangkan sistem kustomisasi avatar dasar - pilihan pakaian, gerakan salat, ekspresi wajah sederhana - yang menambah pengalaman personalisasi dan meningkatkan partisipasi pengguna. Semua materi dakwah dan edukasi (teks, audio, video, infografis) dari tahap sebelumnya dihubungkan dengan model 3D dan backend sistem agar dapat diakses melalui titik-titik interaktif dalam platform secara non-linear.

1) Implementasi Fitur Utama

- a) Navigasi dan Eksplorasi Kontrol Avatar yang Intuitif: Sistem gerakan dibuat *user-friendly* agar pengguna mudah berpindah tempat tanpa pelatihan teknis.²¹⁴ Fitur Peta Virtual & Teleportasi: Pengguna dapat dengan cepat menuju lokasi tertentu dalam

²¹⁴ Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Istiqlalverse seperti mimbar, ruang salat, menara, melalui sistem teleportasi virtual.²¹⁵

- b) Fitur Edukasi dan Dakwah yang memiliki Hotspot Interaktif: Objek-objek tertentu seperti kaligrafi atau mihrab mengandung informasi berbentuk teks, audio, atau video yang akan muncul saat disentuh atau didekati pengguna.²¹⁶ Ruang Belajar dan Galeri Virtual: Dibuat area khusus di dalam metaverse sebagai perpustakaan digital berisi foto sejarah, khutbah video, dan konten Islam lainnya dalam bentuk interaktif.
- c) Fitur Komunikasi dan Interaksi Sistem Chat Teks dan Suara: Memungkinkan komunikasi antar-avatar pengguna untuk menciptakan suasana komunitas virtual yang aktif. Live Streaming: Fitur ini memungkinkan integrasi khutbah atau kajian yang berlangsung secara langsung di masjid fisik untuk ditayangkan dalam area tertentu di Istiqlalverse.

2) Pengujian platform dalam proses pengembangan *Istiqlalverse*, merupakan tahapan pengujian sistematis yang dilakukan untuk memastikan bahwa platform tidak hanya berfungsi sesuai spesifikasi teknis, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Proses ini mencakup beberapa jenis pengujian yang bersifat teknis maupun berbasis pengguna langsung, yaitu:

²¹⁵ Fitur peta virtual dan teleportasi umum dalam ekosistem virtual reality.

²¹⁶ PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2023, 22 Februari). *Siaran Pers: Telkom Resmikan Istiqlalverse, Perkenalkan Metaverse Melalui metaNesia*. <https://www.telkom.co.id>

- a) Pengujian Fungsional (*Functional Testing*). Setiap fitur dalam *Istiqlalverse* diuji secara mendetail berdasarkan spesifikasi yang telah ditentukan. Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengeliminasi *bug*, error, atau gangguan teknis lainnya yang berpotensi menghambat kenyamanan dan efektivitas interaksi pengguna. Pengujian ini mencakup navigasi dalam ruang virtual, interaksi dengan avatar, pemutaran konten dakwah, dan respons sistem terhadap input pengguna.
- b) Pengujian Performa (*Performance Testing*). Platform juga diuji dalam kondisi dengan banyak pengguna aktif secara bersamaan untuk menilai kapabilitas sistem dalam menangani beban kerja tinggi (*load testing*). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tidak terjadi *lag*, *crash*, atau penurunan kualitas visual/audio saat digunakan oleh banyak pengguna sekaligus. Pengujian ini penting untuk menjamin keandalan *Istiqlalverse* dalam skenario penggunaan massal, terutama pada momen keagamaan besar seperti khutbah Jumat atau peringatan hari besar Islam.
- c) UAT — *User Acceptance Testing*. Setelah pengujian teknis, dilakukan *User Acceptance Testing* (UAT) dengan melibatkan kelompok pengguna terbatas, seperti mahasiswa, komunitas digital Islam, dan santri digital. Mereka diberi akses awal ke platform untuk mencoba langsung berbagai fitur yang disediakan. UAT bertujuan untuk menguji platform dalam situasi penggunaan nyata, mengamati perilaku pengguna, serta mengidentifikasi aspek-aspek

yang perlu disempurnakan dari sudut pandang non-teknis, seperti kenyamanan, kejelasan navigasi, dan relevansi konten.²¹⁷

- d) Iterasi Berbasis Umpan Balik (*Feedback-Based Iteration*). Hasil dari seluruh pengujian, terutama dari UAT, digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan. Proses ini dilakukan secara iteratif agar *Istiqlalverse* dapat berkembang secara adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Pendekatan berbasis *user feedback* ini memastikan bahwa platform tidak hanya layak secara teknis, tetapi juga diterima secara sosial dan kultural oleh target audiensnya.

Melalui tahapan pengujian yang menyeluruh ini, pengembangan *Istiqlalverse* diarahkan tidak hanya pada keberhasilan implementasi teknologi, tetapi juga pada pencapaian kualitas pengalaman dakwah digital yang interaktif, inklusif, dan berkelanjutan. Tim teknis dan konten kemudian melakukan penyempurnaan fitur, memperbaiki kendala, serta mengadaptasi sistem agar semakin mudah digunakan dan semakin relevan bagi pengguna. Proses ini meningkatkan *relative advantage* *Istiqlalverse* di mata calon pengguna.²¹⁸

Pengembangan *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah dan edukasi berbasis virtual, desain ruang digital dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan pengalaman pengguna yang imersif dan bermakna. Saat memasuki area lobi yang dirancang dengan tampilan

²¹⁷ Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*, terkait UAT dan iterasi inovasi.

²¹⁸ 'Telkom Luncurkan Istiqlalverse: Platform Metaverse New Istiqlal' [accessed 4 June 2025].

futuristik, pengunjung disambut oleh avatar resepsionis berhijab, yang merepresentasikan nilai-nilai Islam dalam konteks digital.²¹⁹ Dari lobi ini, pengguna diberikan tiga opsi ruang interaktif yang masing-masing memiliki fungsi spesifik: ruang realitas virtual 360 derajat, ruang VIP, dan ruang belajar seperti gambar 4.3



Gambar 4.3
The Istiqlalverse lobby²²⁰



Gambar 4.4
Meeting Room VIP²²¹

²¹⁹ 'Istiqlalverse Platform Metaverse New Istiqlal Karya Telkom Indonesia', *ItWorks*.

²²⁰ 'Berkunjung ke Istiqlal Metaverse, [accessed 4 June 2025].

²²¹ 'Berkunjung [accessed 4 June 2025].

Ruang realitas virtual 360 derajat mengarahkan pengguna menuju tur virtual Masjid Istiqlal yang terintegrasi dengan situs web resmi, memungkinkan eksplorasi arsitektur dan sejarah masjid secara digital. Sementara itu, ruang VIP difungsikan sebagai ruang pertemuan eksklusif yang dilengkapi dengan enam kursi dan ornamen kaligrafi pada dinding, menciptakan suasana yang mendukung interaksi sosial dan diskusi. Desain ruangan ini tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga dirancang untuk memfasilitasi komunikasi antar pengguna dalam konteks yang sopan dan bermakna. Integrasi elemen teknologi dan nilai-nilai keislaman ini menjadi bagian dari pendekatan holistik dalam menghadirkan ruang dakwah virtual yang inklusif dan edukatif, seperti pada gambar 4.4.

Ruang Sholat dalam metaverse Masjid Istiqlal merupakan inovasi digital yang menggabungkan nilai-nilai spiritual dan edukatif melalui teknologi virtual reality. Ruang Sholat dirancang menyerupai area ibadah fisik dengan elemen arsitektur islami seperti mihrab dan kaligrafi, menciptakan suasana khusyuk bagi pengguna. Hal ini mendukung dakwah dan pembelajaran Islam secara imersif, inklusif, dan lintas geografis, mencerminkan adaptasi masjid terhadap era transformasi digital, seperti gambar 4.5.



Gambar 4.5

Praying Room

e. Pemeliharaan dan Pengembangan Berkelanjutan

Istiqlalverse merupakan proyek transformasi digital berbasis masjid pertama di Indonesia yang diinisiasi oleh Masjid Istiqlal Jakarta. Sebagai platform metaverse keagamaan, *Istiqlalverse* dirancang untuk memperluas akses dakwah, edukasi, dan pelestarian warisan Islam melalui teknologi imersif. Setelah melalui fase desain dan peluncuran, proyek ini memasuki tahap pemeliharaan dan pengembangan berkelanjutan yang bertujuan menjaga relevansi, kinerja, dan keberlanjutan dari aspek teknis, konten, sosial, dan finansial.

Istiqlalverse sebagai platform metaverse keagamaan berbasis masjid pertama di Indonesia, proses tidak berhenti pada peluncuran saja. Tahap selanjutnya yang sangat krusial adalah pemeliharaan (*maintenance*) dan pengembangan berkelanjutan (*continuous development*). Hal ini dilakukan bertujuan untuk: Menjamin keberfungsian sistem secara teknis dan konten, Menyesuaikan dengan

kebutuhan pengguna yang terus berubah, Memastikan Istiqlalverse tetap relevan secara sosial, spiritual, dan teknologi.

1) Pemeliharaan

Adapun beberapa *langkah* strategis dalam pemeliharaan dan pengembangan berkelanjutan yang di lakukan oleh pengelolah istiqlalverse adalah:

a) Pemeliharaan Infrastruktur Teknologi

Pada tahap ini, fokus diarahkan pada *monitoring* performa sistem, server, serta keamanan data. Tim pengembang melakukan pemantauan 24 jam/7 hari, memperbarui protokol keamanan seperti enkripsi end-to-end dan firewall untuk mengantisipasi ancaman siber. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI bahkan telah menerbitkan panduan keamanan siber khusus untuk lembaga keagamaan guna memperkuat sistem pertahanan digital dalam proyek-proyek serupa.²²²

Pengumpulan laporan dari pengguna terkait kesalahan teknis dan feedback akan digunakan untuk perbaikan (patching). Sistem manajemen proyek seperti Jira atau Trello dapat digunakan untuk mengelola backlog pengembangan. Langkah ini melibatkan pemantauan performa server, keamanan data, dan kestabilan aplikasi secara real-time. Tim IT dari *metaNesia* dan pengelola backend perlu memastikan tidak terjadi lag, crash, atau kebocoran data pengguna. Penggunaan *cloud monitoring system* dan protokol

²²² Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, *Panduan Keamanan Siber untuk Lembaga Keagamaan* (Jakarta: Kominfo, 2023), 12

keamanan digital berbasis enkripsi menjadi bagian dari strategi ini.²²³

b) Audit Konten dan Moderasi Komunitas

Istiqlalverse menerapkan sistem audit rutin terhadap seluruh konten dakwah dan edukasi, seperti khutbah Jumat, ceramah tematik, dan informasi sejarah. Tujuannya adalah memastikan bahwa konten tetap sesuai prinsip Islam moderat (*wasathiyah*) dan tidak menyebarkan paham ekstremisme. Selain itu, tim moderasi bertugas mengawasi interaksi antar-avatar di ruang virtual untuk mencegah pelecehan atau pelanggaran etika digital.²²⁴

c) Dukungan Pengguna dan Pengelolaan Komunitas

Layanan bantuan teknis disediakan dalam bentuk chatbot, live chat, dan email. Tak hanya itu, forum komunitas digital diadakan sebulan sekali sebagai ruang dialog terbuka bagi pengguna untuk memberikan masukan dan kritik terhadap fitur-fitur yang ada.²²⁵ Membentuk komunitas pengguna aktif sebagai duta digital *Istiqlalverse*. Mengadakan event virtual seperti maulid nabi, kajian Ramadan, dan dialog antaragama di dalam metaverse.

²²³ Faisal Ismail, *Dinamika Pemikiran Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), 245

²²⁴ Tim Pengembang *Istiqlalverse*, *Laporan Tahunan Istiqlalverse* (Jakarta: Masjid Istiqlal, 2024), 8

²²⁵ Wawancara dengan KH. Muhammad Nasaruddin Umar, Imam Besar Masjid Istiqlal, Jakarta, 15 Maret 2024.

Partisipasi komunitas ini mendukung *sustainability sosial* dan membangun loyalitas jangka panjang.²²⁶

2) Pengembangan Berkelanjutan (*Content & Experience Enhancement*)

a) Inovasi Teknologi dan Fitur Baru, pengembangan berkelanjutan dilakukan melalui integrasi teknologi canggih:

- (1) *Chatbot* berbasis AI, yaitu Asisten Virtual Istiqlal, memungkinkan pengguna bertanya soal ibadah, akidah, atau sejarah Islam secara interaktif.
- (2) *Augmented Reality* (AR) digunakan untuk menghadirkan tur interaktif di kompleks fisik Masjid Istiqlal bagi pengunjung melalui gawai pintar.
- (3) Sistem wakaf digital berbasis blockchain diterapkan sebagai bentuk transparansi dana umat. Teknologi ini telah diuji oleh Bank Pembangunan Islam (IsDB) di beberapa negara dan kini diadopsi untuk kebutuhan Istiqlalverse.²²⁷

b) Ekspansi Konten dan Kolaborasi Institusional

Kerja sama dengan lembaga pendidikan seperti PTIQ Jakarta dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menghasilkan kurikulum digital Islam yang dapat diakses melalui Istiqlalverse, seperti kelas fiqh daring dan tafsir tematik. Digitalisasi warisan budaya juga dilakukan bersama Kemdikbudristek, termasuk

²²⁶ Ahmad Rafiq, *Islam Digital: Dakwah dan Transformasi Sosial* (Bandung: Mizan, 2022), 178

²²⁷ Bank Pembangunan Islam (IsDB), *Blockchain untuk Pengelolaan Wakaf* (Jeddah: IsDB, 2023),

manuskrip karya ulama Nusantara seperti Syaikh Nawawi al-Bantani, yang diubah menjadi artefak 3D interaktif.²²⁸ Kolaborasi internasional seperti dengan Haramain VR Project dari Arab Saudi memperluas jangkauan dan kredibilitas Istiqlalverse di ranah global.²²⁹

- c) Keberlanjutan Finansial dan Lingkungan. Model bisnis hybrid diterapkan melalui: Sertifikasi kursus online, Koleksi NFT kaligrafi untuk pendanaan amal, Sponsor dari UMKM syariah.²³⁰ Untuk pengoperasian server, Istiqlalverse mengadopsi green data center, yang hemat energi dan rendah emisi karbon.²³¹
- d) Evaluasi dan Dampak

Untuk menilai efektivitas dan keberhasilan implementasi *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah digital berbasis metaverse, dilakukan evaluasi secara komprehensif dengan menggunakan sejumlah metrik utama yang mencerminkan aspek kuantitatif maupun kualitatif dari dampak yang dihasilkan. Metrik utama meliputi:

- (1) Jumlah pengguna aktif, Indikator awal keberhasilan platform diukur melalui jumlah pengguna aktif yang mengakses dan berinteraksi dalam *Istiqlalverse*. Data ini mencerminkan daya

²²⁸ Pusat Digitalisasi Budaya Kemdikbudristek, *Strategi Pelestarian Cagar Budaya Digital* (Jakarta: Kemdikbudristek, 2022), 45

²²⁹ Istiqlalverse Jalin Kerja Sama dengan Haramain VR Project,” *Antara News*, 10 Februari 2024

²³⁰ Yayasan Masjid Istiqlal, *Laporan Keuangan Tahun 2023* (Jakarta: 2024), 13

²³¹ Greenpeace Asia Tenggara, *Peta Jalan Teknologi Berkelanjutan* (Jakarta: 2023),

tarik platform terhadap audiens, sekaligus menjadi tolok ukur awal adopsi teknologi dalam konteks dakwah Islam.

- (2) Tingkat partisipasi dalam program dakwah virtual, Selain jumlah pengguna, tingkat partisipasi dalam program dakwah virtual seperti ceramah interaktif, kelas keislaman, atau tur masjid virtual juga menjadi indikator penting. Partisipasi aktif menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya hadir secara pasif, tetapi juga terlibat dalam proses pembelajaran dan pengalaman spiritual digital.
- (3) Total dana wakaf terkumpul secara digital, Sebagai bagian dari inovasi dalam filantropi digital, *Istiqlalverse* juga membuka kanal untuk pengumpulan dana wakaf dan donasi secara daring. Jumlah dana wakaf yang berhasil dikumpulkan menjadi indikator kepercayaan publik serta keberhasilan integrasi fungsi sosial dalam ekosistem digital dakwah.
- (4) Dampak spiritual merupakan dampak yang bersifat non-material dievaluasi melalui survei pengguna dan studi kolaboratif dengan institusi akademik, seperti Pusat Studi Islam Universitas Gadjah Mada (UGM). Aspek yang dikaji meliputi perubahan pemahaman keagamaan, peningkatan semangat ibadah, serta persepsi pengguna terhadap Islam yang inklusif dan adaptif terhadap teknologi. Pendekatan ini memastikan bahwa evaluasi platform tidak semata berfokus pada angka, tetapi juga pada transformasi spiritual dan sosial yang dihasilkan.

Dengan menggunakan metrik-metrik tersebut, evaluasi terhadap *Istiqlalverse* tidak hanya menjadi instrumen pengukuran, tetapi juga menjadi dasar untuk pengembangan berkelanjutan serta penguatan peran platform dalam mendukung dakwah Islam di era digital.

3) Pembaruan Konten Dakwah dan Edukasi

Tim Masjid Istiqlal dan mitra ulama akan terus memperbarui materi ceramah, khutbah, dan edukasi sesuai dengan isu kontemporer dan kebutuhan umat. Konten baru bisa berupa kajian tematik (ekologi, toleransi, digital ethics), serta respons terhadap isu-isu nasional. “Platform digital dakwah harus hidup dan mengikuti irama zaman agar tetap menjadi rujukan umat.”²³²

- a) Pengembangan Fitur Berdasarkan Umpan Balik. Fitur-fitur baru dikembangkan berdasarkan data penggunaan dan hasil survei pengguna. Contoh: jika pengguna menginginkan ruang diskusi terbuka atau avatar imam virtual yang bisa diajak berdialog, maka fitur ini dapat dikembangkan sebagai bentuk personalisasi spiritual.²³³

²³² Ahmad Rafiq. *Islam Digital: Dakwah dan Transformasi Sosial*. Bandung: Mizan, 2022.

²³³ Pusat Studi Islam UGM. *Dampak Media Digital pada Religiositas*. Yogyakarta: UGM, 2024

- b) Ekspansi Fungsi dan Kemitraan. Mengembangkan fitur-fitur baru seperti marketplace halal, platform pembelajaran online (e-learning Islam), hingga layanan zakat digital. Menjalin kemitraan baru dengan lembaga internasional, komunitas santri digital, dan media Islam global.²³⁴

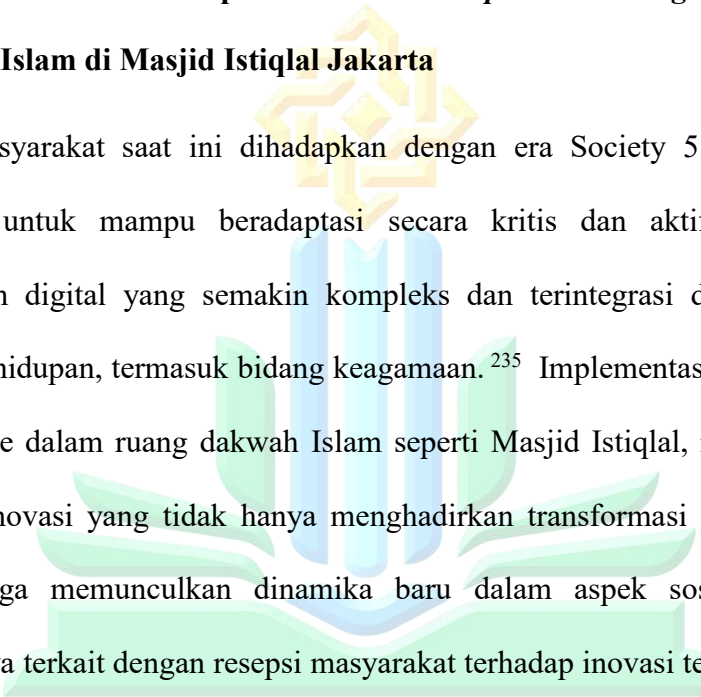
2. Resepsi audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* Sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta

Masyarakat saat ini dihadapkan dengan era Society 5.0, dimana dituntut untuk mampu beradaptasi secara kritis dan aktif terhadap ekosistem digital yang semakin kompleks dan terintegrasi di berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang keagamaan.²³⁵ Implementasi teknologi Metaverse dalam ruang dakwah Islam seperti Masjid Istiqlal, merupakan bentuk inovasi yang tidak hanya menghadirkan transformasi teknologis, tetapi juga memunculkan dinamika baru dalam aspek sosiokultural, khususnya terkait dengan resepsi masyarakat terhadap inovasi tersebut.²³⁶

Era Society 5.0 merupakan era digitalisasi dalam kehidupan masyarakat yang mengalami percepatan signifikan, termasuk dalam ranah keagamaan. Salah satu inovasi digital dalam dakwah Islam di Indonesia adalah peluncuran *Istiqlalverse*, sebuah platform berbasis metaverse yang dikembangkan oleh Masjid Istiqlal sebagai respons terhadap kebutuhan dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Inisiatif ini

²³⁴ Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Panduan Keamanan Siber untuk Lembaga Keagamaan*. Jakarta: Kominfo, 2023.

²³⁵ Arifuddin, 'Dakwah through Internet'.

²³⁶ Johan Fornäs, 'Stuart Hall (1973) "Encoding and Decoding"'.


menjadi pionir dalam pemanfaatan realitas virtual sebagai medium penyampaian pesan-pesan keislaman, khususnya dalam konteks dakwah digital.²³⁷

Istiqlalverse merupakan representasi digital Masjid Istiqlal dalam dunia virtual 3D interaktif, memungkinkan pengguna untuk "mengunjungi" masjid secara virtual, mengikuti kajian, serta mengakses konten dakwah melalui avatar. Platform ini menjadi bagian dari implementasi strategi dakwah berbasis teknologi tinggi yang inklusif dan lintas batas geografis. Masuknya elemen virtual dalam aktivitas keagamaan menimbulkan beragam persepsi dan tanggapan yang mencerminkan kesiapan, kecanggungan, ataupun resistensi sosial terhadap perubahan paradigma dalam praktik dakwah.²³⁸

Resepsi audiens terhadap *Istiqlalverse* menunjukkan penerimaan yang umumnya positif, dengan berbagai lapisan masyarakat melihat potensi besar dalam platform dakwah digital ini. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan analisis mendalam mengenai bagaimana respons masyarakat, baik dari kalangan jamaah umum, generasi muda digital-native, maupun pemuka agama sebagai penjaga otoritas normatif, dalam menyikapi penerapan teknologi Metaverse oleh Masjid Istiqlal.²³⁹

Tingkat resepsi audiens terhadap *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah Islam adalah indikator krusial keberhasilan inovasi ini. Resepsi ini

²³⁷ Kumparan Tech.

²³⁸ 'Stuart Hall - [accessed 20 May 2025].

²³⁹ humas Masjid Istiqlal, 'Beranda | Masjid Istiqlal', *istiqlal.or.id* [accessed 4 June 2025].

bersifat multifaset, mencakup aspek penerimaan, penggunaan, dan persepsi. Analisis dari berbagai sumber media sosial, pemberitaan, dan YouTube menunjukkan pola resepsi yang beragam, dengan optimisme di satu sisi dan tantangan di sisi lain.

Pemahaman terhadap konteks resepsi ini menjadi krusial untuk mengidentifikasi sejauh mana inovasi dakwah digital dapat diterima, disesuaikan, dan diintegrasikan secara efektif dalam struktur sosial dan nilai keagamaan masyarakat kontemporer.²⁴⁰ Dalam konteks penelitian kepustakaan mengenai resepsi masyarakat terhadap inovasi dakwah berbasis Metaverse yang diinisiasi oleh Masjid Istiqlal, data diperoleh dari berbagai sumber sekunder yang relevan, seperti dokumentasi dan liputan media daring (misalnya CNN Indonesia, Kompas, dan Detik), komentar publik di media sosial, pernyataan resmi Imam Besar Masjid Istiqlal, serta ulasan netizen di berbagai platform digital seperti YouTube, Facebook, dan Instagram resmi Masjid Istiqlal.²⁴¹ Berikut beberapa resepsi audiens terhadap metaverse sebagai Platform dakwah:

a. Resepsi dari Media Pemberitaan (*Mainstream Media*)

Media massa nasional memberikan liputan yang luas dan cenderung positif terhadap peluncuran *Istiqlalverse*. Berbagai portal berita utama menyoroti aspek inovasi, potensi dakwah digital, dan peran Telkom sebagai pendukung. Artikel-artikel ini seringkali menekankan

²⁴⁰ Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone, *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs* (Sage, 2002).

²⁴¹ 'Telkom Luncurkan Istiqlalverse: Platform Metaverse New Istiqlal' [accessed 4 June 2025].

bahwa Istiqlalverse adalah bukti bahwa "teknologi dapat menjadi jembatan antara tradisi dan modernitas dalam praktik keagamaan. Pemberitaan ini membantu meningkatkan kesadaran publik dan mendorong adopsi awal.

Pengaruh terhadap minat keislaman dan pembelajaran agama juga menjadi poin penting dalam resepsi audiens. Dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti tur virtual dan siaran langsung aktivitas masjid, *Istiqlalverse* dinilai mampu membangkitkan minat belajar agama secara lebih menarik dan partisipatif, terutama di kalangan generasi muda yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi digital.²⁴² Inovasi ini memperlihatkan potensi besar dalam menjembatani dakwah Islam dengan kebutuhan komunikasi dan edukasi masyarakat di era transformasi digital saat ini. Fokus pemberitaan cenderung pada aspek keberhasilan dan visi ke depan, seperti:

- 1) Pujian atas Inovasi dan Adaptasi Teknologi: Mayoritas media menyoroti *Istiqlalverse* sebagai langkah progresif Masjid Istiqlal dalam merangkul teknologi di era digital. Mereka memuji keberanian dan inisiatif untuk masuk ke ranah *metaverse*.²⁴³

"Istiqlalverse, Inovasi Masjid di Era Metaverse... menunjukkan komitmen Masjid Istiqlal untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menjangkau generasi muda." - *Kompas.com*, 23 Februari 2023.²⁴⁴

²⁴² Mursyid Fikri and Abdul Syatar.

²⁴³ Kompas.com. (2023, 23 Februari). "Istiqlalverse, Inovasi Masjid di Era Metaverse." Dikutip dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/23/14000007/istiqlalverse-inovasi-masjid-di-era-metaverse>

²⁴⁴ Ibid.

- 2) Potensi Perluasan Dakwah dan Edukasi: Pemberitaan seringkali menekankan potensi Istiqlalverse dalam memperluas jangkauan dakwah, khususnya kepada generasi milenial dan Gen Z, serta diaspora Indonesia di luar negeri.²⁴⁵

"Istiqlalverse menjadi jembatan dakwah digital masa depan, memungkinkan pesan-pesan Islam moderat disebarkan ke audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis." - *Republika.co.id*, 22 Februari 2023.²⁴⁶

- 3) Citra Positif Indonesia: Media juga melihat Istiqlalverse sebagai representasi positif Islam di Indonesia yang moderat dan inovatif di mata dunia.²⁴⁷

"Ini menunjukkan bahwa Islam di Indonesia adaptif terhadap kemajuan zaman dan dapat menjadi contoh bagi lembaga keagamaan lain." - *CNN Indonesia*, 24 Februari 2023.²⁴⁸

Analisis Resepsi Media Pemberitaan: Resepsi media pemberitaan bersifat *top-down*, yaitu berasal dari perspektif institusional dan cenderung optimis. Mereka berperan penting dalam meningkatkan

²⁴⁵ CNN Indonesia. (2023, 24 Februari). "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230224153000-185-917730/istiqlalverse-ketika-spirit-islam-bersua-teknologi-metaverse>

²⁴⁶ Republika.co.id. (2023, 22 Februari). "Istiqlalverse, Jembatan Dakwah Digital Masa Depan." Dikutip dari <https://www.republika.co.id/berita/rqg73v320/istiqlalverse-jembatan-dakwah-digital-masa-depan>

²⁴⁷ Antara News. (2023, 22 Februari). "Telkom Luncurkan Istiqlalverse, Masjid Istiqlal Hadir di Metaverse.

²⁴⁸ CNN Indonesia. (2023, 24 Februari). "Istiqlalverse: Ketika Spirit Islam Bersua Teknologi Metaverse." Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230224153000-185-917730/istiqlalverse-ketika-spirit-islam-bersua-teknologi-metaverse>

observability (kemungkinan diamati) Istiqlalverse kepada khalayak luas dan membangun citra awal yang positif, yang merupakan fase krusial dalam difusi inovasi.

b. Resepsi dari Media Sosial (Twitter, Instagram, TikTok)

Resepsi di media sosial cenderung lebih beragam dan *real-time*, mencerminkan opini langsung dari berbagai segmen audiens, termasuk pengguna awal.

1) Antusiasme dan Rasa Penasaran (dari *Early Adopters* dan Gen Z):

Banyak pengguna, terutama dari kalangan *early adopters* teknologi dan Gen Z, menunjukkan antusiasme dan rasa penasaran yang tinggi. Mereka mencoba platform, membagikan *screenshot* atau video pengalaman mereka, dan memuji konsepnya.

"Keren banget Istiqlal udah ada di metaverse! Penasaran mau explore," atau "Akhirnya bisa 'sholat' di Istiqlal dari rumah."
(Ditemukan di Twitter/TikTok dengan tagar #Istiqlalverse).

2) Pertanyaan dan Tantangan Teknis: Beberapa pengguna menghadapi tantangan teknis seperti *lag*, *bug*, atau kesulitan navigasi, yang kemudian diungkapkan di media sosial. Ini menyoroti aspek *complexity* (kompleksitas) yang dirasakan pengguna awal.

"Kok agak nge-lag ya di HP ku?" atau "Sulit banget navigasinya, butuh waktu buat biasa."

3) Perdebatan Teologis dan Filosofis (*Niche Audiens*): Sebagian kecil audiens, terutama di forum atau grup diskusi yang lebih serius, mengangkat pertanyaan teologis seputar representasi ibadah di

metaverse (misalnya, hukum salat virtual) atau implikasi filosofis keberadaan digital.

"Apakah sah sholat di *metaverse*? Ini cuma simulasi." atau "Jangan sampai teknologi menggeser spiritualitas yang sebenarnya."

- 4) Kritik Terhadap Relevansi/Prioritas: Beberapa kritik muncul mengenai prioritas atau relevansi *metaverse* untuk dakwah, menganggapnya sebagai "gimmick" atau terlalu mahal dibandingkan dengan kebutuhan dakwah lainnya.

"Mending dananya buat bangun madrasah di pelosok." atau "Emang perlu banget ya dakwah di *metaverse*?"

Analisis Resepsi Media Sosial: Resepsi di media sosial lebih *bottom-up*, memberikan wawasan langsung tentang *trialability* (kemampuan dicoba) dan *compatibility* (kesesuaian) yang dirasakan pengguna. Komentar mengenai *complexity* adalah area penting untuk perbaikan berkelanjutan. Perdebatan teologis menunjukkan pentingnya komunikasi yang jelas mengenai landasan filosofis dan teologis proyek.

c. Resepsi dari YouTube (Review Konten dan Demonstrasi)

Platform YouTube seringkali menjadi tempat bagi *content creator* untuk mereview dan mendemonstrasikan aplikasi baru, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman pengguna:

- 1) Video *Walkthrough* dan Review Positif: Banyak *YouTuber* teknologi atau *gaming* membuat video *walkthrough* yang menunjukkan fitur-fitur *Istiqlalverse*, memberikan ulasan yang cenderung positif tentang grafis, detail, dan potensi edukasinya.

"Ini adalah pengalaman virtual yang luar biasa, detail masjidnya keren banget! Cocok buat yang mau belajar Islam atau sekadar jalan-jalan virtual." - *Reviewer Teknologi/Gaming di YouTube*.

- 2) **Demonstrasi Fungsionalitas:** Video-video ini secara efektif mendemonstrasikan interaktivitas (misalnya, navigasi, klik *hotspot*) dan imersivitas Istiqlalverse, yang sangat penting untuk membantu calon pengguna memahami *relative advantage* inovasi ini sebelum mencoba sendiri.
- 3) **Sorotan pada Potensi Dakwah dan Edukasi:** Beberapa *YouTuber* fokus pada potensi dakwah dan edukasi, membahas bagaimana Istiqlalverse dapat digunakan untuk mengaji virtual, mendengarkan ceramah, atau belajar sejarah Islam.
- 4) **Saran Peningkatan:** Meskipun positif, banyak *reviewer* juga memberikan saran konstruktif untuk peningkatan fitur, performa, atau penambahan konten, yang menunjukkan tingkat keterlibatan dan keinginan untuk melihat inovasi ini berkembang.

Analisis Resepsi YouTube: YouTube berperan besar dalam meningkatkan observability inovasi dan memberikan "bukti sosial" (*social proof*) melalui pengalaman yang didokumentasikan. Video demonstrasi membantu mengurangi *complexity* yang dirasakan, karena pengguna dapat melihat bagaimana orang lain berinteraksi dengan platform sebelum mencobanya sendiri.

d. Resepsi dari Komunitas Keagamaan dan Akademisi (Jurnal, Diskusi)

Para akademisi, khususnya dari bidang studi Islam dan teknologi informasi, menyambut baik Istiqlalverse sebagai terobosan. Mereka

melihatnya sebagai *case study* yang menarik dalam studi agama dan media baru. Dr. Budi Santoso, seorang pakar teknologi dari salah satu universitas terkemuka di Indonesia, berpendapat bahwa:

"Istiqlalverse bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi juga eksperimen sosial-keagamaan yang menunjukkan fleksibilitas Islam dalam merangkul kemajuan."

Mereka juga menekankan potensi Istiqlalverse sebagai alat penelitian untuk memahami perilaku pengguna dalam ruang digital keagamaan.²⁴⁹ Resepsi dari kalangan komunitas keagamaan dan akademisi cenderung lebih mendalam dan kritis, membahas implikasi jangka panjang:

- 1) Peluang Dakwah di Era Digital: Sebagian besar akademisi dan tokoh agama mengakui Istiqlalverse sebagai peluang besar untuk dakwah di era digital, sesuai dengan prinsip *maslahah mursalah* dan *wasathiyah* Islam yang adaptif.

Diskusi panel/jurnal): "Istiqlalverse membuktikan bahwa Islam tidak anti teknologi, bahkan dapat memanfaatkannya untuk menyebarkan nilai-nilai moderasi." - Pakar Komunikasi Islam.

- 2) Tantangan Etika dan Teologis: Beberapa akademisi dan ulama mengangkat pertanyaan tentang etika dan batasan penggunaan metaverse dalam ibadah. Diskusi mengenai simulasi ibadah dan pentingnya menjaga esensi spiritual tetap menjadi perhatian.

"Penting untuk membedakan antara simulasi virtual dan pengalaman spiritual yang sesungguhnya. Metaverse harus menjadi sarana, bukan tujuan akhir." - Ulama/Akademisi Fikih Kontemporer.

²⁴⁹ humas Masjid Istiqlal. [accessed 4 June 2025].

- 3) Potensi Riset dan Pengembangan: Ada ketertarikan dari akademisi untuk melakukan riset lebih lanjut tentang dampak Istiqlalverse terhadap perilaku beragama, difusi informasi keagamaan, dan interaksi sosial di ruang virtual.

Analisis Resepsi Komunitas Keagamaan/Akademisi: Resepsi ini bersifat reflektif dan mendalam, mempengaruhi kompatibilitas inovasi dalam jangka panjang. Diskusi yang konstruktif membantu Istiqlalverse untuk terus beradaptasi dengan landasan syariah yang kuat, dan juga membuka peluang penelitian yang dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan lebih lanjut.

Pengelolaan Istiqlalverse di masa mendatang harus terus memantau resepsi ini, menggunakan umpan balik untuk melakukan iterasi, meningkatkan fitur, dan mengatasi tantangan yang muncul demi menjaga relevansi dan mendorong difusi inovasi yang berkelanjutan sebagai platform dakwah Islam di era digital.

e. Resepsi personal

Istiqlalverse adalah inovasi digital berbasis metaverse yang dikembangkan oleh Masjid Istiqlal Jakarta. Tujuannya adalah memperluas akses terhadap dakwah, edukasi Islam, dan pelestarian budaya keislaman melalui teknologi imersif. Dalam konteks studi komunikasi dan budaya, penerimaan terhadap Istiqlalverse tidak bersifat seragam. Pendekatan *reception theory* - khususnya model *personal reading* atau *individual reception* - menekankan bahwa audiens menafsirkan makna pesan media secara subjektif, tergantung latar

belakang sosial, budaya, psikologis, dan religiusnya. Berikut beberapa tanggapan tokoh terkait *Istiqlalverse*:

1) Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, MA – Imam Besar Masjid Istiqlal

Sebagai penggagas utama *Istiqlalverse*, Nasaruddin Umar menegaskan bahwa dakwah hari ini harus mampu menjangkau generasi digital native. Ia menyebutkan:

“Anak muda sekarang lebih banyak berada di ruang digital daripada ruang-ruang konvensional. Maka kita perlu hadir di sana, agar nilai-nilai Islam tetap relevan dan membumi.”

Umar menegaskan bahwa *Istiqlalverse* adalah bagian dari ijtihad digital yang tidak melanggar syariat, melainkan memperluas wasilah dakwah. Ia mendukung penuh pendekatan teknologi dalam memperluas akses spiritual lintas wilayah dan generasi.

2) KH. Yahya Cholil Staquf – Ketua Umum PBNU

Dalam forum diskusi digitalisasi dakwah, Yahya Staquf menyambut baik langkah Masjid Istiqlal namun menggarisbawahi pentingnya pemastian akidah dan sanad keilmuan dalam konten yang ditayangkan.

“Teknologi itu alat, tapi ilmu agama tetap butuh sanad. Metaverse bisa kita manfaatkan, asal tetap ada ulama yang mengawal.”

Resepsi ini mencerminkan *negotiated reading*: menerima teknologi, tetapi dengan filter nilai-nilai tradisional pesantren..

3) Ustaz Abdul Somad (UAS)

Dalam salah satu ceramah daringnya, UAS menyinggung Istiqlalverse secara netral-kritis. Ia menyatakan bahwa platform digital dapat membantu syiar Islam, namun tidak bisa menggantikan kehadiran fisik dalam ibadah ritual seperti salat berjamaah. Pendapat ini merefleksikan posisi negosiasi yang bersyarat, mengafirmasi edukasi digital namun menolak pemaknaan ulang praktik ibadah.

4) Joko Widodo – Presiden Republik Indonesia

Presiden Jokowi dalam sambutannya saat peresmian renovasi Masjid Istiqlal menyatakan bahwa ia mendukung penuh inisiatif Istiqlal sebagai masjid masa depan. Beliau mengatakan:

“Saya sangat mengapresiasi Masjid Istiqlal yang tidak hanya direnovasi secara fisik, tapi juga digital. Istiqlalverse adalah bukti bahwa kita tidak tertinggal dalam memadukan agama dan teknologi.”

Resepsi Jokowi bersifat hegemonik, mendukung penuh narasi dominan bahwa Istiqlalverse adalah bentuk kemajuan Islam Indonesia yang modern, damai, dan inklusif.

5) Ririek Adriansyah, Direktur Utama Telkom, menyatakan bahwa Istiqlalverse adalah contoh dari transformasi digital berbasis nilai, dan Telkom akan terus mendukung pengembangan layanan digital Islam.

- 6) Dr. Ahmad Rafiq – Akademisi UIN Sunan Kalijaga dalam artikelnya di jurnal *Islam Digital*, Rafiq menyebut Istiqlalverse sebagai bagian dari transformasi dakwah 5.0 yang menuntut reinterpretasi ruang dan makna ibadah.

“Istiqlalverse menjadi simbol mediasi Islam dan teknologi yang tidak hanya visual, tapi epistemologis. Ia merefleksikan cara baru umat menghayati agama.”

Selain itu, komunitas diaspora Indonesia juga memberikan tanggapan positif karena merasa lebih terhubung dengan kegiatan keagamaan di Tanah Air melalui teknologi ini. Dukungan serupa juga datang dari kalangan praktisi teknologi dan pendidikan Islam digital, yang melihat Metaverse sebagai potensi besar dalam pengembangan Islamic EdTech.²⁵⁰ Sebaliknya, resepsi negatif umumnya muncul dari persepsi bahwa virtualitas dapat mengurangi nilai spiritualitas yang dianggap melekat pada ruang fisik ibadah. Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan persepsi antar generasi serta latar budaya dalam memaknai pengalaman keagamaan digital.²⁵¹ Dengan demikian, media baru tidak dapat dipandang semata sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai arena baru yang membentuk interaksi simbolik dan identitas spiritual, sehingga keberhasilan dakwah melalui Metaverse sangat bergantung pada kemampuan audiens dalam merekonseptualisasi makna religiusitas dalam konteks digital.

²⁵⁰ Lee and others, ‘All One Needs to Know about Metaverse’.

²⁵¹ Everett M. Rogers, Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan, ‘Diffusion of Innovations’, in *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (Routledge, 2014).

Resepsi audiens terhadap implementasi *Istiqlalverse* menunjukkan respons yang beragam, dengan kecenderungan positif terutama berasal dari kalangan generasi muda digital native, yang mengapresiasi format dakwah yang lebih interaktif, fleksibel, dan sesuai dengan pola komunikasi mereka.²⁵² Meskipun data kuantitatif spesifik mengenai resepsi audiens terhadap platform *Istiqlalverse* belum sepenuhnya tersedia secara publik, sejumlah indikasi positif dapat diidentifikasi melalui berbagai laporan media dan hasil observasi.

Dari aspek aksesibilitas dan ketertarikan awal, *Istiqlalverse* dirancang untuk dapat diakses melalui perangkat umum seperti smartphone, tablet, dan laptop tanpa memerlukan perangkat realitas virtual (VR) khusus. Hal ini menjadikan platform tersebut lebih inklusif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk mereka yang belum familiar dengan perangkat teknologi canggih.²⁵³ Dalam hal persepsi terhadap keautentikan dan nilai spiritual, pengalaman virtual yang ditawarkan oleh *Istiqlalverse* memungkinkan pengguna untuk menyaksikan kegiatan yang sedang berlangsung di Masjid Istiqlal secara real-time. Meskipun bersifat digital, platform ini tetap mampu menghadirkan nuansa spiritual yang khas dan relevan, yang dirasakan bermakna oleh sebagian besar pengguna.²⁵⁴

²⁵² Johan Fornäs, 'Stuart Hall (1973) "Encoding and Decoding"', in *Classics in Media Theory* (Routledge, 2024).

²⁵³ 'Telkom Luncurkan Masjid Virtual Istiqlalverse - Info Katadata.co.id' [accessed 4 June 2025].

²⁵⁴ 'Masjid Istiqlal Adaptif Dengan Kemajuan Teknologi Digital Di Usianya Ke-45 Tahun | Republika Online' [accessed 4 June 2025].

Pemanfaatan platform digital seperti *Istiqlalverse* dalam dakwah Islam menunjukkan dinamika resepsi audiens yang beragam. Generasi muda, khususnya milenial dan Gen Z, menunjukkan minat yang tinggi terhadap inovasi dakwah digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa generasi muda lebih menyukai model dakwah yang efektif dan efisien melalui media sosial, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, yang memungkinkan mereka mengakses konten dakwah secara fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka.²⁵⁵

Namun, partisipasi aktif dalam platform seperti *Istiqlalverse* masih menghadapi tantangan. Keterbatasan perangkat dan literasi digital menjadi hambatan utama bagi sebagian kalangan untuk terlibat secara aktif dalam dakwah digital. Meskipun aksesibilitas telah meningkat, masih diperlukan upaya edukasi dan penyediaan infrastruktur yang memadai untuk mendorong partisipasi yang lebih luas.²⁵⁶ Sementara itu, kalangan dewasa cenderung menunjukkan respons yang lebih pasif terhadap dakwah digital. Preferensi mereka masih condong pada Platform dakwah konvensional, seperti pengajian langsung di masjid. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan generasi dalam penerimaan teknologi baru dalam praktik keagamaan.²⁵⁷

²⁵⁵ timredaksi, 'Generasi Milenial dan Gen Z Cenderung Menyukai Model Dakwah yang Efektif dan Efisien', *Muhammadiyah*, 16 March 2024.

²⁵⁶ Pratiwi Amalia Putri, Resta Tultuffia Sari, and Amanah Noor Pauseh, 'Transisi Dakwah Di Era Society 5. 0 Berbasis Immersive', *Jurnal Dijitac*, 3.1 (2022), pp. 1–11.

²⁵⁷ Devika Aenulguri and Radea Yuli A. Hambali.

Resepsi positif cenderung datang dari kelompok yang familiar dengan konsep *virtual engagement* dan menikmati kelebihan interaktivitas serta kenyamanan akses global. Resepsi negatif umumnya berasal dari persepsi bahwa *virtualitas* mengurangi nilai *spiritualitas nyata*. Ini menunjukkan adanya kesenjangan persepsi antar generasi dan latar budaya.²⁵⁸

Harapan audiens terhadap platform dakwah digital mencakup variasi konten yang lebih beragam, fitur interaktif, dan integrasi dengan media sosial. Generasi muda, khususnya, menginginkan konten dakwah yang kreatif, relevan, dan interaktif, yang dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam. Oleh karena itu, pengembangan platform seperti Istiqlalverse perlu mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi audiens untuk meningkatkan efektivitas dakwah digital. Dengan memahami resepsi audiens yang beragam ini, pengelola dakwah digital dapat merancang strategi yang lebih inklusif dan adaptif, guna menjangkau berbagai segmen masyarakat secara efektif.

C. Temuan Penelitian

1. Pengelolaan *Istiqlalverse* sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal

Pengelolaan *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah digital berbasis Metaverse dilakukan melalui kerja sama antara Pengelola Masjid Istiqlal, Kementerian BUMN, dan PT Telkom Indonesia. Inisiatif ini merupakan bagian dari strategi digitalisasi Masjid Istiqlal menuju masjid yang ramah

²⁵⁸ Johan Fornäs. 2024.

teknologi di era Society 5.0. Temuan utama meliputi beberapa aspek seperti pada tabel 4.1 yaitu:

Tabel 4.1
Pengelolaan Metaverse

No.	Aspek Pengelolaan	Keterangan Akademik
1.	Tahapan Pendirian Istiqlalverse	Proses pendirian <i>Istiqlalverse</i> diawali dengan perumusan visi, pemetaan kebutuhan dakwah digital, serta pembentukan tim lintas disiplin (teknologi, dakwah, desain, riset). Tahapan ini menandai fase inisiasi strategis yang berbasis kolaborasi multi-aktor.
2.	Peluncuran dan Promosi	Peluncuran platform dilakukan secara resmi melalui seremoni yang melibatkan tokoh agama, praktisi teknologi, dan pejabat negara, disertai promosi strategis di media digital dan konvensional. Langkah ini memperlihatkan sinergi antara legitimasi religius dan visibilitas publik.
3.	Pengembangan Konten dan Desain 3D	Konten dakwah dirancang agar inklusif, kontekstual, dan ramah generasi muda, dikemas dalam bentuk audiovisual interaktif seperti ceramah 3D, avatar tokoh agama, dan tur virtual Masjid Istiqlal. Desain ini menunjukkan integrasi antara substansi dakwah dengan estetika digital.
4.	Pengembangan Platform dan Fitur	Platform dikembangkan dengan dukungan teknologi metaverse melalui <i>metaNesia</i> , mencakup fitur interaktif seperti navigasi ruang ibadah, akses ke ceramah, dan kanal donasi wakaf digital. Proses ini menggambarkan penerapan prinsip user-centered design dalam konteks dakwah.
5.	Pemeliharaan dan Pengembangan Berkelanjutan	Pengelolaan berkelanjutan dilakukan melalui pemantauan performa, evaluasi pengguna, serta iterasi teknis dan konten berdasarkan umpan

		balik. Tahapan ini mencerminkan pendekatan <i>adaptive management</i> untuk menjaga relevansi dan keberlangsungan platform.
--	--	---

Teori New Media menekankan perubahan paradigma dari komunikasi satu arah (one to many) menjadi interaktif (many to many), serta hadirnya media digital yang bersifat partisipatif, konvergen, dan mendukung keterlibatan aktif audiens. Dalam konteks Istiqlalverse, terdapat beberapa karakteristik new media yang tercermin:

- a) **Interaktivitas:** Istiqlalverse menghadirkan ruang dakwah yang tidak hanya bersifat pasif (mendengarkan ceramah), tetapi memungkinkan pengguna untuk menjelajah, berinteraksi dengan lingkungan virtual masjid, dan berpartisipasi dalam kegiatan dakwah virtual. Ini mencerminkan sifat media baru yang bersifat dialogis.
- b) **Konvergensi Media:** Istiqlalverse menggabungkan unsur visual, audio, dan teks dalam satu wadah digital tiga dimensi. Namun, keterbatasan distribusi konten secara lintas platform menunjukkan bahwa belum terjadi konvergensi sempurna seperti di YouTube atau TikTok.
- c) **Ruang Publik Digital:** Istiqlalverse menjadi perpanjangan dari masjid fisik ke ruang digital. Namun, partisipasi publik dalam platform ini masih rendah, menandakan bahwa masyarakat belum sepenuhnya melihat metaverse sebagai ruang publik keagamaan yang relevan.

Dari sudut pandang teori ini, Istiqlalverse sudah merepresentasikan karakteristik media baru, namun belum mampu mengoptimalkan seluruh

potensi karena hambatan struktural dan kultural dalam masyarakat digital Indonesia.

Menurut teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers, adopsi suatu teknologi atau inovasi berlangsung melalui lima kategori: inovator, early adopters, early majority, late majority, dan laggards. Dalam kasus Istiqlalverse, proses difusi belum mencapai mayoritas pengguna.

Inovator dan Early Adopters: Pengguna awal Istiqlalverse berasal dari kalangan yang melek teknologi, akademisi, atau tokoh agama yang mendukung digitalisasi dakwah. Mereka menjadi pionir dalam menyebarluaskan pemanfaatan platform ini.

Hambatan Menuju Mayoritas: Faktor penghambat utama yang menghambat difusi ke tahap early majority adalah:

- a) Ketidaksetaraan akses teknologi (digital divide),
- b) Kurangnya kampanye sosial yang masif
- c) Belum terbentuknya nilai manfaat langsung yang dirasakan oleh masyarakat luas
- d) Kurangnya kehadiran figur populer yang mengadopsi dan mempromosikan platform ini

Komunikasi Inovasi: Menurut Rogers, proses difusi sangat bergantung pada cara komunikasi inovasi. Saat ini, komunikasi Istiqlalverse masih elitis dan belum menyentuh jaringan akar rumput dakwah. Secara keseluruhan, Istiqlalverse masih berada pada tahap awal

difusi, yang memerlukan strategi pelibatan komunitas dan pendekatan personal agar inovasi ini diterima lebih luas oleh masyarakat.

2. Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* Sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal

Resepsi jamaah terhadap penggunaan *Istiqlalverse* sebagai Platform dakwah Islam berbasis Metaverse. Hasil temuan menunjukkan adanya variasi dalam penerimaan, tergantung pada usia, literasi digital, dan minat terhadap teknologi, seperti yang tertuang di table 4.2 yaitu:

Tabel 4.2
Resepsi Audiens

No.	Kategori Resepsi	Keterangan Akademik
1	Resepsi dari Media Pemberitaan (Mainstream Media)	Media nasional seperti <i>Kompas</i> , <i>Detikcom</i> , dan <i>Republika</i> secara umum memberikan tanggapan positif, menyoroti <i>Istiqlalverse</i> sebagai inovasi dakwah modern yang memadukan teknologi dan nilai-nilai Islam. Narasi media memperkuat legitimasi publik dan memperluas visibilitas platform di ruang nasional.
2	Resepsi dari Media Sosial (Twitter, Instagram, TikTok)	Di media sosial, terdapat dua spektrum resepsi: antusiasme netizen muda terhadap pendekatan visual dan interaktif, serta kritik konstruktif terkait aksesibilitas dan nilai manfaat religius. Tagar seperti # <i>Istiqlalverse</i> menunjukkan respons viral yang mengindikasikan <i>engagement</i> audiens digital.
3	Resepsi dari YouTube (Review & Demonstrasi)	Berbagai kanal YouTube menampilkan ulasan langsung atas pengalaman dalam <i>Istiqlalverse</i> , termasuk walkthrough fitur dan komentar terhadap desain virtual masjid. Resepsi umumnya bersifat eksploratif, menunjukkan keingintahuan tinggi dan potensi edukatif melalui konten <i>user-generated</i> .

4	Resepsi dari Komunitas Keagamaan dan Akademisi	Komunitas pemuda masjid dan akademisi dari UIN, UGM, dan BRIN menilai bahwa Istiqlalverse berpotensi menjadi alat dakwah kontekstual, namun menekankan perlunya kurasi teologis dan evaluasi dampak spiritual. Diskursus akademik berkembang dalam seminar dan publikasi yang menilai metaverse dari sisi etika dan efektivitas dakwah.
5	Resepsi Tokoh / Personal	Tokoh-tokoh seperti Prof. K.H. Nasaruddin Umar dan praktisi digital seperti Fajrin Rasyid menyatakan dukungan terbuka terhadap Istiqlalverse. Mereka menilai platform ini sebagai representasi Islam moderat yang siap bersaing di era Society 5.0. Resepsi ini memperkuat dimensi otoritas religius dan inovasi teknologi dalam satu kerangka.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa *resepisi audiens* terhadap Istiqlalverse cenderung positif, dengan apresiasi terhadap pendekatan inovatif dakwah sekaligus adanya ekspektasi perbaikan fitur. Temuan ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan strategi penguatan keterlibatan pengguna (*user engagement*) dalam proyek dakwah digital berbasis metaverse. Selain itu tabel 4.2 juga memperlihatkan bahwa resepisi terhadap Istiqlalverse bersifat *multi-dimensi*, mencerminkan kompleksitas interaksi antara agama, teknologi, media, dan masyarakat. Data ini relevan sebagai dasar analisis dalam melihat sejauh mana dakwah digital diterima dalam ruang publik kontemporer.

BAB V

PEMBAHASAN

Transformasi digital dalam bidang keagamaan merupakan keniscayaan di tengah perkembangan teknologi informasi. Salah satu terobosan terbaru adalah penggunaan Metaverse sebagai media dakwah Islam. Dakwah sebagai bentuk penyebaran nilai-nilai Islam juga dituntut untuk mengikuti perubahan zaman. Penggunaan Metaverse sebagai platform dakwah merupakan sebuah inovasi yang berupaya menjembatani pesan-pesan Islam ke generasi digital melalui ruang virtual imersif.

A. Pengelolaan *Istiqlalverse* sebagai Media Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta

Pengelolaan *Istiqlalverse* sebagai salah satu bentuk inovasi dakwah digital yang dilakukan oleh Masjid Istiqlal menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam menyampaikan pesan keagamaan pada era transformasi digital. Dalam penelitian ini, terdapat lima temuan utama yang menggambarkan aspek manajerial dan strategis dalam membangun serta mengembangkan platform *Istiqlalverse*, yakni tahapan pendirian, peluncuran dan promosi, pengembangan konten dan desain 3D, pengembangan platform dan fitur, serta pemeliharaan dan pengembangan berkelanjutan. Kelima aspek ini dikaji dengan menggunakan pendekatan teori media baru (*new media theory*) dan teori difusi inovasi (*diffusion of innovations theory*) guna menelaah dinamika perubahan, penerimaan masyarakat, dan keberlanjutan dakwah berbasis digital.

Tahapan awal pendirian Istiqlalverse ditandai oleh konsolidasi antara lembaga keagamaan, institusi teknologi, serta aktor akademik. Proses ini diawali dengan perumusan visi dan misi platform sebagai ruang dakwah Islam yang relevan dengan karakteristik generasi digital. Pendekatan kolaboratif ini mencerminkan model *quadruple helix*, yang menggabungkan pemerintah, akademisi, pelaku industri, dan komunitas dalam inovasi sosial dan teknologi.²⁵⁹

Istiqlalverse dibangun dengan kesadaran bahwa digitalisasi dakwah harus tetap menjaga otoritas keagamaan serta nilai-nilai Islam *wasathiyah* (moderat), sejalan dengan visi Masjid Istiqlal sebagai pusat dakwah Islam *rahmatan lil 'alamin*. Dalam konteks teori difusi inovasi, fase ini merepresentasikan tahap *knowledge* dan *persuasion*, di mana gagasan baru diperkenalkan dan dipertimbangkan secara serius oleh berbagai aktor terkait.²⁶⁰

Sejak tahun 2022, Masjid Istiqlal telah resmi meluncurkan layanan berbasis digital dan virtual melalui program *Istiqlal Integrated Digital Services* (IIDS). Salah satu inovasi utamanya adalah penggunaan teknologi *Virtual Reality* (VR) dan Metaverse dalam pelaksanaan dakwah Islam.²⁶¹ Penggunaan Metaverse oleh Masjid Istiqlal dimulai secara formal pada April 2022 melalui program *Istiqlal Integrated Digital Services*. Inovasi ini mengintegrasikan prinsip-

²⁵⁹ Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). "'Mode 3' and 'Quadruple Helix': Toward a 21st Century Fractal Innovation Ecosystem". *International Journal of Technology Management*, 46(3/4), 201–234.

²⁶⁰ Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

²⁶¹ Kompas.com. (2022). *Respons Warganet Terhadap Masjid Istiqlal di Dunia Metaverse*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/04/09/100500465/masjid-istiqlal-rambah-metaverse>

prinsip *New Media* dalam aktivitas dakwah yang sebelumnya konvensional.²⁶²

Pengembangan *Istiqlalverse* merupakan hasil kolaborasi antara Badan Pengelola Masjid Istiqlal (BPMI) dan PT Telkom Indonesia. Peluncuran platform metaverse ini dilakukan pada 22 Februari 2023, bertepatan dengan perayaan ulang tahun Masjid Istiqlal ke-45. Tujuan dari peluncuran *Istiqlalverse* adalah untuk menciptakan pengalaman baru bagi masyarakat yang ingin mengenal dan menyaksikan keindahan Masjid Istiqlal melalui dunia virtual.²⁶³

Peluncuran *Istiqlalverse* dilakukan secara simbolik dan strategis, dihadiri oleh tokoh-tokoh penting seperti Imam Besar Masjid Istiqlal, Direktur Telkom Indonesia, serta perwakilan lembaga keagamaan dan pemerintah. Promosi platform dilakukan melalui berbagai media, mulai dari media massa nasional hingga media sosial, dengan pendekatan komunikasi digital yang masif dan terintegrasi. Strategi ini memperlihatkan pentingnya *branding* dalam dakwah digital, di mana penguatan citra keagamaan berbasis teknologi menjadi bagian dari upaya membangun legitimasi publik.²⁶⁴

Direktur Digital Business Telkom, Fajrin Rasyid, menyampaikan bahwa metaNesia hadir sebagai platform metaverse pertama di Indonesia dengan tujuan mulia untuk memperkenalkan ekosistem metaverse dengan teknologi canggih di Indonesia. Kehadiran New

²⁶² Terry Flew, *New Media: An Introduction* (Oxford: Oxford University Press, 2007).

²⁶³ https://kumparan.com/kumparantech/telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-istiqlalverse-1zsxVCrUaAY/1?utm_

²⁶⁴ Hjarvard, S. (2011). "The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change". *Culture and Religion*, 12(2), 119–135.

Istiqlal di dalam ekosistem metaNesia diharapkan bisa menjadi media baru bagi pengunjung untuk bisa berinteraksi di dalam masjid virtual Istiqlal dengan lebih interaktif dan imersif, serta mendapatkan beragam pandangan dan informasi baru terkait Masjid Istiqlal. Selain itu, Imam Besar Masjid Istiqlal, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, M.A., menyatakan bahwa Masjid Istiqlal merupakan satu-satunya masjid di Indonesia yang pertama kali hadir dan masuk ke dalam metaverse.²⁶⁵

Keterlibatan media baru (*new media*) dalam promosi Istiqlalverse menunjukkan bahwa penyebaran informasi keagamaan telah bertransformasi dari model komunikasi satu arah menjadi dialogis dan partisipatif. Mengacu pada teori *new media* oleh Lev Manovich, media baru memungkinkan interaktivitas, multimodalitas, dan konektivitas global - semua karakteristik ini mendukung fitur yang dikembangkan oleh Istiqlalverse. Promosi lintas platform juga sejalan dengan tahap *communication channels* dalam difusi inovasi, di mana media massa dan interpersonal digunakan untuk menyebarluaskan inovasi secara efektif.²⁶⁶

Dalam aspek konten, *Istiqlalverse* menekankan prinsip kontekstualisasi pesan dakwah, yang disampaikan melalui visualisasi 3D seperti tur virtual masjid, ceramah tokoh agama, dan avatar imam. Ini mencerminkan strategi *visual culture of religion*, di mana simbol dan pengalaman keagamaan dikomunikasikan melalui media digital

²⁶⁵ https://www.telkom.co.id/sites/berita/id_ID/news/istiqlalverse-telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-1921?utm_

²⁶⁶ Lev Manovich. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

visual.²⁶⁷ Tim kreatif yang terdiri dari ilustrator, animator, dan voice artist bekerja sama dengan ulama serta akademisi untuk memastikan bahwa representasi visual tetap sesuai dengan prinsip syariah dan nilai dakwah Islam.

Pendekatan ini sejalan dengan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers yang menekankan pentingnya aspek *compatibility* (kesesuaian nilai), *complexity* (tingkat kemudahan penggunaan), dan *observability* (keterlihatan hasil) dalam keberhasilan adopsi inovasi.²⁶⁸ Konten 3D yang interaktif dan dapat diamati secara langsung di Istiqlalverse menjadi faktor yang mempercepat difusi dakwah digital di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda yang merupakan digital native.²⁶⁹

Selanjutnya, karakteristik virtualitas di implementasikan melalui penciptaan dunia buatan dalam bentuk masjid tiga dimensi (3D) yang secara visual dan interaktif mereplikasi suasana dan pengalaman beribadah di Masjid Istiqlal. Hal ini memberikan sensasi kehadiran yang imersif meskipun berlangsung di ruang virtual. Terakhir, aspek digitalisasi tampak dari proses produksi, penyebaran, dan konsumsi materi dakwah yang sepenuhnya berbasis data digital, menggantikan format konvensional seperti media cetak dan lisan tradisional. Dengan demikian, penerapan media baru dalam bentuk Metaverse Istiqlal menghadirkan sejumlah implikasi signifikan, antara lain menjadikan dakwah lebih adaptif terhadap gaya hidup generasi digital, serta

²⁶⁷ Morgan, D. (2012). *The Embodied Eye: Religious Visual Culture and the Social Life of Feeling*. University of California Press

²⁶⁸ Rogers, E. M. (2003).

²⁶⁹ Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants". *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

membuka peluang bagi pengembangan pendidikan agama yang inklusif, lintas batas, dan transnasional.

Everett M. Rogers dalam teori Difusi Inovasi, adopsi teknologi dalam masyarakat mengikuti lima tahapan yaitu: *Knowledge*, individu/institusi mulai mengenal inovasi; *Persuasion*, muncul ketertarikan dan evaluasi manfaat; *Decision*, keputusan untuk mengadopsi atau menolak; *Implementation*, penerapan inovasi secara aktif; dan *Confirmation*, evaluasi dan penguatan terhadap keputusan.²⁷⁰ Selain itu, Masjid Istiqlal merupakan *early adopter* dengan tingkat kesiapan tinggi untuk menggabungkan dakwah Islam dan teknologi masa depan. Ini menandai era baru dakwah Islam yang lebih adaptif, inklusif, dan berbasis digital sesuai dengan semangat Society 5.0.²⁷¹

Keberadaan Masjid Istiqlal di Metaverse menjadikan aktivitas keagamaan lebih terjangkau, fleksibel, dan inklusif, khususnya bagi jamaah luar negeri, diaspora indonesia, masyarakat dengan keterbatasan mobilitas, serta generasi muda yang akrab dengan ekosistem digital. Dengan kata lain, Masjid Istiqlal tidak hanya mengikuti arus perkembangan teknologi, tetapi juga memanfaatkannya untuk menjaga kesinambungan nilai-nilai Islam dalam ruang virtual yang semakin diminati masyarakat modern.

²⁷⁰ Everett M. Rogers, Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan, 'Diffusion of Innovations', in *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (Routledge, 2014), pp. 432–48.

²⁷¹ Rasendriya Maheswara, Aji Wibawa, dan Prananda Anugrah, "Kesiapan Masyarakat Indonesia Dalam Menyambut Society 5.0," *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik* 2, no. 2 (2022): 67–72, <https://journal3.um.ac.id/index.php/ft/article/view/3346>.

Berdasarkan urutan ini, Masjid Istiqlal telah melalui seluruh tahapan tersebut, yaitu: *Knowledge & Persuasion* terbentuk sejak pandemi covid-19 ketika kebutuhan akan digitalisasi dakwah mulai terasa; *Decision & Implementation* dicapai dengan peluncuran resmi istiqlal metaverse pada April 2022; dan *Confirmation* didapatkan melalui berbagai tanggapan positif di media sosial, kunjungan virtual yang terus meningkat, serta peliputan luas oleh media nasional.²⁷²

Dalam klasifikasi Rogers, Masjid Istiqlal termasuk dalam kategori early adopter, yaitu pihak-pihak yang cepat mengadopsi inovasi karena orientasi terhadap perubahan, akses terhadap sumber daya, dan komitmen terhadap perbaikan sosial. Langkah ini memberi dampak besar terhadap citra Masjid Istiqlal sebagai pelopor dakwah digital berbasis Metaverse di Indonesia.

Secara teknis, pengembangan platform dilakukan melalui teknologi metaverse yang dibangun dalam ekosistem metaNesia oleh Telkom Indonesia. Fitur-fitur seperti ruang ibadah virtual, forum komunitas, edukasi keislaman, dan sistem donasi wakaf digital dirancang dengan pendekatan *user experience design*. Prinsip inklusivitas dan partisipasi menjadi fondasi dalam merancang fitur yang adaptif terhadap kebutuhan digital natives. Platform ini juga memperhatikan aspek keamanan data pengguna, navigasi antarmuka

²⁷² Arifuddin Arifuddin, 'Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia', *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3.1 (2020), pp. 161–88; Awaludin Pimay and Uswatun Niswah, 'The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age', *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2021, pp. 149–63; Pratiwi Amalia Putri, Resti Tultuffia Sari, and Amanah Noor Pauseh, 'Transisi Dakwah Di Era Society 5. 0 Berbasis Immersive', *Jurnal Dijitac*, 3.1 (2022), pp. 1–11.

yang ramah, serta interoperabilitas perangkat, sebagaimana disarankan dalam praktik pengembangan platform digital berbasis komunitas.²⁷³

Strategi pengembangan fitur juga mencerminkan tahapan *implementation* dalam teori difusi inovasi, di mana pengguna awal mengadopsi inovasi dan mulai mengintegrasikannya dalam keseharian. Faktor *trialability* (kemudahan untuk dicoba) yang dimiliki oleh Istiqlalverse melalui akses gratis dan antarmuka intuitif menjadi keunggulan dalam mendorong adopsi lebih luas.

Berdasarkan teori komunikasi dakwah digital dan pendekatan inovasi sosial keagamaan, pengelolaan *Istiqlalverse* mencerminkan transformasi dari dakwah tradisional menuju dakwah transmedia dan berbasis teknologi imersif. Namun, keberhasilan implementasi platform ini tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia, keterlibatan masyarakat, dan kontinuitas pengembangan konten.²⁷⁴

Teori New Media sebagaimana dijelaskan oleh Lievrouw & Livingstone menjelaskan bahwa media baru memiliki lima karakteristik utama, yaitu: Digitalisasi, Interaktivitas, Konvergensi, Jaringan (networking), dan Virtualitas.²⁷⁵ Platform Metaverse yang digunakan Masjid Istiqlal telah memenuhi kelima karakteristik ini.

²⁷³ Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang

²⁷⁴ Charles R. Berger and others, *Efek Media Massa: Handbook Ilmu Komunikasi* (Nusamedia, 2021); Al Kahfi and Kholis Ali Mahmudi, 'Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9.2 (2024), pp. 63–79.

²⁷⁵ Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone, *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs* (Sage, 2002).

Dakwah tidak lagi hanya berlangsung satu arah seperti ceramah konvensional, melainkan bersifat interaktif, di mana jamaah bisa hadir sebagai avatar, berdialog langsung dengan penceramah, mengikuti kajian secara real-time, dan bahkan menjelajahi masjid secara virtual. Konvergensi berbagai media teks, video, audio, dan simulasi ruang membentuk pengalaman spiritual baru yang tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman, namun relevan bagi generasi digital.

Lievrouw dan Livingstone mengidentifikasi lima karakteristik utama media baru, yaitu interaktivitas, konvergensi, networking, virtualitas, dan digitalisasi. Kelima karakteristik ini dapat dioperasionalkan secara nyata dalam pengembangan Metaverse Istiqlal sebagai medium dakwah dan pelayanan keagamaan berbasis teknologi digital. Aspek interaktivitas tercermin dari keterlibatan jamaah yang tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif berdialog dan berinteraksi dengan ustaz maupun jamaah lain melalui representasi avatar dalam ruang virtual. Konvergensi terlihat dalam penggabungan berbagai bentuk konten keagamaan seperti ceramah, multimedia Islam, simulasi ibadah, dan interaksi sosial dalam satu platform digital terpadu, sehingga memperkaya pengalaman keagamaan secara menyeluruh. Sementara itu, networking memungkinkan dakwah Islam menjangkau audiens secara lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri, tanpa batasan geografis, sehingga memperluas jaringan komunikasi keagamaan secara transnasional.²⁷⁶

²⁷⁶ Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone; Awaludin Pimay and Uswatun Niswah, 'The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age', *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan*

Menurut Everett M. Rogers, proses adopsi inovasi dalam masyarakat ditentukan oleh lima elemen utama, yaitu inovasi itu sendiri, komunikasi, waktu, sistem sosial, dan tipe adopter. Dalam konteks operasionalisasi Metaverse Istiqlal sebagai media dakwah digital, kelima elemen ini dapat dianalisis secara komprehensif. Inovasi terletak pada penggunaan platform metaverse sebagai medium baru dalam menyampaikan dakwah Islam di Indonesia, yang merupakan pendekatan transformatif dan belum umum diadopsi secara luas dalam lingkungan keagamaan lokal.²⁷⁷ Komunikasi mengenai inovasi ini disebarluaskan melalui berbagai saluran informasi, termasuk media sosial, situs resmi Masjid Istiqlal, serta pemberitaan dari media massa nasional, yang berfungsi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman publik terhadap konsep dakwah virtual.²⁷⁸ Dari sisi waktu, implementasi Metaverse Istiqlal yang dimulai pada tahun 2022 dan masih berlanjut hingga kini menunjukkan adanya proses difusi yang bersifat dinamis dan berkelanjutan dalam sistem sosial keagamaan.

Pengelolaan berkelanjutan terhadap Istiqlalverse dilakukan melalui proses evaluasi performa dan penerimaan pengguna. Mekanisme seperti *User Acceptance Testing* (UAT), survei daring, serta riset dampak spiritual dilakukan secara periodik untuk mengetahui efektivitas platform. Hasil evaluasi digunakan untuk iterasi konten dan

Komunikasi, 2021, pp. 149–63; Yong Li and Dan Xiong, ‘The Metaverse Phenomenon in the Teaching of Digital Media Art Major’, in *2021 Conference on Art and Design: Inheritance and Innovation (ADII 2021)* (Atlantis Press, 2022), pp. 348–53.

²⁷⁷ Everett M. Rogers and Leticia Smith, *Bibliography on the Diffusion of Innovations* (Department of Communication, Michigan State University, 1962).

²⁷⁸ Pamela Mack, ‘Diffusion of Innovations by Everett m. Rogers’, *Technology and Culture*, 26.1 (1985), pp. 109–110.

fitur, dengan pendekatan *agile development* yang adaptif terhadap masukan komunitas. Kolaborasi dengan lembaga seperti BRIN dan Pusat Studi Islam UGM memperkuat validitas akademik dan keberlanjutan arah pengembangan dakwah digital berbasis bukti ilmiah.

Pada tahap ini, platform memasuki fase *confirmation* dalam difusi inovasi, di mana pengguna menilai manfaat dari inovasi tersebut dan memutuskan untuk melanjutkan penggunaan secara berkelanjutan. Dukungan ekosistem kemitraan lintas sektor juga memperkuat aspek keberlanjutan dalam jangka panjang. Dengan demikian, pengelolaan Istiqlalverse memperlihatkan sinergi antara nilai-nilai Islam, inovasi teknologi, serta prinsip tata kelola kolaboratif yang mendukung efektivitas dakwah di era Society 5.0. Pengalaman Masjid Istiqlal ini dapat menjadi model bagi institusi keagamaan lain yang hendak mengadopsi pendekatan digital sebagai instrumen dakwah modern.

Lebih lanjut, Masjid Istiqlal berfungsi sebagai bagian dari sistem sosial yang berperan penting sebagai pemimpin opini dalam komunitas keagamaan digital, memengaruhi cara umat memaknai dan menerima perubahan dalam praktik keagamaan. Dalam hal ini, Masjid Istiqlal dapat dikategorikan sebagai *early adopter*, yaitu kelompok yang mengadopsi inovasi lebih awal sebelum inovasi tersebut menjadi arus utama. Meskipun demikian, terdapat beberapa hambatan dan tantangan dalam proses difusi ini, antara lain keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi seperti virtual reality (VR), rendahnya tingkat literasi digital di kalangan sebagian jamaah, serta resistensi dari

kelompok konservatif yang mempersoalkan keabsahan ibadah dan dakwah dalam bentuk virtual. Namun demikian, keunggulan dari penggunaan Metaverse sebagai sarana dakwah cukup signifikan, antara lain kemampuannya untuk menjangkau jamaah secara global, kemudahan adaptasi terhadap pola komunikasi generasi muda, serta fleksibilitas dalam mengakses materi dakwah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, adopsi inovasi ini menunjukkan potensi besar untuk mentransformasi metode penyampaian dakwah Islam secara lebih inklusif dan kontekstual di era digital.

Melalui kerangka New Media Theory yang dikemukakan oleh Lievrouw dan Livingstone, platform *Istiqlalverse* memberikan pengalaman dakwah yang lebih interaktif, konvergen, serta mampu menjangkau audiens lintas wilayah dan negara, sehingga memperluas cakupan dakwah Islam secara global. Di sisi lain, pendekatan melalui Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers menunjukkan bahwa Masjid Istiqlal berperan sebagai institusi early adopter, yaitu pelopor dalam mengadopsi teknologi baru untuk kepentingan transformasi sosial keagamaan. Keberanian untuk berinovasi dalam ruang ibadah virtual ini menandai perubahan paradigma dalam penyampaian pesan keagamaan, dari model konvensional menuju pendekatan digital yang lebih adaptif, inklusif, dan kontekstual dengan kebutuhan masyarakat modern.

Namun demikian, terdapat pula resepsi negatif yang umumnya berasal dari kalangan konservatif dan generasi yang lebih tua.

Kelompok ini menyuarakan sejumlah kritik, antara lain anggapan bahwa ruang ibadah virtual tidak mampu menggantikan kesakralan dan nuansa spiritual dari masjid fisik. Selain itu, mereka meragukan efektivitas pengalaman dakwah yang disampaikan melalui avatar digital, serta menyoroti isu kesenjangan akses teknologi, seperti harga perangkat VR yang mahal dan keterbatasan konektivitas internet.

Pengelolaan *Istiqlalverse* oleh Masjid Istiqlal menunjukkan bahwa inovasi digital dapat menjadi instrumen efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Kolaborasi antara lembaga keagamaan dan korporasi teknologi menjadi model baru dalam pengembangan media dakwah di era Society 5.0. Meski begitu, perlu adanya langkah lanjut dalam penguatan literasi digital masyarakat dan pengembangan SDM masjid agar pengelolaan bisa lebih mandiri dan berkelanjutan.

Dalam perspektif teori New Media, *Istiqlalverse* dapat dipahami sebagai bentuk media baru yang tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga membangun pengalaman dakwah secara partisipatif dan interaktif. Namun teori ini juga menegaskan pentingnya konteks sosial budaya dalam keberhasilan media baru. Artinya, teknologi secanggih apapun akan kurang berdampak jika tidak selaras dengan kebutuhan, gaya hidup, dan pola konsumsi informasi masyarakat. Hal ini terbukti dalam kasus *Istiqlalverse* yang belum mampu menggeser dominasi platform lama seperti YouTube dan TikTok dalam fungsi penyebaran dakwah.

penggunaan platform metaverse, khususnya melalui Istiqlalverse, merupakan terobosan baru dalam dakwah Islam di era Society 5.0. Inovasi ini mencerminkan upaya integratif antara teknologi digital canggih dan spiritualitas Islam, dengan pendekatan yang interaktif, inklusif, dan imersif. Istiqlalverse hadir sebagai representasi dari bagaimana masjid nasional mencoba mendigitalisasi fungsi dakwah melalui ruang virtual tiga dimensi. Namun demikian, tingkat adopsi masyarakat terhadap platform ini masih relatif rendah jika dibandingkan dengan media sosial konvensional seperti YouTube, TikTok, dan Instagram yang lebih populer sebagai media dakwah digital.

Beberapa faktor utama yang memengaruhi rendahnya popularitas dan penggunaan Istiqlalverse antara lain: keterbatasan akses dan perangkat teknologi, rendahnya literasi digital masyarakat, model distribusi konten yang belum optimal, serta budaya konsumsi media yang belum sejalan dengan format metaverse. Selain itu, belum adanya sistem algoritmik yang mendukung penyebaran konten secara luas, minimnya promosi lintas platform, serta kurangnya efek viralitas turut menjadi penghambat penetrasi Istiqlalverse di kalangan masyarakat luas.

Sementara itu, teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers menjelaskan bahwa adopsi inovasi terjadi secara bertahap, dimulai dari inovator hingga mayoritas lambat. Rogers membagi proses ini ke dalam lima kategori: inovator (innovators), pengadopsi awal (early adopters), mayoritas awal (early majority), mayoritas akhir (late majority), dan kelompok lambat (laggards). Dalam konteks Istiqlalverse, saat ini

platform tersebut masih berada pada tahap awal difusi, yakni pada kelompok inovator dan sebagian kecil pengadopsi awal, yaitu individu atau komunitas yang memiliki minat terhadap teknologi baru serta tingkat literasi digital yang tinggi.

Belum tercapainya tahap mayoritas awal menandakan bahwa Istiqlalverse belum berhasil menembus khalayak luas. Faktor-faktor seperti kurangnya promosi, minimnya edukasi publik, keterbatasan perangkat, serta resistensi terhadap bentuk dakwah baru menyebabkan hambatan dalam perluasan adopsi. Menurut Rogers, untuk mendorong transisi dari tahap early adopters ke early majority, dibutuhkan proses sosialisasi yang kuat, kepercayaan terhadap otoritas pemberi inovasi, serta keterlibatan sosial yang intensif. Oleh karena itu, strategi dakwah digital berbasis metaverse perlu mempertimbangkan dinamika sosial, psikologis, dan kultural masyarakat agar proses difusi berjalan lebih efektif

B. Resepsi Audiens Terhadap Pemanfaatan *Istiqlalverse* Sebagai Platform Dakwah Islam di Masjid Istiqlal Jakarta

Kerangka teori resepsi yang dikembangkan oleh Hans Robert Jauss dan Wolfgang Iser, merupakan pemahaman terhadap sebuah teks atau media bersifat terbuka terhadap berbagai interpretasi berdasarkan horizon harapan (horizon of expectation) masing-masing audiens. Oleh karena itu, pemanfaatan Istiqlalverse sebagai platform dakwah tidak dapat dipahami semata dari sisi teknologinya, tetapi juga dari resepsi khalayak terhadap pengalaman religius dan makna yang dikonstruksi

dalam ruang digital tersebut. Penelitian ini mengidentifikasi lima sumber utama resepsi publik, yaitu media pemberitaan, media sosial, platform YouTube, komunitas akademik dan keagamaan, serta tokoh/personal terkemuka.

Lievrouw dan Livingstone mengemukakan bahwa media digital seperti Metaverse memiliki lima dimensi utama, yaitu interaktivitas, konvergensi, virtualitas, jaringan (networking), dan digitalisasi. Dimensi-dimensi ini tidak hanya merepresentasikan aspek teknologis, tetapi juga membentuk ruang budaya baru yang menuntut proses adaptasi sosial dalam praktik keagamaan.²⁷⁹ Implikasi terhadap resepsi audiens menunjukkan bahwa tanggapan positif terhadap dakwah di Metaverse cenderung datang dari kelompok yang telah terbiasa dengan konsep keterlibatan virtual, seperti generasi muda dan diaspora digital, yang menghargai kelebihan interaktivitas, akses global, dan fleksibilitas waktu.²⁸⁰

Everett M. Rogers mengatakan dalam teori difusi inovasi bahwa tingkat adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh lima karakteristik utama: keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian dengan nilai dan norma (*compatibility*), tingkat kompleksitas (*complexity*), kemungkinan untuk diuji coba (*trialability*), dan kemudahan pengamatan hasil (*observability*).²⁸¹

²⁷⁹ Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone, *Handbook of New Media*..

²⁸⁰ Johan Fornäs, 'Stuart Hall (1973) "Encoding and Decoding"'.
J E M B E P

²⁸¹ Everett M. Rogers, Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan, 'Diffusion of Innovations'.

Dalam konteks dakwah *Istiqlalverse*, karakteristik *relative advantage* terlihat dari respon positif generasi muda dan komunitas diaspora yang menganggap platform ini memberikan nilai tambah dalam hal aksesibilitas dan fleksibilitas. Namun, dari sisi *compatibility*, sebagian audiens konservatif menilai bahwa dakwah virtual kurang selaras dengan tradisi dan budaya ibadah Islam yang bersifat fisik dan komunal. Teknologi *Virtual Reality* (VR) juga dipersepsikan memiliki tingkat *complexity* yang tinggi, baik dari segi teknis maupun biaya, sehingga membatasi partisipasi sebagian masyarakat. Rendahnya tingkat *trialability*, yakni minimnya akses terhadap uji coba gratis atau terbuka, turut menjadi penghambat adopsi di kalangan awam. Meskipun demikian, aspek *observability* cukup terpenuhi, dengan hasil yang dapat diamati melalui liputan media, testimoni pengguna, dan data kunjungan virtual.²⁸²

Berdasarkan karakteristik tersebut, audiens dapat dikategorikan dalam berbagai tipe adopter. *Innovators* dan *early adopters* meliputi generasi digital, diaspora Indonesia, serta akademisi dan praktisi dalam bidang teknologi Islam yang cepat merespons inovasi.²⁸³ *Early majority* terdiri dari mahasiswa dan jamaah dengan literasi digital yang cukup baik, sementara *late majority* dan *laggards* mencakup jamaah tradisional serta kelompok masyarakat yang lebih skeptis dan lambat dalam menerima inovasi.²⁸⁴ Klasifikasi ini mengindikasikan bahwa

²⁸² Pamela Mack, 'Diffusion of Innovations.

²⁸³ Rasendriya Maheswara, Aji Wibawa, and Prananda Anugrah.

²⁸⁴ Devika Aenulguri and Radea Yuli A. Hambali, 'Tantangan Eksistensi Manusia Di Era Inovasi Metaverse Melalui Eksistensialisme Martin Heidegger'.

proses difusi dakwah Metaverse tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh struktur sosial, nilai-nilai budaya, serta kesiapan mental dan material dari setiap segmen masyarakat.

Media arus utama memosisikan Istiqlalverse sebagai representasi digitalisasi dakwah Islam di era Society 5.0. Narasi pemberitaan dari sumber seperti Kompas, CNN Indonesia, dan Republika secara umum memberikan apresiasi positif terhadap inovasi yang dilakukan Masjid Istiqlal bekerja sama dengan Telkom Indonesia dan metaNesia.²⁸⁵ Dalam analisis wacana media, peluncuran Istiqlalverse dilihat sebagai bentuk aktualisasi visi keberagamaan yang inklusif dan terbuka, memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang untuk mengakses nilai-nilai Islam secara virtual. Imam Besar Masjid Istiqlal, Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, menyatakan bahwa platform ini merupakan "jembatan digital" yang memperluas dakwah Islam ke ranah global. Dari perspektif teori resepsi, media memosisikan audiens sebagai subjek yang diundang untuk mengalami realitas religius baru, yang mempertemukan spiritualitas dengan teknologi.²⁸⁶

Media sosial, sebagai ruang diskursif partisipatif, merefleksikan berbagai bentuk penerimaan, kritik, dan reinterpretasi terhadap Istiqlalverse. Meskipun secara kuantitatif belum tersedia data spesifik

²⁸⁵ "Istiqlalverse: Telkom Luncurkan Platform Metaverse New Istiqlal," diakses 4 Juni 2025, <https://pressrelease.kontan.co.id/news/istiqlalverse-telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal>.

²⁸⁶ "Milad ke 45 Masjid Istiqlal, Tonggak Baru Silaturahmi Masa Depan," diakses 4 Juni 2025, <https://mediaindonesia.com/humaniora/560242/milad-ke-45-masjid-istiqlal-tonggak-baru-silaturahmi-masa-depan>.

tentang persepsi terhadap Istiqlalverse di platform seperti TikTok atau Instagram, pola umum menunjukkan adanya minat terhadap konten dakwah yang kreatif dan berbasis visual. Studi dari jurnal komunikasi Islam menunjukkan bahwa audiens muda cenderung memberikan resepsi positif terhadap dakwah digital yang menggunakan narasi pendek, musik, atau visualisasi 3D.²⁸⁷ Dalam konteks ini, Istiqlalverse dapat dilihat sebagai bentuk teks terbuka (*open text*) yang membolehkan audiens menafsirkan nilai-nilai Islam secara kontekstual dan interaktif, selaras dengan horizon harapan generasi digital.

Dalam kerangka New Media Theory, Metaverse tidak hanya dipahami sebagai alat penyampai pesan, melainkan sebagai sebuah ruang budaya baru yang menuntut proses adaptasi sosial dan kultural dalam praktik keagamaan. Ini menandakan bahwa tantangan dakwah digital tidak sekadar terletak pada penerimaan terhadap teknologinya, tetapi juga pada pemaknaan ulang terhadap simbol dan pengalaman spiritual di dalamnya.²⁸⁸

YouTube sebagai medium audiovisual menampilkan konten-konten demonstrasi penggunaan Istiqlalverse yang bersifat informatif sekaligus persuasif. Meskipun belum banyak ditemukan ulasan kritis dari para YouTuber keagamaan atau komunitas dakwah digital, konten resmi dari Masjid Istiqlal dan Telkom menunjukkan antusiasme

²⁸⁷ Muh Syahril Sidik Ibrahim Sidiq Ibrahim, Moch Ainul Yaqin Ainul Yaqin, dan Zuhriyah Luluk Fikri Luluk Fikri, "Dakwah Transformasional: Merespon Tren Sekulerisme Di Kalangan Gen Z," *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7, no. 01 (2024): 89–99.

²⁸⁸ Pramod K. Nayar, *An introduction to new media and cybercultures* (John Wiley & Sons, 2010).

terhadap integrasi antara arsitektur sakral dan teknologi imersif. Dalam konteks teori resepsi, audiens YouTube berperan aktif sebagai interpreter yang tidak hanya menerima secara pasif, tetapi juga memberi komentar, reaksi, dan bahkan memproduksi konten tandingan atau elaboratif. Oleh karena itu, YouTube menjadi medium penting dalam menilai sejauh mana Istiqlalverse berhasil menciptakan pengalaman religius yang autentik dan bermakna.²⁸⁹

Di ranah akademik, pemanfaatan teknologi metaverse dalam dakwah Islam telah menjadi topik yang mulai diperhatikan. Diskusi dan jurnal ilmiah, seperti yang diterbitkan oleh jurnal Dakwatuna dan Jurnal Komunikasi Islam, menyoroti pentingnya pendekatan transformasional dalam dakwah digital yang menggabungkan antara pesan moral, media baru, dan kesadaran etis. Resepsi dari komunitas akademik menunjukkan adanya dukungan terhadap inovasi berbasis teknologi, tetapi dengan catatan perlunya pendekatan kritis terhadap aspek etika komunikasi, otentisitas pengalaman spiritual, dan keterlibatan umat. Istiqlalverse dipandang sebagai contoh konkret dari dakwah futuristik yang potensial, namun memerlukan evaluasi lebih lanjut dari segi metodologi, pengaruh terhadap pemahaman keagamaan, serta aksesibilitas lintas generasi.²⁹⁰

Tokoh agama, ilmuwan, dan penggiat teknologi memberikan berbagai tanggapan positif terhadap peluncuran Istiqlalverse. Imam

²⁸⁹ Nur Laili Alfi Syarifah, “*Tafsir Audiovisual: Kajian Penafsiran Gus Baha di Channel YouTube Al-Muhibbiin dan Implikasinya bagi Pemirsa*,” 2020.

²⁹⁰ “*Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Landasan Penerapan Etika Komunikasi Netizen yang Baik di Media Sosial Tiktok*,” diakses 9 Juni 2025.

Besar Masjid Istiqlal melihat platform ini sebagai simbol inklusivitas Islam yang selaras dengan nilai-nilai Pancasila dan prinsip kebhinekaan.²⁹¹ Dari sisi teknologi, Direktur Digital Business Telkom, Fajrin Rasyid, menekankan bahwa platform ini menjadi terobosan baru dalam memperkenalkan masjid sebagai pusat informasi, edukasi, dan spiritualitas secara imersif.²⁹² Dalam kerangka teori resepsi, pernyataan-pernyataan tokoh ini turut membentuk horizon harapan publik bahwa dakwah Islam tidak lagi eksklusif di ruang fisik, tetapi meluas dalam lanskap digital yang dinamis dan lintas batas.²⁹³

Tingkat resepsi audiens terhadap pemanfaatan Metaverse sebagai platform dakwah menunjukkan pola yang dualistik, di mana di satu sisi terdapat apresiasi terhadap inovasi teknologi, namun di sisi lain muncul keraguan terhadap legitimasi spiritualitas yang dihadirkan melalui medium virtual. Generasi digital dan komunitas diaspora menunjukkan antusiasme tinggi, didorong oleh keterbukaan terhadap teknologi dan kebutuhan akan akses dakwah yang fleksibel dan lintas geografis. Sebaliknya, kalangan konservatif dan sebagian masyarakat yang masih mengedepankan nilai-nilai tradisional dalam beribadah cenderung mengekspresikan penolakan pasif atau sikap skeptis terhadap keabsahan ruang dakwah digital.²⁹⁴

²⁹¹ HUMAS MASJID ISTIQLAL, "Beranda | Masjid Istiqlal," [istiqlal.or.id](https://www.istiqlal.or.id/Beranda), diakses 4 Juni 2025, <https://www.istiqlal.or.id/Beranda>.

²⁹² Dyan Parwanto, "Wisata Religi Dunia Virtual Masjid Istiqlal Melalui Istiqlalverse," [rri.co.id](https://www.rri.co.id) - Portal berita terpercaya, diakses 4 Juni 2025.

²⁹³ Kemenag, "Resmikan Renovasi Masjid Istiqlal, Presiden: Kembangkan Syiar Islam, Bangun Toleransi," <https://kemenag.go.id>, diakses 4 Juni 2025.

²⁹⁴ Johan Fornäs, 2024.

Secara keseluruhan, resepsi terhadap *Istiqlalverse* memperlihatkan kecenderungan penerimaan yang positif, namun tetap terbuka terhadap kritik dan evaluasi, terutama terkait keberlanjutan konten, kedalaman pesan dakwah, serta etika penggunaan media digital. Teori resepsi, teori media baru, dan teori difusi inovasi menjadi pisau analisis yang relevan dalam memahami bagaimana audiens memaknai *Istiqlalverse* bukan hanya sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai wacana religius baru dalam era masyarakat 5.0.

Pemanfaatan *Istiqlalverse* sebagai platform dakwah Islam di Masjid Istiqlal mencerminkan transformasi komunikasi keagamaan dalam era media baru. Dalam konteks ini, lima dimensi utama dari teori media baru menjadi relevan untuk menganalisis resepsi audiens terhadap platform ini. *Pertama* Interaktivitas, *Istiqlalverse* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan konten dakwah, seperti mengikuti kajian virtual atau menjelajahi masjid secara digital. Interaktivitas ini mengubah peran audiens dari sekadar penerima pesan menjadi partisipan aktif dalam proses dakwah.²⁹⁵ Sebagaimana dijelaskan oleh Lister et al. interaktivitas dalam media baru memungkinkan pengguna untuk mempengaruhi dan mengubah konten yang mereka akses, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan mendalam.²⁹⁶

Kedua Konvergensi, *Istiqlalverse* menggabungkan berbagai bentuk media-teks, audio, video, dan grafis dalam satu platform digital.

²⁹⁵ Pramod K. Nayar, *An Introduction to New Media and Cybercultures* (John Wiley & Sons, 2010).

²⁹⁶ Martin Lister and others, *New Media: A Critical Introduction* (Routledge, 2008).

Konvergensi ini mencerminkan integrasi teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara lebih efektif dan menarik.²⁹⁷ Menurut Flew, konvergensi media menciptakan peluang baru dalam produksi dan distribusi konten, memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai saluran.²⁹⁸

Ketiga Virtualitas, melalui *Istiqlalverse* pengguna dapat mengalami kehadiran virtual di Masjid Istiqlal, meskipun secara fisik berada di lokasi yang berbeda. Virtualitas ini memungkinkan pengalaman spiritual yang imersif dan mendalam, memperluas aksesibilitas dakwah kepada individu yang mungkin tidak dapat mengunjungi masjid secara langsung.²⁹⁹ Lister et al. menyatakan bahwa virtualitas dalam media baru menciptakan ruang komunikasi yang melampaui batasan fisik, memungkinkan pembentukan komunitas dan identitas baru dalam lingkungan digital.³⁰⁰

Keempat Jaringan, sebagai platform berbasis internet, *Istiqlalverse* beroperasi dalam ekosistem jaringan global yang memungkinkan distribusi konten dakwah secara luas dan cepat. Konektivitas ini mendukung penyebaran pesan Islam ke berbagai penjuru dunia, memperkuat peran dakwah dalam konteks globalisasi.³⁰¹ Chen dan Zhang menekankan bahwa jaringan dalam media baru

²⁹⁷ Plavini Punyatoya, 'New Media: A Critical Introduction', *Book Review on Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2010). New Media: A Critical Introduction. London: Routledge Publication, 2011, p. 446.*

²⁹⁸ Terry Flew, *New Media: An Introduction*.

²⁹⁹ Pramod K. Nayar, 2010.

³⁰⁰ Martin Lister and others, 2008.

³⁰¹ Plavini Punyatoya, 'New Media: A Critical Introduction'.

memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi yang lebih dinamis dan terdesentralisasi, memperkuat keterlibatan komunitas dalam proses komunikasi.³⁰²

Kelima Digitalisasi, transformasi konten dakwah ke dalam format digital memungkinkan penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi secara efisien. Digitalisasi ini juga memungkinkan personalisasi konten sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens, meningkatkan relevansi dan efektivitas pesan dakwah. Flew menyatakan bahwa digitalisasi adalah karakteristik fundamental media baru yang mengubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi informasi.³⁰³ Berikut table yang menunjukkan matriks interaktivitas media digital berdasarkan lima dimensi dari Lievrouw & Livingstone:³⁰⁴

Tabel 5.1
Matriks Interaktivitas Media Digital pada Istiqlalverse

Dimensi Media Baru	Penjabaran pada Istiqlalverse	Implikasi terhadap Resepsi Audiens
Interaktivitas	Pengguna dapat mengeksplorasi masjid, mengikuti kajian, dan berinteraksi dalam ruang virtual.	Meningkatkan partisipasi aktif generasi digital dalam proses dakwah.
Konvergensi	Integrasi teks, audio, video, dan grafis dalam satu platform digital.	Menarik minat visual dan mempermudah akses informasi bagi audiens modern.
Virtualitas	Pengalaman kehadiran digital yang imersif di Masjid Istiqlal.	Memberikan sensasi spiritualitas baru, meskipun masih ditanggapi skeptis oleh

³⁰² Guo-Ming Chen, 'The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context', 2012.

³⁰³ Terry Flew, *New Media: An Introduction*.

³⁰⁴ Lievrouw dan Livingstone, *Handbook of new media*.

		audiens konservatif.
Jaringan (Networking)	Platform dapat diakses secara global dan terkoneksi dengan ekosistem dakwah digital lain.	Mendorong penyebaran dakwah lintas batas geografis dan budaya.
Digitalisasi	Seluruh konten dakwah dikemas dalam bentuk digital, mudah direplikasi dan disesuaikan.	Efisiensi distribusi dan peningkatan relevansi konten terhadap audiens spesifik.

Sedangkan dalam konteks resepsi audiens, generasi muda menunjukkan antusiasme tinggi terhadap inovasi dakwah digital seperti *Istiqlalverse*, mengapresiasi interaktivitas dan fleksibilitas yang ditawarkan. Namun, partisipasi aktif masih terkendala oleh faktor seperti ketersediaan perangkat dan literasi digital. Sementara itu, kalangan dewasa cenderung lebih memilih media dakwah konvensional, menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dan adaptif dalam pengembangan platform dakwah digital.³⁰⁵

Sementara itu, berdasarkan Teori Difusi Inovasi oleh Rogers, keberhasilan adopsi *Istiqlalverse* dalam konteks dakwah sangat dipengaruhi oleh efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, tingkat edukasi masyarakat terhadap teknologi baru, serta keterlibatan publik secara bertahap dalam proses transformasi digital tersebut. Inovasi tidak dapat diinternalisasi secara merata tanpa adanya pendekatan yang inklusif dan komunikatif yang mempertimbangkan keragaman latar belakang sosial, budaya, dan religius audiens.³⁰⁶

³⁰⁵ James Procter, *Stuart Hall* (Routledge, 2004).

³⁰⁶ Everett M. Rogers, Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis yang tidak hanya menekankan pada aspek teknologis, tetapi juga mengedepankan pembangunan literasi digital religius serta jembatan dialog antara kelompok progresif dan konservatif dalam komunitas keagamaan. Dengan demikian, pendekatan new media tidak hanya menawarkan sarana baru dalam penyampaian pesan dakwah, tetapi juga menuntut adaptasi strategi komunikasi Islam agar mampu menjangkau dan diterima oleh masyarakat digital yang heterogen dan dinamis. Selain itu memahami resepsi audiens yang beragam ini, pengelola dakwah digital dapat merancang strategi yang lebih inklusif dan adaptif, guna menjangkau berbagai segmen masyarakat secara efektif.

Dalam kajian mengenai pemanfaatan metaverse sebagai platform dakwah di era Society 5.0, integrasi tiga pendekatan teoritik, yakni teori resepsi audiens dari Stuart Hall, konsep *new media*, dan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers, menjadi relevan untuk memahami dinamika komunikasi dakwah digital secara lebih holistic.

Teori resepsi audiens Stuart Hall menekankan bahwa khalayak tidak menerima pesan secara pasif, melainkan melakukan proses decoding terhadap pesan yang mereka terima, yang dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama: *dominant reading* (penerimaan penuh terhadap makna pesan), *negotiated reading* (penerimaan parsial dengan modifikasi sesuai konteks audiens), dan *oppositional reading* (penolakan total terhadap pesan).³⁰⁷ Kerangka ini memungkinkan

³⁰⁷ Procter, *Stuart hall*.

analisis terhadap beragam bentuk respons jamaah terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui medium virtual seperti metaverse, khususnya dalam konteks institusi keagamaan seperti Masjid Istiqlal.

Sementara itu, paradigma *new media* memandang bahwa media digital kontemporer tidak lagi bersifat linier dan satu arah, tetapi bersifat interaktif, partisipatif, dan terdistribusi secara luas.³⁰⁸ Metaverse sebagai produk lanjutan dari perkembangan *new media* merepresentasikan lingkungan komunikasi berbasis realitas virtual yang memungkinkan pengalaman dakwah menjadi lebih imersif dan personal. Hal ini berimplikasi pada transformasi peran audiens dari sekadar penerima pesan menjadi partisipan aktif dalam proses komunikasi keagamaan.

Lebih lanjut, teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers memberikan kerangka untuk memahami proses adopsi teknologi metaverse oleh institusi dan individu. Menurut teori ini, adopsi inovasi dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain keuntungan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas dengan nilai dan pengalaman sebelumnya (*compatibility*), tingkat kompleksitas (*complexity*), kemampuan untuk diuji coba (*trialability*), dan keterlihatan hasil (*observability*).³⁰⁹

Tabel 5.2
Integrasi 3 Teori

Tingkat Resepsi Audiens	Aspek New Media	Aspek Difusi Inovasi
<i>Dominant Reading</i>	Pengguna melihat	Mereka merasakan

³⁰⁸ Lister dkk., *New media*.

³⁰⁹ Rogers dan Smith, *Bibliography on the Diffusion of Innovations*.

	fitur interaktif sebagai kekuatan	relative advantage & observability yang tinggi
<i>Negotiated Reading</i>	Mengakui manfaat, tapi mengkritik kualitas pengalaman	Ada kekhawatiran soal complexity dan compatibility , namun masih bersedia mencoba
<i>Oppositional Reading</i>	Menolak karena melihatnya sebagai gimmick atau menyimpang	Tidak menerima karena dianggap tidak kompatibel dengan nilai keagamaan konservatif
<i>Selective Reception</i>	Menggunakan sebagian fitur sesuai minat (ceramah, tur, dsb)	Fokus pada trialability , hanya memanfaatkan fitur yang dianggap bermanfaat secara langsung
<i>Reflective/Personal</i>	Menilai dari sudut pengalaman spiritual pribadi	Resepsi dipengaruhi oleh konteks kultural dan nilai spiritual , bukan hanya aspek teknologi

Dalam kerangka Teori Resepsi (Reception Theory) yang dikembangkan oleh Stuart Hall, audiens dipandang sebagai subjek aktif yang menafsirkan pesan media berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman mereka. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pesan dakwah melalui media seperti Istiqlalverse tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana audiens merespons dan memaknai pesan tersebut.

Dalam konteks Istiqlalverse, respons audiens dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: *pertama* Dominant-Hegemonic Reading: Kelompok ini menerima dan menyetujui penuh pesan dakwah yang disampaikan melalui Istiqlalverse. Mereka melihat platform ini sebagai langkah maju dalam modernisasi dakwah yang sah dan kontekstual dengan perkembangan zaman. *Kedua* Negotiated Reading: Audiens dalam kategori ini mengakui potensi dan niat baik dari

Istiqlalverse, namun memiliki pandangan kritis terhadap aspek-aspek tertentu. Mereka mungkin mempertanyakan efektivitas ibadah virtual, kualitas konten, atau kendala teknis yang dihadapi pengguna. *Ketiga* Oppositional Reading: Kelompok ini menolak penggunaan metaverse sebagai media dakwah karena dianggap menyimpang dari nilai-nilai tradisional Islam. Mereka memandang pendekatan ini terlalu futuristik, tidak membumi, atau bahkan menyesatkan jika tidak diawasi dengan baik.

Analisis melalui teori resepsi memperjelas bahwa rendahnya penerimaan terhadap Istiqlalverse bukan hanya disebabkan oleh aspek teknis atau struktural, melainkan juga oleh aspek ideologis dan kultural. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dakwah perlu mempertimbangkan keberagaman resepsi audiens agar mampu membangun pemahaman yang inklusif dan relevan.

Integrasi antara Teori Resepsi Audiens, Teori New Media, dan Difusi Inovasi pada tabel 5.1 memberikan kerangka konseptual yang kuat dalam memahami kompleksitas penerimaan terhadap platform *Istiqlalverse* sebagai media dakwah berbasis teknologi di era Society 5.0. Ketiga teori ini menunjukkan bahwa resepsi audiens terhadap *Istiqlalverse* bersifat beragam, berlapis, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk aspek teknologi, nilai budaya, pengalaman spiritual, serta dinamika media sosial. Interaksi antarelemen tersebut membentuk spektrum penerimaan yang tidak seragam, mulai dari penerimaan dominan hingga oposisi, sebagaimana dijelaskan oleh Stuart Hall, serta

bergantung pada tahapan adopsi inovasi seperti yang diuraikan dalam kerangka Rogers.

Proses adopsi metaverse sebagai platform dakwah di Masjid Istiqlal mencerminkan tahapan difusi inovasi yang melibatkan pemaparan awal terhadap teknologi, pembentukan sikap, pengambilan keputusan, implementasi, hingga konfirmasi keberlanjutan penggunaan. Integrasi ketiga teori ini memungkinkan analisis yang tidak hanya fokus pada isi dan penyampaian pesan dakwah, tetapi juga pada respons audiens, karakteristik teknologi, serta dinamika adopsi dalam ekosistem komunikasi keagamaan berbasis digital.



BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan platform metaverse, khususnya melalui Istiqlalverse, merupakan terobosan baru dalam dakwah Islam di era Society 5.0. Inovasi ini mencerminkan upaya integratif antara teknologi digital canggih dan spiritualitas Islam, dengan pendekatan yang interaktif, inklusif, dan imersif. Istiqlalverse hadir sebagai representasi dari bagaimana masjid nasional mencoba mendigitalisasi fungsi dakwah melalui ruang virtual tiga dimensi. Namun demikian, tingkat adopsi masyarakat terhadap platform ini masih relatif rendah jika dibandingkan dengan media sosial konvensional seperti YouTube, TikTok, dan Instagram yang lebih populer sebagai media dakwah digital.

Pengelolaan dakwah di Masjid Istiqlal melalui platform Metaverse diwujudkan dalam ruang ibadah virtual 3D yang memungkinkan partisipasi jamaah melalui avatar. Aktivitas dakwah seperti kajian virtual, tur masjid 360°, simulasi ibadah, dan diskusi interaktif mencerminkan karakteristik media baru menurut Lievrouw dan Livingstone: interaktivitas, konvergensi, virtualitas, dan digitalisasi. Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih inklusif, lintas batas geografis, serta adaptif terhadap gaya hidup digital, sekaligus membuka ruang baru bagi transformasi keagamaan di era Society 5.0.

Resepsi publik terhadap dakwah berbasis Metaverse bersifat terpolarisasi. Generasi digital, diaspora, dan jamaah urban menyambut positif karena aksesibilitas dan inovasi, sementara kelompok konservatif menunjukkan resistensi karena kekhawatiran terhadap hilangnya kesakralan dan keterbatasan teknologis. Mengacu pada Teori Difusi Inovasi Rogers, penerimaan ini dipengaruhi oleh lima dimensi: keuntungan relatif, kesesuaian nilai, kerumitan, kemampuan uji coba, dan kemudahan pengamatan. Masjid Istiqlal berperan sebagai *early adopter*, sementara audiensnya tersebar dari inovator hingga penolak, tergantung pada tingkat literasi digital dan kesiapan menerima perubahan keagamaan digital. Beberapa faktor utama yang memengaruhi rendahnya popularitas dan penggunaan Istiqlalverse antara lain: keterbatasan akses dan perangkat teknologi, rendahnya literasi digital masyarakat, model distribusi konten yang belum optimal, serta budaya konsumsi media yang belum sejalan dengan format metaverse. Selain itu, belum adanya sistem algoritmik yang mendukung penyebaran konten secara luas, minimnya promosi lintas platform, serta kurangnya efek viralitas turut menjadi penghambat penetrasi Istiqlalverse di kalangan masyarakat luas.

Secara konseptual, Istiqlalverse sangat sesuai dengan semangat Society 5.0 yang menempatkan teknologi sebagai alat untuk menyelesaikan masalah sosial dan spiritual. Namun dalam realitas sosial, penerimaan masyarakat terhadap teknologi baru seperti metaverse masih memerlukan waktu, edukasi, dan adaptasi kultural

yang lebih panjang. Meskipun demikian, potensi Istiqlalverse tetap terbuka lebar apabila dilakukan penguatan strategi komunikasi, kolaborasi lintas platform, serta peningkatan kualitas dan kuantitas konten dakwah digital di dalamnya.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui, terutama dalam hal ruang lingkup, pendekatan metodologis, dan keterjangkauan data empiris. Keterbatasan ini bukan dimaksudkan untuk melemahkan hasil temuan, tetapi sebagai pijakan reflektif untuk memperkuat kajian selanjutnya.

1. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis konten. Artinya, data yang digunakan bersumber dari dokumentasi sekunder, publikasi daring, serta analisis konseptual terhadap platform Istiqlalverse. Pendekatan ini tidak melibatkan observasi langsung terhadap perilaku pengguna ataupun wawancara mendalam dengan pihak pengelola, sehingga tidak memberikan gambaran pengalaman empiris secara komprehensif.
2. Fokus penelitian yang terpusat pada satu platform yaitu Istiqlalverse membatasi daya jelajah terhadap fenomena dakwah metaverse secara lebih luas. Padahal, ada berbagai bentuk platform dakwah berbasis teknologi lainnya yang telah berkembang dan memiliki basis audiens yang berbeda, seperti YouTube, TikTok, atau podcast dakwah. Tidak adanya perbandingan lintas platform

membuat analisis bersifat spesifik, meskipun cukup mendalam dalam konteks Istiqlalverse.

3. Keterbatasan lain terletak pada aspek penerimaan masyarakat (audiens) yang dalam penelitian ini hanya dianalisis melalui teori resepsi dan bukan melalui studi lapangan. Padahal, persepsi, penolakan, atau penerimaan masyarakat terhadap Istiqlalverse sangat kontekstual dan bergantung pada latar sosial-budaya, tingkat literasi digital, serta motivasi keberagamaan masing-masing individu atau komunitas.
4. Penelitian ini belum mengkaji secara teknis bagaimana algoritma, integrasi platform, dan strategi digital marketing berpengaruh terhadap rendahnya visibilitas Istiqlalverse dalam ekosistem digital. Elemen-elemen tersebut sangat penting untuk mendorong keterjangkauan dan viralitas konten dakwah di era Society 5.0.
5. Studi ini belum mengukur dampak jangka panjang dari penggunaan Istiqlalverse terhadap transformasi perilaku keagamaan, pembelajaran Islam, ataupun spiritualitas digital. Untuk itu, kajian longitudinal yang lebih mendalam sangat diperlukan dalam melihat sejauh mana platform metaverse dapat berkontribusi secara berkelanjutan terhadap proses dakwah dan pendidikan Islam.

Dengan mempertimbangkan berbagai keterbatasan tersebut, diharapkan penelitian lanjutan dapat melibatkan pendekatan empiris

yang lebih kompleks, memperluas ruang lingkup studi, serta menyertakan analisis sosial teknologi secara lebih integratif.

C. Implikasi Temuan Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Dalam perspektif teori New Media, Istiqlalverse dapat dipahami sebagai bentuk media baru yang tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga membangun pengalaman dakwah secara partisipatif dan interaktif. Namun teori ini juga menegaskan pentingnya konteks sosial budaya dalam keberhasilan media baru. Artinya, teknologi secanggih apapun akan kurang berdampak jika tidak selaras dengan kebutuhan, gaya hidup, dan pola konsumsi informasi masyarakat. Hal ini terbukti dalam kasus Istiqlalverse yang belum mampu menggeser dominasi platform lama seperti YouTube dan TikTok dalam fungsi penyebaran dakwah.

Sementara itu, teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers menjelaskan bahwa adopsi inovasi terjadi secara bertahap, dimulai dari inovator hingga mayoritas lambat. Istiqlalverse saat ini baru berada pada tahap adopsi awal, yakni digunakan oleh kalangan terbatas yang memiliki literasi teknologi tinggi. Belum meluasnya penggunaan Istiqlalverse menandakan bahwa proses difusi ini membutuhkan strategi persuasi yang lebih intensif, termasuk pendekatan berbasis komunitas dan kepercayaan terhadap otoritas keagamaan yang mendukung inovasi tersebut

2. Implikasi Praktis

Temuan ini memberikan gambaran bahwa pengembangan dakwah digital berbasis metaverse tidak cukup hanya dengan menyediakan platform canggih. Diperlukan pendekatan integratif yang mencakup edukasi publik, kolaborasi antar lembaga dakwah, pelibatan generasi muda kreatif, serta optimalisasi saluran distribusi konten. Dakwah di era digital bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang menjangkau dan menghidupkan ekosistem digital yang partisipatif.

Pengelola Istiqlalverse perlu menyesuaikan diri dengan dinamika budaya digital masyarakat Indonesia, terutama dalam hal:

- a) Membuat versi ringan dan mobile-friendly agar dapat dijangkau lebih luas.
- b) Mengintegrasikan Istiqlalverse dengan media sosial populer untuk promosi konten.
- c) Mengembangkan sistem algoritma yang dapat menyesuaikan preferensi pengguna.
- d) Melibatkan tokoh agama populer dan konten kreator digital untuk membangun ekosistem pengguna.

D. Rekomendasi

1. Bagi Pengelola Istiqlalverse:

- a) Melakukan kampanye edukatif secara masif mengenai fungsi dan manfaat Istiqlalverse.

- b) Meningkatkan kolaborasi dengan tokoh agama dan influencer dakwah di media sosial.
- c) Mengembangkan konten yang variatif, interaktif, dan mudah diakses oleh seluruh segmen usia.

2. Bagi Pemerintah dan Institusi Keagamaan:

- a) Memberikan dukungan infrastruktur dan insentif untuk pengembangan platform dakwah digital.
- b) Mengintegrasikan literasi digital keagamaan dalam kurikulum formal dan non-formal.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti:

- a) Melakukan kajian lebih lanjut terkait efektivitas dakwah berbasis metaverse dalam berbagai konteks sosiologis dan demografis.
- b) Mengembangkan model komunikasi dakwah yang berbasis pada prinsip-prinsip partisipatif dan interaksi virtual.

4. Bagi Masyarakat Umum:

- a) Meningkatkan kesadaran dan keterbukaan terhadap pemanfaatan teknologi baru dalam aktivitas keagamaan.
- b) Mendorong keterlibatan aktif dalam ruang-ruang dakwah digital sebagai bagian dari keberislaman di era modern.

E. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar studi selanjutnya tidak hanya berfokus pada resepsi audiens, tetapi juga mengeksplorasi

efektivitas pedagogis dan pengalaman spiritual pengguna dalam dakwah berbasis Metaverse. Penelitian mendatang dapat mengadopsi pendekatan kuantitatif (seperti survei dan eksperimen) untuk menilai dampak interaksi virtual terhadap pemahaman dan keterlibatan jamaah, serta pendekatan kualitatif untuk menggali pandangan pemuka agama terhadap legitimasi dakwah digital. Studi komparatif lintas negara dan pendekatan interdisipliner juga penting guna merumuskan kebijakan yang holistik dalam mendukung transformasi dakwah di era Society 5.0.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Muhammad Salman, and others, '*Tinjauan Pustaka Kritis Terhadap Potensi Dakwah Islam di Semesta Meta*', Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media, 8.1 (2025).
- Aenulguri, Devika, and Radea Yuli A. Hambali, '*Tantangan Eksistensi Manusia Di Era Inovasi Metaverse Melalui Eksistensialisme Martin Heidegger*', in Gunung Djati Conference Series, 2023.
- Aini, Noviana, '*Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z*', CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies, 5.2 (2023).
- Al Faruqi, Umar, '*Future Service in Industry 5.0*', Jurnal Sistem Cerdas, 2.1 (2019).
- Arifuddin, Arifuddin, '*Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia*', Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies, 3.1 (2020).
- As, Sunarto, '*Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato*' (Jaudar Press, 2014).
- Asgar, M. Syahid, '*A Comparative Analysis of Muhammad Natsir and Mustafa Mashur's Thought on Fiqh Da'wah*' (unpublished Master's Thesis, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2022).
- Au, Wagner James, '*Making a Metaverse That Matters: From Snow Crash & Second Life to A Virtual World Worth Fighting For*' (John Wiley & Sons, 2023).
- Audrey, Arlene Alishya, and Arie Kusuma Paksi, '*The Challenges of the Japanese Government to Implement Society 5.0*', in International Conference on Public Organization (ICONPO 2021) (Atlantis Press, 2022).
- Ball, Matthew, '*The Metaverse*' (WW NORTON Company, 2024).
- Bangsawan, Bahrul, '*Society 5.0 Dan Transhumanisme*', *Kumparan.com* (internet, 7 September 2020), Tekno Sains edition, section Education <<https://kumparan.com/bahrul-bangsawan/society-5-0-dan-transhumanisme-1u9g6Wcm9Vw/full>>
- Barneche-Naya, Viviana, Rocío Mihura-López, and Luis A. Hernández-Ibáñez, '*Metaversos Formativos. Tecnologías y Estudios de Caso*', Vivat Academia, no. 117 (2011).
- Barta, Sergio, Raquel Gurrea, and Carlos Flavián, '*Augmented Reality Experiences: Consumer-centered Augmented Reality Framework and Research Agenda*', *Psychology & Marketing*, 42.2 (2025), pp. 634–50, doi:10.1002/mar.22143

Berger, Charles R., and others, *Efek Media Massa: Handbook Ilmu Komunikasi* (Nusamedia, 2021).

‘Berkunjung ke Istiqlal Metaverse, Ada Ruang Salat dan Mimbar...’, *Langit7.id* <<https://langit7.id/read/30069/1/berkunjung-ke-istiqlal-metaverse-ada-ruang-salat-dan-mimbar-khatib-1677240151>> [accessed 4 June 2025]

Blascovich, Jim, and Jeremy Bailenson, *Infinite Reality: Avatars, Eternal Life, New Worlds, and the Dawn of the Virtual Revolution* (William Morrow & Co, 2011).

Büyükbingöl, Abdulkadir, and Taylan Maral, ‘A Criticism of Transhumanism from the Society 5.0 Perspective in the Context of Social Values’, *Ilahiyat Studies*, 14.1 (2023).

Chen, Guo-Ming, ‘The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context’, 2012.

Cheng, Shenghui, ‘Metaverse’, in *Metaverse: Concept, Content and Context*, by Shenghui Cheng (Springer Nature Switzerland, 2023).

Chuah, Stephanie Hui-Wen, ‘Why and Who Will Adopt Extended Reality Technology? Literature Review, Synthesis, and Future Research Agenda’, *Literature Review, Synthesis, and Future Research Agenda* (December 13, 2018).

Coenen, Christopher, ‘Transhumanism in Emerging Technoscience as a Challenge for the Humanities and Technology Assessment.’, *Teorija in Praksa*, 51.5 (2014).

Cooper, Donald R., C. William Emory, and Ellen Gunawan Sitompul, ‘Metode Penelitian Bisnis. Jilid 2. Edisi 5’ 1997.

Creswell, John W., and Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (Sage publications, 2016).

Damar, Muhammet, ‘Metaverse Shape of Your Life for Future: A Bibliometric Snapshot’, *Journal of Metaverse*, 1.1 (2021).

Díaz, Jairo, Camilo Saldaña, and Camilo Avila, ‘Virtual World as a Resource for Hybrid Education’, *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 15.15 (2020)

‘Digitalisasi Masjid: Menghidupkan Spiritualitas Di Era Teknologi Halaman 1 - Kompasiana.com’ <<https://www.kompasiana.com/sahlan01504/66f79f3bc925c40aa22acef2/digitalisasi-masjid-menghidupkan-spiritualitas-di-era-teknologi>> [accessed 4 June 2025]

Ellitan, Lena, 'Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0', *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10.1 (2020).

Eltanbouly, Somaya, Osama Halabi, and Junaid Qadir, 'Avatar Privacy Challenges in the Metaverse: A Comprehensive Review and Future Directions', *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41.4 (2025).

Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Kencana Prenada Media Group, 2011).

Fabriar, Silvia Riskha, *Dakwah Di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning* (Penerbit NEM, 2024).

Ferdiansyah, Daeng Sani, 'Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Transformasi Sosial Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-NTB', *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12.1 (2020).

Fikri, Mursyid, and Abdul Syatar, 'The Potential Utilization of Metaverse as a Praying Space from the Perspective of Maslahah Mursalah', *Journal of Ecohumanism*, 3.4 (2024).

Flew, Terry, *New Media: An Introduction* (Oxford: Oxford University Press, 2007).

Fornäs, Johan, 'Stuart Hall (1973) "Encoding and Decoding"', in *Classics in Media Theory* (Routledge, 2024).

Fukuyama, Mayumi, 'Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society', *Japan Spotlight*, 27.5 (2018).

Gandur, Florianus, Damianus Tola, and Stefanus H. Gusti Ma, 'Pengaruh Kemajuan Teknologi Internet Terhadap Rendahnya Minat Belajar Siswa Smp Negeri 4 Ruteng Manggarai Barat: Indonesia', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 5.1 (2020).

Gelernter, David, *Mirror Worlds: Or the Day Software Puts the Universe in a Shoebox... How It Will Happen and What It Will Mean* (Oxford University Press, 1993).

Guba, Egon G., and Yvonna S. Lincoln, 'Competing Paradigms in Qualitative Research', *Handbook of Qualitative Research*, 2.163–194 (1994).

Hannan, Abd, 'Covid-19 Dan Disrupsi Praktik Ritual Keagamaan Di Indonesia: Dari Tradisional Ke Virtual (Covid-19 And the Disruption of Religious Practices in Indonesia: From Traditional to Virtual)', *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 16.2 (2022).

Hasbi yasyalloh, Hasbi, *'Kontibusi Friederich Silaban dalam merancang arsitektur masjid Istiqlal di Jakarta tahun 1961-1965'* (unpublished other, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

Hemmati, Morteza, *'The Metaverse: An Urban Revolution Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience'*, *Tourism of Culture*, 2.7 (2022).

Herrman, John, and Kellen Browning, *'Are We in the Metaverse Yet'*, *The New York Times*, 10 (2021).

Hjarvard, Stig, *'The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change'*, *Culture and Religion*, 12.2 (2011).

Holroyd, Carin, *'Digital Content Promotion in Japan and South Korea: Government Strategies for an Emerging Economic Sector'*, *Asia & the Pacific Policy Studies*, 6.3 (2019).

——, *'Technological Innovation and Building a "Super Smart" Society: Japan's Vision of Society 5.0'*, *Journal of Asian Public Policy*, 15.1 (2022).

Hredaya, Muhammad, and Aji Wibawa, *'Kesiapan Dan Strategi Indonesia Dalam Mencapai Era 5.0'*, *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2.2 (2022).

Irwansyah, Irwansyah, *'How Indonesia Media Deal with Sustainable Development Goals'*, in *E3S Web of Conferences (EDP Sciences)*, 2018).

Istiqlal, Humas Masjid, *'Beranda | Masjid Istiqlal'*, *istiqlal.or.id* <<https://www.istiqlal.or.id/Beranda>> [accessed 4 June 2025]

Istiqlalverse - Masuki Istiqlal di Dunia Metaverse, dir. by Masjid Istiqlal TV, 2023 <<https://www.youtube.com/watch?v=9RtYgCDXkfE>>

'Istiqlalverse Platform Metaverse New Istiqlal Karya Telkom Indonesia', *ItWorks*, 23 February 2023 <<https://www.itworks.id/57705/istiqlalverse-platform-metaverse-new-istiqlal-karya-telkom-indonesia.html>>

'Istiqlalverse: Telkom Luncurkan Platform Metaverse New Istiqlal' <<https://pressrelease.kontan.co.id/news/istiqlalverse-telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal>> [accessed 4 June 2025]

'——' <https://www.telkom.co.id/sites/berita/id_ID/news/istiqlalverse-telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-1921> [accessed 4 June 2025]

Jung, Namji, *'Sources of Creativity and Strength in the Digital Content Industry in Seoul: Place, Social Organization and Public Policy'*, 2007.

Kahfi, Al, and Kholis Ali Mahmudi, *'Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management'*, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9.2 (2024).

Kemenag, 'Resmikan Renovasi Masjid Istiqlal, Presiden: Kembangkan Syiar Islam, Bangun Toleransi', [https://kemenag.go.id<https://kemenag.go.id/nasional/resmikan-renovasi-masjid-istiqlal-presiden-kembangkan-syiar-islam-bangun-toleransi-vc6zwwg>](https://kemenag.go.id/nasional/resmikan-renovasi-masjid-istiqlal-presiden-kembangkan-syiar-islam-bangun-toleransi-vc6zwwg) [accessed 4 June 2025]

Khamim, M., 'Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19', An-Nur: Jurnal Studi Islam, 14.1 (2022).

Kumparan Tech, 'Telkom Luncurkan Platform Metaverse New Istiqlal Istiqlalverse', online (internet, Mei 2025), Tekno&Sains edition <<https://kumparan.com/kumparantech/telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-istiqlalverse-1zsxVCrUaAY>>

Kurnia, Lilis, 'Media Dakwah Generasi Milenial Di Era Digital', Dakwah Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan, 18.6 (2020).

Lasswell, Harold D., 'The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change', Social Science Information, 7.1 (1968).

LaValle, Steven M., *Virtual Reality* (Cambridge university press, 2023).

Lee, Lik-Hang, and others, 'All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda', Foundations and Trends® in Human-Computer Interaction, 18.2–3 (2024).

Lestari, Puput Puji, 'Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial', Jurnal Dakwah, 21.1 (2020).

Li, Yong, and Dan Xiong, 'The Metaverse Phenomenon in the Teaching of Digital Media Art Major', in 2021 Conference on Art and Design: Inheritance and Innovation (ADII 2021) (Atlantis Press, 2022).

Lievrouw, Leah A., and Sonia Livingstone, *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs* (Sage, 2002).

Lilley, Stephen, *Transhumanism and Society: The Social Debate over Human Enhancement* (Springer Science & Business Media, 2012).

Lina Hidayati, Miftakhul, 'Metode Dakwah KH Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya', Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018.

Lister, Martin, and others, *New Media: A Critical Introduction* (Routledge, 2008).

Lofland, John, and others, *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis* (Waveland Press, 2022).

Mack, Pamela, 'Diffusion of Innovations by Everett m. Rogers', Technology and Culture, 26.1 (1985).

Maheswara, Rasendriya, Aji Wibawa, and Prananda Anugrah, '*Kesiapan Masyarakat Indonesia Dalam Menyambut Society 5.0*', Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik, 2.2 (2022).

Mardiana, Reza, '*Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial*', KOMUNIDA 2020.

'*Masjid Istiqlal Adaptif Dengan Kemajuan Teknologi Digital Di Usianya Ke-45 Tahun* | *Republika Online*'
<https://khazanah.republika.co.id/berita/rqh6d5320/masjid-istiqlal-adaptif-dengan-kemajuan-teknologi-digital-di-usianya-ke-45-tahun?utm_>
[accessed 4 June 2025]

'*Metaverse: Advantages and Disadvantages*', RFWireless, Mei 2025.

'*Milad Ke 45 Masjid Istiqlal, Tonggak Baru Silaturahmi Masa Depan*'
<<https://mediaindonesia.com/humaniora/560242/milad-ke-45-masjid-istiqlal-tonggak-baru-silaturahmi-masa-depan>> [accessed 4 June 2025]

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2021)

——, '*Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*', Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 103 (2007).

Muhaemin, Enjang, '*Dakwah Digital Akademisi Dakwah*', Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 11.2 (2017).

Mulawarman, Mulawarman, and Aldila Dyas Nurfitri, '*Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*', Buletin Psikologi, 25.1 (2017).

Munir, Muhammad, *Manajemen Dakwah* (Prenada Media, 2021).

Nayar, Pramod K., *An Introduction to New Media and Cybercultures* (John Wiley & Sons, 2010).

Ndraha, Taliziduhu, *Teori, Metodologi, Administrasi I* (Bina Aksara, 1981).

Nitah, Siti Qonitah, '*Media Sosial sebagai Platform Dakwah Interaktif Dalam Membangun Dialog dan Silaturahmi*', AL-Idzaah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 6.2 (2024).

Öngören, Hakan, '*Critique of Transhumanism, Artificial Intelligence, and Digital Society in Terms of Social Values*', Journal of Interdisciplinary Education: Theory and Practice, 6.1 (2024).

Park, Sang-Min, and Young-Gab Kim, '*A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges*', IEEE Access, 10 (2022).

Parwanto, Dyan, '*Wisata Religi Dunia Virtual Masjid Istiqlal Melalui Istiqlalverse*', RRI.co.id - Portal Berita Terpercaya

<<https://www.rri.co.id/ipitek/176232/wisata-religi-dunia-virtual-masjid-istiqlal-melalui-istiqlalverse>> [accessed 4 June 2025]

Peng, Yue, Kirsten Cowan, and Joel Lo Ribeiro, '*Into the Virtual Worlds: Conceptualizing the Consumer-avatar Journey in Virtual Environments*', *Psychology & Marketing*, 42.2 (2025).

Pimay, Awaludin, and Uswatun Niswah, '*The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age*', *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2021.

Preston, Paschal, Aphra Kerr, and Anthony Cawley, '*Innovation and Knowledge In The Digital Media Sector: An Information Economy Approach*', *Information, Communication & Society*, 12.7 (2009).

Procter, James, *Stuart Hall* (Routledge, 2004).

Punyatoya, Plavini, '*New Media: A Critical Introduction*', Book Review on Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2010). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge Publication, 2011.

Purwantari, Teguh, *Masjid* (Kanak, 2023).

Putri, Pratiwi Amalia, Resta Tultuffia Sari, and Amanah Noor Pauseh, '*Transisi Dakwah Di Era Society 5. 0 Berbasis Immersive*', *Jurnal Dijitac*, 3.1 (2022).

Rahman, Abd, '*Teknologi Informasi sebagai Peluang dan Tantangan Dakwah*', *Al-Munzir*, 6.2 (2013).

Ramdhan, Muhammad, *Metode Penelitian* (Cipta Media Nusantara, 2021).

Rogers, Everett M., Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan, '*Diffusion of Innovations*', in *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (Routledge, 2014).

Rogers, Everett M., and Leticia Smith, *Bibliography on the Diffusion of Innovations* (Department of Communication, Michigan State University, 1962).

Rospigliosi, Pericles 'Asher', '*Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the Turn to Virtual Reality for Education, Socialisation and Work*', *Interactive Learning Environments*, 30.1 (2022).

Rymaszewski, Michael, *Second Life: The Official Guide* (John Wiley & Sons, 2007).

Sari, Anoud Aulia, '*Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas Da'i Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Gus Baha)*' (unpublished PhD Thesis, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023).

Shen, Zhangfan, and others, '*Skeuomorphic or Flat? The Effects of Icon Style on Visual Search and Recognition Performance*', *Displays*, 84 (2024).

Shihab, M. Quraish, *'Membumikan' Al-Quran: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Mizan Pustaka, 2007).

Smart, John, and others, *'A Cross-Industry Public Foresight Project'*, Proc. Metaverse Roadmap Pathways 3DWeb 2007.

'Society 5.0', *Cabinet Office Home Page* [accessed 4 June 2025]

Speicher, Maximilian, Brian D. Hall, and Michael Nebeling, *'What Is Mixed Reality?'*, in Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (presented at the CHI '19: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, 2019).

'Stuart Hall - Google Scholar' [accessed 20 May 2025]

Sugiono, P., *'Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D'* (Alfabeta, 2019)

Sugiono, Shiddiq, *'Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective)'*, Jurnal IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi), 22.2 (2020).

Sugiyono, Dr, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Alfabeta, 2010).

Sukardi, Akhmad, *'Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja'*, Al-Munzir, 9.1 (2018).

Susanti, Ari, *'Mager (Lazy-Ass) As New Culture in The Society 5.0 Era (Semiotic Analysis by Charles Pierce in the Grab Food Ad "Laper Di Kantor" Version)'*, in 2nd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2020) (Atlantis Press, 2020).

Sutrisno, Edy, *'Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru'*, Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam, 1.1 (2020).

Taherdoost, Hamed, *'Non-Fungible Tokens (NFT): A Systematic Review'*, Information, 14.1 (2022).

Tamami, Fauziyah Qurrota Ayun, Hafidz Hafidz, and Sabrina Failasufa Tamami, *'Optimalisasi Media PAI: Membangun Jembatan Pemahaman Konten Agama Di Era Metaverse'*, Meriva: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 1.01 (2024).

Tamburaka, Apriadi, *Literasi Media; Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Raja Pers, 2016).

'Telkom Luncurkan Istiqlalverse: Platform Metaverse New Istiqlal'
<<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230222173634-190-916545/telkom-luncurkan-istiqlalverse-platform-metaverse-new-istiqlal>>
[accessed 4 June 2025]

‘Telkom Luncurkan Masjid Virtual Istiqlalverse - Info Katadata.co.id’
<[https://katadata.co.id/info/63f74912ce612/telkom-luncurkan-masjid-virtual-istiqlalverse?utm_](https://katadata.co.id/info/63f74912ce612/telkom-luncurkan-masjid-virtual-istiqlalverse?utm_=)> [accessed 4 June 2025]

‘Telkom Luncurkan Platform Metaverse New Istiqlal Istiqlalverse | Kumparan.com’ <[https://kumparan.com/kumparantech/telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-istiqlalverse-1zsxVCrUaAY?utm_](https://kumparan.com/kumparantech/telkom-luncurkan-platform-metaverse-new-istiqlal-istiqlalverse-1zsxVCrUaAY?utm_=)> [accessed 4 June 2025]

‘The Role of The Website-Based Public Service Information System of The Istiqlal Mosque Management Agency’, *ResearchGate* [accessed 4 June 2025]

timredaksi, ‘Generasi Milenial dan Gen Z Cenderung Menyukai Model Dakwah yang Efektif dan Efisien’, *Muhammadiyah*, 16 March 2024.

Ummah, A. H., ‘*Dakwah Digital Dan Generasi Milenial*. Tasâmuh, 2020.

Wahyu, Ilaihi, ‘*Komunikasi Dakwah*’, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Wang, Hang, and others, ‘*A Survey on the Metaverse: The State-of-the-Art, Technologies, Applications, and Challenges*’, *IEEE Internet of Things Journal*, 10.16 (2023).

Wang, Yuntao, and others, ‘*A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy*’, *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25.1 (2022).

Wibawa, Angga Eka Yuda, ‘*Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di Mi Muhammadiyah PK Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19*’, *Berajah Journal*, 1.2 (2021).

Wibowo, Ari, ‘*Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah*’, *Wardah*, 22.1 (2021).

Widiastuti, Tuti, ‘*Ethnomethodology Study of Digitalized Social Communication Apprehension in Basmala Youth Community Members*’, *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5.1 (2020).

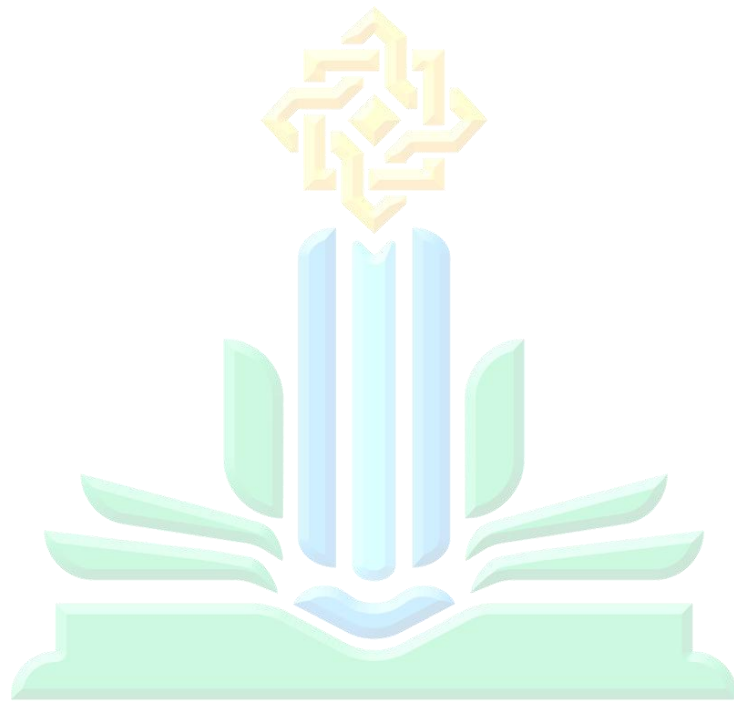
Xi, Nannan, and others, ‘*The Challenges of Entering the Metaverse: An Experiment on the Effect of Extended Reality on Workload*’, *Information Systems Frontiers*, 2022.

Yuhandra, Erga, and others, ‘*Penyuluhan Hukum Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Gadget Dan Media Sosial*’, *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.01 (2021).

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008).

Zhang, Xuanmeng, and others, ‘*AvatarStudio: High-Fidelity and Animatable 3D Avatar Creation from Text*’, *International Journal of Computer Vision*, 2025.

Zuhaili, Wahbah, and Ushul Fiqh al-Islami, 'Damaskus: Dar al-Fikr, 1986',
Cet. Ke-1



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : MOH ABD HALIK

NIM : 213206070008

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Institusi : Pascasarjana UIN KHAS Jember

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 26 Mei 2025

yang menyatakan,



MOH ABD HALIK
NIM : 213206070008