

ABSTRAK

Rizki Laelani, Komunikasi Dakwah Digital dalam Konstruksi Pesan dan Optimalisasi Search Engine Optimization pada Website Rumah Zakat

Perkembangan teknologi digital mengubah praktik dakwah menjadi bagian dari komunikasi berbasis jaringan yang memanfaatkan website sebagai media penyebaran pesan keagamaan. Dalam konteks tersebut, Rumah Zakat (RZ) menghadapi tantangan untuk mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan tuntutan Search Engine Optimization (SEO) agar pesan dakwah tetap mudah ditemukan tanpa kehilangan substansi keislamannya. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi pesan dakwah digital pada website RZ, mengidentifikasi kendala dalam mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan SEO, serta menganalisis optimalisasi SEO dalam mendukung penyebaran pesan dakwah guna membangun pemahaman, partisipasi, dan kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan analisis konten website RZ. Kerangka berpikir penelitian memadukan teori masyarakat jaringan Manuel Castells, komunikasi dakwah digital, dakwah bil-qalam, dan konsep SEO. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, analisis konten website, serta diskusi kolaboratif dengan pengelola media RZ.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi pesan dakwah digital pada website RZ didominasi narasi pemberdayaan, kepedulian sosial, dan transparansi filantropi yang dikemas dalam bentuk berita berbasis aksi nyata. Optimalisasi SEO dilakukan melalui penggunaan kata kunci, pengelolaan struktur artikel, metadata, internal linking, dan peningkatan pengalaman pengguna. Namun, ditemukan beberapa kendala, antara lain ketegangan antara kebutuhan visibilitas algoritmik dan kedalaman pesan dakwah, belum optimalnya pemanfaatan data perilaku pengguna, serta terbatasnya partisipasi pemangku kepentingan dalam produksi konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah digital pada website RZ mengintegrasikan konstruksi pesan berbasis nilai-nilai Islam dengan optimalisasi SEO melalui penggunaan kata kunci, struktur artikel, metadata, internal linking, dan peningkatan pengalaman pengguna.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa SEO dapat menjadi instrumen dakwah *bil-qalam* yang efektif apabila digunakan sebagai sarana memperluas jangkauan pesan, bukan sekadar meningkatkan trafik. Integrasi antara konstruksi pesan dakwah dan optimalisasi SEO, dan partisipasi komunitas mampu memperkuat visibilitas informasi, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi Islam. Temuan ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengelola media dakwah dan lembaga filantropi Islam dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah digital yang partisipatif, efektif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah Digital, Konstruksi Pesan, Search Engine Optimization (SEO), Rumah Zakat, Dakwah Bil-Qalam.