



Jurnal Ilmu Dakwah

[Journal homepage](#)



EKSPRESI KEBERAGAMAN ONLINE: MEDIA BARU DAN DAKWAH

Afidatul Asmar

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Email: afidatulasmar@iainpare.ac.id

Abstract

This paper explain how diversity expression of dakwah in new media. Today, media makes many preachers and mad'u use new media facilities, including internet media where content to Islam is packaged in stories of everyday life and given with funny things. this strategy attracts many interested people on both sides of the preacher and the mad'u themselves. Da'wah is the one of the activities aimed at inviting others in kindness, reminiscent of the end of the day, while new media is a tool used to invite others to better paths. In other developments the question arises regarding human imagination about God and the path of understanding spirituality experiencing setbacks or impoverishment in the digital age. Will the path of God's search for this generation of media cause visitors to the place of worship to recede, the preaching of the Scriptures is not heard, and the spirit of the religious community was down. Is the "new media gedia generation" aware or not "deify" "virtual God". This research uses a case study on the response of preachers and people related to the expression of diversity in using new media, so that how to interpret the message in the social media content Instagram, Facebook, Twitter and YouTube which is a unity of the internet world.

Keywords: Religion, new media, dan da'wah

Abstrak

Tulisan ini berupaya menjelaskan bagaimana dakwah dengan ekspresi keberagaman pada media baru saat ini. Dewasa ini media membuat banyak pendakwah maupun mad'u memanfaatkan fasilitas media baru, diantaranya media internet dimana konten-konten ke Islam yang dikemas dengan santai dalam cerita kehidupan sehari-hari serta dibumbui hal-hal lucu. Strategi ini banyak menjaring peminat pada kedua sisi baik pendakwah maupun para mad'u itu sendiri. Dakwah adalah salah satu kegiatan yang bertujuan mengajak orang lain dalam kebaikan, mengingatkan terhadap hari akhir, sedangkan media baru adalah alat yang digunakan untuk mengajak orang lain kejalan yang lebih baik. Pada perkembangan lain muncul pertanyaan terkait imajinasi manusia tentang Tuhan dan jalan pemahaman spritualitas mengalami kemunduran atau pemiskinan di era digital. Apakah jalan pencarian Tuhan generasi media ini akan menyebabkan pengunjung tempat ibadah surut, pemberitaan Kitab Suci tidak didengar, dan spirit komunitas keagamaan tatap muka meredup. Apakah "generasi media baru" ini sadar atau tidak mulai : "menuhankan" "Tuhan-tuhan virtual". Penelitian ini menggunakan studi kasus terhadap respon

pendakwah dan umat terkait ekspresi keberagaman didalam menggunakan media baru, sehingga bagaimana memaknai pesan dakwah yang terkandung didalam konten-konten media sosial Instagram, facebook, twitter maupun youtube yang merupakan satu kesatuan dunia internet.

Kata kunci: Agama, media baru, dan dakwah.

1. PENDAHULUAN

On Religion, dalam bukunya (Caputo, 2001: 39) menggambarkan dengan indah dan provokatif kehadiran dunia *cyber* bagi kehidupan manusia. Di era internet, demikian menurut Caputo, “kita tak lagi membutuhkan kegiatan secara fisik untuk membeli kenangan-kenangan. Kita tak perlu membawa tubuh kita dari tempat-keempat untuk mencari-cari harga terbaik dari rumah baru, atau untuk menelusuri perpustakaan, harus naik turun tangga dan melongok ke rak-rak berdebu untuk menemukan sebuah buku”. “Ini karena,” menurut Caputo, “kita dapat menelusuri jaringan dalam hitungan detik dan memesan sebuah buku dengan meklik *mouse*, atau bahkan hanya men *download* data base elektronik kita, tanpa memindahkan tubuh kita yang besar dan berat, kita dapat berlayar dengan ringan melintasi ruang dan memasuki museum, mempelajari manuskrip Latin kuno nan-jauh di sana, atau mendengar suara dan melihat wajah dari orang-orang yang sedang kita cari di program pemrosesan kata kita”, (Caputo, 2001: 13).

Caputo sepertinya hendak mengajak kita melihat sejenak betapa teknologi satelit telah menyerap masuk ke dalam pengertian kita tentang ruang teknologi yang membangunkan indra yang hidup dan bekerja dari planet yang berotasi mengitari matahari dan mengganggu pengertian kita tentang bumi yang datar dan tak bergerak.

Kita kini dengan mudah mengirim *email* kepada orang-orang di seluruh dunia dalam zona waktu berbeda tanpa harus melipat kertas atau menjilat perangko. Kita secara bertahap menjadi terbebas dari besarnya realitas material oleh gelombang elektron, mengantarkan kita ke tempat-tempat nan jauh di sisi lain dari planet bumi, naik turun silikon kecil dan sirkuit neurologis tak terbayangkan yang menyokong komputer dan kehidupan sadar kita dan yang memperluas yang berat kepada keadaan tak terbatas, atau yang tampak demikian tak terbatasnya.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, *online social network*, *online* forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Media baru dalam perkembangannya juga mampu kita temukan beberapa penjelasan oleh para ahli, diantaranya:

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar), merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. *Pertama*, era komunikasi tulisan, *Kedua*, era komunikasi cetak, *Ketiga*, era telekomunikasi, *Keempat*, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif (M. Rogers 2003).

Menurut Robert K Logan, mendefenisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, *PC* maupun *notebook*) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan (K. Logan, 2010: 27)

Sebagai pusat informasi, hiburan, pendidikan, serta pengajaran, media diakui telah menyumbangkan peran yang besar dalam ikut serta mencerdaskan bangsa, khususnya pada tayangan yang memuat nilai pendidikan dan agama di era globalisasi ini. Keberadaan tayangan dakwah di media televisi misalnya, dirasakan penting dan diharapkan dapat menjawab serta merespon berbagai persoalan yang timbul di masyarakat. Sejak krisis nasional melanda negeri ini juga dunia internasional, berbagai persoalan timbul dalam masyarakat, di antaranya; *Pertama*, problem teologis dalam bentuk *ateisme* (praktis), *politeisme*, dan *okultisme*. *Kedua*, problem moral mulai dari penyalahgunaan wewenang, korupsi yang makin meluas, tindakan kriminal, kemaksiatan hingga pelanggaran norma-norma kesusilaan. *Ketiga*, problem kejiwaan (psikologis) dalam bentuk *dislokasi*, yaitu perasaan tidak mendapat tempat dalam masyarakat, *disorientasi* merupakan perasaan tidak mampu dan tidak mengetahui arah dan masa depan yang akan dilalui, dan *disharmoni*, yaitu perasaan putus asa yang dapat mengganggu keseimbangan seseorang (*hopeless*) (Hidayat, 2010: 101).

Ali Mahfudz, ulama dan pemikir dakwah terkemuka, memandang bahwa salah satu faktor yang dirasakan mengancam eksistensi manusia moderen di era globalisasi ini adalah rusaknya fitrah yang menyebabkan manusia suka pada kebatilan (*al-bathil*) dan benci pada kebenaran (*al-haqq*). Oleh karena fitrah telah rusak, maka jangan heran jika manusia memandang kebaikan sebagai keburukan, dan sebaliknya, keburukan dipandang sebagai kebaikan. Bahkan, ada sebagian orang dengan sengaja dan bangga mempertontonkan dosa dosa dan kejahatannya tanpa rasa malu sedikit pun (Ali Mahfudz, 2005: 13).

Berbagai problem di atas perlu direspon dan dicari solusi pemecahannya. Hal ini adalah agenda program dakwah yang amat penting pada era globalisasi ini. Ulama, dai, dan da'iah harus bekerjasama dengan pihak media untuk mengemas dakwah semenarik mungkin dan mampu memberi solusi pada permasalahan umat, tentu dengan melakukan pembaharuan dalam kemasan, metode, konsep dakwah, serta peningkatan kualitas dai dan da'iah. Oleh karena itu, acara dakwah yang ditonton dan dimaknai masyarakat bukan kemasan dakwah yang menjenuhkan dan ditinggalkan oleh umat. Sehingga pertanyaan dalam penelitian ini, bagaimana pesan dakwah dalam memaknai media baru dan sejauh mana peran pendakwah dalam memaknai ekspresi keberagaman didalam media baru itu sendiri.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, kualitatif dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek dari penelitian ini adalah media internet yang kemudian diamaknai sebagai bagian dari media baru terhadap ekspresi keberagaman dda'i dan ummat, atau segala yang berkaitan tentang dakwah di media baru. Pendekatan penelitian ini dinamakan pendekatan Deskriptif Kualitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan metode kualitatif diantaranya adalah peneliti sebelumnya sudah mengetahui kondisi yang ada pada media baru. Dan ini menambah kemantapan peneliti untuk mempermudah melakukan penelitian dengan jenis penelitian kualitatif atau penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk pendeskripsian secara analisis sesuatu peristiwa atau proses sebagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakekat proses tersebut (Subaidi, 2019: 71-72).

Penelitian ini bertujuan menggambarkan realitas empiris sesuai fenomena secara rinci dan tuntas. Serta untuk mengungkapkan secara utuh, kontekstual, melalui, melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti didalam penelitian ini. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Maksud dari penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu (Usman, 2016: 1-8).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Agama Islam dan Alternatif Bagi Manusia

Peradaban Barat telah berhasil mencapai taraf gemilang, berbagai kebutuhan manusia telah dipenuhi dengan cara yang makin canggih, cepat dan efisien, namun dalam segi spiritual peradaban Barat mengalami kegagalan karna telah menjauhkan manusia dari Tuhannya. Oleh karna itu perlu dicarikan peradaban alternatif bagi manusia yang menyeimbangkan kemajuan materi dengan spiritual. Islam adalah peradaban yang menambah dimensi keagamaan yang pada akhirnya kemajuan itu bermuara kemajuan kemanusiaan yang melayani naluri manusia untuk hidup damai dan harmoni dengan makhluk lain serta dapat bekerja sama mencapai kesejahteraan yang universal (Altwoijri, 2002: 39). Peradaban Islam sejak dahulu telah memperhatikan kebutuhan integral spiritual dengan material berpadu tidak bisa dipisahkan. Pemisahan kedua hal itu dapat menyebabkan kesalahan konsep epistemologi dan kekacauan moralitas di dunia. Epistemologi Islam didasarkan atas pedoman (Al-Qur'an dan Sunnah), epistemologi Islam memandang objek sebagai masalah umum bukan masalah pribadi. Sebuah ilmu menjadi objektif ketika ia berhasil menjadi problem solving bagi beragam masalah yang terjadi di masyarakat (Hambali, 2017: 27).

Ada pertimbangan moralitas dalam rangka memajukan peradaban Islam sebagai peradaban alternatif sehingga yang dikejar bukan hanya prestasi gemilang, tetapi juga yang tidak kalah penting adalah kemaslahatan alam khususnya manusia. Dalam istilah lain peradaban Islam itu tidak hanya mengejar ilmu untuk mewujudkan prestasi ilmu (*science for science*), melainkan juga ilmu untuk mewujudkan kedamaian masyarakat (*science for peace of society*) atau ilmu untuk kesejahteraan manusia (*science for human welfare*) sehingga arah kemajuan sains maupun teknologi (peradaban) bisa dikendalikan dengan tetap berada dalam jalan yang lurus *al-sirath al-mustaqim* (Qomar, 2012: 79), jalan lurus itu tidak tersesat, tidak ada belokan tidak menanjak dan menurun. Bila mengikuti dan melalui jalan yang tidak lurus dilalui dengan penuh kesulitan, berjalan akan lelah karna banyak belokan, tanjakan dan turunan (Tafsir 2012).

Islam adalah agama rahmah li al-'alamin yang tidak menghendaki kerusakan. Nilai universalisme yang dimilikinya tidak ada bandingannya dalam sejarah agama-agama, yang terus langgeng hingga kini. Kondisi tersebut tidak bisa dilepaskan dari bangunan tentang konsep pembumian nilai-nilai Islam yang dikembangkan melalui dua hal; dakwah (*amr ma'ruf nahi munkar*) dan jihad. Dua amalan tersebutlah yang, diakui atau tidak, telah membawa Islam kepada kelanggengan (*shari'ah*)-nya. Keduanya memiliki fondasi, kaidah, dan koridor-koridor ilmiah yang harus dipahami. Tingkat pemahaman terhadap keduanya menjadi penentu implementasi ajaran-ajaran Islam selanjutnya (Asmar, 2018: 1-2).

Untuk menjadikan Islam rahmah li al-'alamin, Nabi Muhammad mengajak umat manusia memeluk dan mengamalkan agama Islam. Dakwah nabi terbentang dalam periode Mekah yang amat getir hingga periode Madinah yang penuh dengan keberhasilan. Dalam pengalaman dakwahnya yang panjang, tampak bahwa nabi mengembangkan dakwah di tengah masyarakat secara bertahap, mulai dari dakwah secara rahasia (*sirriyah*) dengan pendekatan personal, dakwah terbuka ('alamiyah) dengan pendekatan kolektif, dan dakwah secara politik (*siyasah*) dengan pendekatan kelembagaan (*institutional*). Model dakwah pada masa nabi ini perlu dihadirkan kembali nilai dan makna sejarahnya pada masa-masa sesudahnya, lebih-lebih di dunia Islam modern saat ini, tak terkecuali di Indonesia (Asmar, 2020).

3.2 Paradigma Media Baru dan Dakwah Islam

Istilah paradigma kini makin banyak dipergunakan. Thomas Kuhn adalah orang pertama yang mempopulerkan istilah ini. Paradigma sesungguhnya menunjuk pada suatu model (Peter, 1999: 1095), pola ideal (Depdikbud, 1998: 648), atau kerangka berfikir yang

pergunakan sebagai cara atau alat dalam memandang atau mengkaji suatu masalah. Paradigma biasanya berisi premis-premis teoritik dan juga metodologis (M. Dagun, 2015: 777).

Sebuah paradigma baru digagas dan dicanangkan dimaksudkan untuk mengganti paradigma lama yang sudah usang atau tidak memadai lagi (*out of date*). Ketetapan ini juga berlaku bagi dakwah di media baru. Paradigma baru program acara dakwah di media televisi misalnya menurut hemat penulis, harus memuat pembaharuan dalam kemasannya. Hal itu setidaknya menyangkut 4 (empat) hal pokok, yaitu pembaharuan menyangkut konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan/kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan sekunder untuk mendanai program dakwah, dan peningkatan kualitas dan kuantitas dai dan da'iah, khususnya yang sudah populer di media televisi.

Pengertian dakwah Islam adalah menyeru ke jalan Allah yang melibatkan unsur-unsur penyeru, pesan, media, metode yang diseru, dan Tuhan. Menurut al-Bahiy, dakwah Islam berarti merubah suatu situasi ke situasi yang lebih baik, sesuai ajaran Islam (Kusnawan, 2004: vii). Dalam dakwah terdapat dua dimensi besar: *pertama*, mencakup penyampaian pesan kebenaran, yaitu dimensi "kerisalahan" (*Bi ahsan al-qawl*), merupakan tuntunan dari Q.S. al-Maidah:67. Dimensi kerisalahan dakwah mencoba menumbuhkan kesadaran diri (individu/ masyarakat) tentang kebenaran nilai dan pandangan hidup secara Islam, sehingga terjadi proses internalisasi nilai-nilai Islam sebagai nilai hidupnya, dengan kata lain dakwah kerisalahan dalam prakteknya merupakan proses mengkomunikasikan dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam, dalam hal ini (a). *Islam merupakan sumber nilai, dan (b). Dakwah sebagai proses alih nilai. Kedua*, mencakup pengaplikasian nilai kebenaran yang merupakan "kerahmatan" (*bi ahsan al-'amal*), mengacu pada firman Allah Q.S. al- Anbiya':107. Dakwah kerahmatan ini merupakan upaya mengaktualisasikan Islam sebagai rahmat (jalan hidup yang menyejahterakan, membahagiakan, dan sebagainya) dalam kehidupan umat manusia. Dengan begitu, kalau dalam dimensi kerisalahan dakwah lebih cocok sebagai "mengenalkan Islam", sedangkan dalam dimensi kerahmatan, dakwah merupakan upaya mewujudkan Islam dalam kehidupan.

Selanjutnya, dari dimensi kerisalahan terdapat dua bidang besar, yaitu (1) *Tablig*: Secara bahasa) berasal dari kata *balagha, yuballighu, tablighan*, yang berarti menyampaikan. *Tabligh* adalah kata kerja transitif, yg berarti membuat seseorang sampai, menyampaikan, atau melaporkan, dalam arti menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam bahasa Arab orang menyampaikan di sebut muballigh. dan (2) *Irsyad*; Petunjuk dan pemimpin yang dicontohkan nabi Muhammad dalam menyantuni fakir miskin. Sedangkan dalam dimensi kerahmatan terdapat dua bidang besar juga, yaitu (1) *Tadbir*; (mengurus atau mengatur, memimpin, mengelola, pemerintahan, administrasi) dan (2) *Tathwir*; (adalah pengembangan masyarakat) (Kompas, 2018).

Pertama, pembaharuan kemas konsep dakwah di media baru mengacu pada al-Qur'an dapat diidentifikasi sebagai panggilan (aktualisasi) iman (Q.S. al-Anfal/8:24), pencerahan agama (Q.S. Ibrahim/16:1 dan 5) dan proses masyarakat menuju kualitas "khairu ummah". Allah berfirman: *Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik* (Q.S. Ali-Imran/3:110). Dakwah, pada dasarnya, adalah usaha orang beriman untuk mewujudkan dalam semua aspek kehidupan, baik pada tataran individu, keluarga, masyarakat, umat, dan bangsa. Sebagai aktualisasi iman, dakwah merupakan keharusan dan menjadi tugas penting dan suci bagi setiap muslim, setingkat dengan kapasitas dan kapabilitas yang dimilikinya masing-masing.

Upaya mewujudkan iman dan Islam dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui komunikasi dan penerangan agama (*al-tabligh wal al bayan*), pembudayaan dan sosialisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat (*alamr bi al-ma'ruf*), dan kontrol sosial terhadap segala bentuk kejahatan yang akan mengganggu dan merusak tatanan dan nilai-nilai Islam (*al-nahy-u 'an al-Mungkar*), keteladanan perilaku (*qudwah hasanah*), serta melalui pergerakan (*harakah atau movement*) dengan membangun organisasi yang kuat dan solid sebagai wadah bersama yang akan menghimpun dan memobilisasi kekuatan Islam untuk kemajuan dakwah (Ismail, 2006: xxvii).

Aktivitas dakwah dengan pembaharuan konsep dakwah di media baru diharapkan mampu melahirkan perubahan yang berarti bagi kemajuan umat dan bangsa. Dakwah harus melahirkan umat yang utama atau umat yang unggul (*khairu ummah*). Umat yang terbaik adalah umat yang unggul, umat yang aqidah dan ibadahnya kuat. Hal ini dibuktikan dengan

melakukan tiga hal yaitu *amar ma'ruf, nahi mungkar*, dan iman. Ketiganya dipahami Sayyid Quthub sebagai ciri atau karakter dasar umat Islam (Ismail, 2006: 141).

Kedua, perluasan dan penguatan jaringan/kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, dengan paradigma baru yang menekankan pembaharuan dalam perluasan kerjasama dengan lembaga-lembaga dakwah. Dalam hal ini, diharapkan dakwah di televisi misalnya semakin bergairah karena dukungan dan kerja sama tersebut. Tanpa dukungan dan kerjasama yang baik dari lembaga dakwah seperti universitas, majelis taklim, dan komunitas dai dan da'iah, Badan Kontak Majelis Taklim, Forum Komunikasi Majelis taklim dan seterusnya mustahil dakwah ditelvisi bisa berjalan dengan baik. Hadirnya jamaah dalam kemasan program dakwah di televisi juga memberi nuansa yang baru dalam kemasan dakwah.

Ketiga, penguatan dana primer dan skunder untuk mendanai program dakwah karena ruh dari penayangan kemasan dakwah di televisi adalah wajib ada dana yang cukup besar. Hal ini mengacu pada "ideologi" industri media massa adalah profit yang tinggi, yang diperoleh melalui produk atau acara yang memiliki nilai jual tinggi, bahasa teknisnya adalah menyesuaikan dengan motivasi khalayak. Dengan begitu, kecenderungan industrial ini sebenarnya bersifat demokratis karena tidak pernah ada program yang dapat disiarkan tanpa bertolak dari motivasi khalayak. Seluruh upaya kreatif berarti membaca motivasi massa untuk kemudian mengemas dalam produk.

Untuk itu, dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti kongkrit dan nyata. Kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Oleh sebab itu, memilih cara dan metode serta media yang tepat dakwah aktual, faktual dan konstektual menjadi bagian strategis dari kegiatan dakwah itu sendiri, untuk menyajikan kemasan dakwah yang menarik dan menggugah melalui media baru dengan metode dakwah al-Qur'an surah an-Nahl: 125 perlu diaktualisasikan dalam kemasan baru. "*Serulah manusia ke jalan Tuhanmu, dengan cara hikmah, pelajaran yang baik dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang baik pula, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk*"

Keempat, hal ini amat penting yaitu peningkatan kualitas dan kuantitas dai dan da'iah baik secara moral, akhlak, intelektual, spiritual dan sosial. Seorang dai atau da'iah menurut Yusuf Qardhawi harus melengkapi diri dengan tiga senjata, yaitu iman (*silah al-iman*), akhlak mulia (*al-akhlaq al-karimah*), dan ilmu pengetahuan (wawasan). Senjata iman dan akhlak disebut Qardhawi sebagai bekal spiritual, sedang ilmu dan wawasan disebut sebagai bekal intelektual. Oleh karena itu, seorang dai harus melengkapi diri dengan dua bekal, yaitu bekal spiritual dan intelektual sekaligus. Menurut Qardhawi, ada enam wawasan intelektual yang perlu dimiliki oleh seorang dai atau da'iah, di antaranya: a).

Wawasan Islam meliputi al- Qur'an, al-Sunnah, fiqh dan ushul fiqh, teologi, tasawuf, dan mizham Islam. b). Wawasan sejarah dari periode klasik, pertengahan hingga modern. c). Sastra dan bahasa. d). Ilmu-ilmu sosial (*social sciences*) dan humaniora, meliputi sosiologis, antropologi, psikologi (Qardhawi 2017).

3.3 Keberagaman Dakwah Sebagai Fenomena

Dalam konteks ini, sebaiknya dispesifikasikan terlebih dahulu mengenai dakwah sebagai fenomena sosial dan dakwah sebagai fenomena kultural (kebudayaan). Dua perspektif tersebut bisa dijadikan sebagai metode dakwah, pendekatan dakwah, dimensi dakwah, materi dakwah atau bahkan tujuan dakwah. Dalam perspektif sosial, dakwah cenderung mengarah kepada dimensi dan tujuan dakwah yang bersifat sosiologis.

Kegiatan dakwah dalam perspektif sosial harus mampu berdialog dengan pandangan hidup individu/ kelompok, prinsip, ideologi, maupun interaksi secara psikologis. Pada level masyarakat urban misalnya, aktivitas dakwah yang dilakukan umumnya bersifat praktis. Hal tersebut tentunya menuntut pentingnya dai memiliki kemampuan observasi dan riset, sehingga apa yang disampaikan mengena dan sesuai kebutuhan masyarakat urban. Selain itu,

secara metodologis, dalam riuh masyarakat urban, dai harus menguasai perkembangan teknologi yang semakin pesat, guna beradaptasi dengan sistem dan kultur masyarakat urban yang progresif dan masif.

Secara substansial, dalam konteks sosial, dakwah tidak hanya bertujuan menguatkan dimensi tauhid secara vertikal saja (hubungan dengan Allah), akan tetapi, juga mencakup hubungan horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk, dan hubungan ini harus sesuai dengan kehendak Allah. Kehendak Allah ini memberikan visi (pandangan) kepada kita untuk membentuk suatu masyarakat yang mengejar nilai-nilai utama dan mengusahakan tegaknya keadilan sosial. Pada gilirannya, visi ini memberikan inspirasi kepada kita untuk mengubah dunia di sekelilingnya agar sesuai dengan kehendak Allah, dan inilah misi manusia muslim (Mulkhan, 1996).

Komunikasi merupakan salah satu metode dakwah yang Rasulullah terapkan kepada para sahabatnya, tanpa komunikasi tidak akan mampu berjalan menuju target-target yang diinginkan, demikian juga komunikasi tanpa dakwah akan kehilangan nilai-nilai Ilahi dalam kehidupan. Maka dari sekian banyak definisi dakwah ada satu definisi yang menyatakan, bahwa dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinu, bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan cara-cara ilmiah dan sarana yang efisien (Setiana, 2011).

Berangkat dari hadits di atas, dakwah sebagai fenomena kultural memiliki relevansi terhadap pendekatan dan metodologi dakwah yang sesuai dengan perkembangan kebudayaan dan sistem nilai di daerah tertentu. Dakwah di masyarakat pedesaan tidak bisa disamakan dengan dakwah di masyarakat perkotaan. Dakwah di masyarakat pedesaan cenderung tradisional, sedangkan isu atau tema yang diketengahkan secara umum lebih mengarah kepada tema-tema vertikal (tema-tema langit, surga, neraka, ancaman, dan hiburan). Akan tetapi, sebagai pendekatan dan metodologi, dakwah kultural sudah seharusnya dilestarikan, khususnya di bidang kesenian. Nilai budaya dalam bentuk komunikasi verbal dan non verbal yang telah lama ada dalam kehidupan masyarakat (Asmar, 2018).

Seni merupakan media yang mempunyai peranan penting dalam melakukan pelaksanaan kegiatan religi, karena media tersebut memiliki daya tarik yang dapat mengesankan hati setiap pendengar dan penonton. Melalui kesenian tentunya tidak hanya sebagai hiburan belaka, namun orang mencipta kesenian mempunyai tujuan-tujuan tertentu, misalnya sebagai mata pencaharian, untuk propaganda atau bahkan untuk berdakwah. Bagi mereka yang menikmati suatu karya seni tentunya akan tergerak untuk menghayati apa sebenarnya misi yang terkandung di dalamnya. Di dalam gempita dan

persaingan kelompok kesenian di zaman modern ini, tidak menjadikan kesenian-kesenian tradisional merasa pesimis untuk mendapatkan simpatisan dari publik atau masyarakat, namun justru menjadi acuan untuk lebih meningkatkan mutu kesenian yang ditampilkan. Hal ini terbukti dengan masih hidup dengan suburnya kesenian-kesenian tradisional di daerah-daerah (Rabiah, 2013). Di daerah Banyumas sebagai contoh, ada beragam produk budaya seperti kesenian kenthongan, begalan, macapat, dan geguritan yang bisa diformulasikan sebagai media dakwah. Inilah kekayaan dakwah secara kultural yang harus dilestarikan.

Media dakwah lewat seni memiliki banyak keunggulan. Seni tidak lepas dari masalah keindahan, kesenangan dan segala sesuatu yang mempesona dan mengasyikkan. Hal ini karena pada dasarnya seni diciptakan untuk melahirkan kesenangan. Adapun menikmati keindahan dan kesenangan adalah keinginan dan kegemaran manusia karena hal tersebut merupakan fitrah naluri manusia yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia. Sepanjang sejarah kehidupan manusia belum pernah ditemukan umat yang menjauhkan diri dari berbagai macam seni, khususnya seni musik dan tari. Kedua kesenian ini bahkan digunakah oleh para pendakwah terdahulu (para wali) dalam menyiarkan agama Islam di Nusantara. Hasilnya tentu sangat efektif. Islam masuk ke Nusantara tanpa peperangan, melainkan dengan aman, indah dan damai, yakni dengan seni dan budaya (Rabiah, 2013: 9).

Pertanyaan yang muncul kemudian, bagaimanakah dakwah secara kultural dapat menjawab tantangan zaman? (Shihab, 2007: 1). Dakwah kultural harus bisa beradaptasi dengan tantangan zaman. Perlu adanya kerja sama antara pegiat kesenian, dai, dan masyarakat untuk melakukan sebuah terobosan baru atau inovasi dalam memformulasikan nilai-nilai keindahan di dalam kesenian (budaya) sebagai media dakwah. Kesempatan tersebut sesungguhnya terbuka cukup lebar dikarenakan banyak individu atau pun kelompok yang bergerak di bidang kesenian mampu meraup keberhasilan secara signifikan di era media baru. Sebut saja pada seni musik, nama-nama seperti Bimbo, Opick, Ustadz Jefri, Wali Band. Dakwah Islam melalui seni musik dapat diterima dengan baik di kalangan masyarakat, baik pedesaan maupun perkotaan, meskipun tujuan dan substansinya berbeda-beda. Maraknya trend citizen journalism juga memberi peluang bagi dakwah kultural untuk unjuk gigi, seperti liputan kesenian tradisional atau publikasi potensi kesenian pesantren dan masjid sebagai basis pemberdayaan masyarakat.

3.4 Digitalisasi Dakwah Media Baru Perkembangan Islam

Berbicara mengenai dakwah dan peradaban, romantisme memori umat Islam akan menasar kepada proses dakwah yang dilakukan oleh para Nabi dan Rasulullah saw. Tidak sedikit narasi yang terjadi ketika itu adalah benturan kepentingan, baik itu politik, agama, ideologi, dan ekonomi yang berakibat hilangnya nyawa banyak syuhada akibat peperangan.

Sebagai contoh adalah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Nuh as. Tentang dakwah Nabi Nuh as, al-Qur'an berkisah: *"Sesungguhnya kami telah mengutus Nuh kepada kaumnya lalu ia berkata: "wahai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya." Sesungguhnya (kalau kamu tidak menyembah Allah), aku takut kamu ditimpa azab hari yang besar (kiamat) (59). Pemuka-pemuka dari kaumnya berkata: "Sesungguhnya kami memandang kamu berada dalam kesesatan yang nyata" (60). Nuh menjawab: "hai kaumku, tak ada padaku kesesatan sedikit pun tetapi aku adalah utusan dari Tuhan semesta alam (61). "Aku sampaikan kepadamu amanat-amanat Tuhanku dan aku memberi nasihat kepadamu, dan aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui" (62). (Q.S al-A'Raaf: 59-62).*

Dakwah Nabi Nuh dalam al-Qur'an diungkap dalam satu surat lengkap, yaitu surat Nuh. Dalam surat tersebut dikisahkan tentang sebagian dari metode dakwah, prioritas

dakwah, dan kesabaran beliau berkhidmat untuk kaumnya dalam waktu yang lama. Prioritas dakwah beliau difokuskan untuk membenahi permasalahan akidah, mengajak umatnya bertakwa kepada Allah, dan setia kepada dirinya. Berbagai metode beliau pakai. Kadangkadangkang dengan cara mengingatkan tentang bahaya pembangkangan, kadangkadangkang menyampaikan berita kepada orang yang taat. Pada saat tertentu beliau bersikap keras, saat yang lain bersikap lemah lembut (Ilaihi 2015).

Kisah Nabi Nuh as di atas memberikan pesan kepada seluruh umat manusia bahwa dakwah harus mengutamakan aspek atau metode humanis. Dakwah tidak bisa dilakukan secara reaktif dan agresif, sebab dakwah adalah representasi dari akumulasi sejarah peradaban Islam yang kental dengan nuansa kebaikan dan hikmah.

Semangat dari Nabi Nuh as tersebut harus dikontekstualisasikan dalam era digital seperti sekarang ini. Dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi harus memunculkan sebuah gerakan, pemikiran, dan temuan-temuan baru dalam bidang dakwah guna kemaslahatan umat manusia. Dakwah Islam pada era digital idealnya mampu menerjemahkan isu-isu aktual yang sedang terjadi dengan memasukkan nilai-nilai dan paham Islam yang inklusif, seperti isu pendidikan, gender, ekonomi, dan multikulturalisme. Dakwah Islam tidak boleh hanya bersifat tekstual, akan tetapi harus selalu dinamis dan berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban umat.

Statement semacam itu mengamini apa yang disampaikan oleh Ulil Abshar Abdalla bahwa salah satu masalah yang menghantui umat Islam sepanjang sejarahnya adalah: bagaimana bisa hidup sesuai dengan tuntutan teks agama di satu pihak, tetapi, di pihak lain juga menempatkan diri secara kongruen dengan perkembangan-perkembangan kemanusiaan. Bagaimana di satu pihak, bisa terus menyesuaikan diri dengan perubahan, akan tetapi, di pihak lain, tetap menjadi muslim yang baik. Ulil kemudian merumuskan masalah itu dengan bahasa yang sedikit gaul yaitu bagaimana menjadi otentik, sekaligus menjadi modern? (Suseno, 2007).

Dialektika dakwah Islam dengan perkembangan teknologi digital justru menjadi peluang emas agar bisa bersaing melawan hegemoni Barat yang sudah merasuk ke pelbagai pemikiran dan ideologi umat manusia. Islam harus menunjukkan wajah sejuk, karena selama ini yang tampil di media adalah Islam yang diposisikan sebagai gerakan terorisme, sehingga muncul kredonya *Islam is a terrorist*.

Secara teologis, Islam tidak menjadi hambatan untuk menjadikan umatnya maju dan berkembang. Bahkan Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi umat yang terbaik di muka bumi (Q.S ali-'Imran: 110) (Basit 2006). Atas dasar semangat teologis tersebut, maka perlu adanya bekal pengetahuan dan praktik penguasaan teknologi bagi para dai. Paradigma dai yang "hanya" pandai berbicara soal agama namun alpa dengan perkembangan teknologi harus diubah. Pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama juga perlu memberikan fasilitas yang memadai bagi terselenggarakannya *technological education* bagi para dai, agar dakwah Islam yang disyi'arkan lebih berwarna dan modern.

Arnold Toynbee, sebagaimana dikutip oleh Abdul Basit mengatakan: "saya yakin bahwa gaya suatu peradaban adalah perwujudan dari agamanya Saya amat setuju bahwa agama telah menjadi sumber vitalitas yang telah menyebabkan kehadiran peradaban di dunia dan telah mempertahankan kehadirannya. Bahkan lebih dari itu, agama merupakan daya ikat spiritual yang telah menyatukan masyarakat yang beradab" (Basit 2006).

4. PENUTUP

Pesatnya persaingan di dunia media baru menuntut para pelaku dan pemikir dakwah untuk terus meningkatkan kualitas diri dan intelektual dalam melakukan pembaharuan konsep dakwah, memperkuat jaringan kerjasama dan menggalang dana dakwah yang sebesar-besarnya dari berbagai kalangan yang mau menyisihkan hartanya di jalan Allah dalam rangka syiar Islam sehingga dengan leluasa berkreasi mengemas dan memformat

dakwah sesuai permasalahan umat ditinjau dari semua aspek kehidupan melalui dakwah di media baru.

Kekayaan pengetahuan Islam merupakan salah satu keberagaman memang memerlukan elaborasi terus-menerus agar tetap aktual dengan kebutuhan zaman. Elaborasi menurut banyak pihak untuk semakin ramah dengan situasi di mana Islam itu hadir, salah satunya adalah dengan memberikan pemaknaan yang lebih luas terhadap dakwah itu sendiri.

Untuk lebih bebas berkreasi dan mengemas dakwah di era globalisasi ini, seharusnya pelaku dakwah tidak hanya bergantung kerjasama dengan pihak pemilik stasiun media baru, tetapi perlu ada media baru, komunitas yang berdasarkan/berorientasi dakwah Islam sehingga mampu melakukan pembaharuan dakwah di media baru tanpa intervensi pihak-pihak yang berkuasa di dunia keberagaman dalam berdakwah karena kepentingan komersialisasi semata.

Selanjutnya dakwah di era media baru yang terhubung pada digital, televisi dan lain-lain dapat membangun kekuatan identitas bangsa yang ber-bhinneka. Pemerintah, dai, dan masyarakat Islam khususnya, harus melihat era digital sebagai peluang yang baik untuk berkembang, sekalipun umat Islam sedang hidup dalam ketegangan konvensi (normativitas dan kejumudan berpikir) dan inovasi (ijtihad dan Islam yang modern).

Akhirnya sebagai sebuah pendekatan, dakwah digital yang merupakan bagian dari media baru didalam menyongsong keberagaman, memberikan kekuatan secara struktur maupun kultur. Penguatan secara struktur dimaksudkan kepada dakwah digital yang melembaga. Lembaga tersebut bisa bersifat formal ataupun non-formal, baik itu yang diinisiasi oleh swasta maupun pemerintah. Sehingga, semangat Islam bisa dinikmati secara kolektif sebagai sebuah upaya dakwah struktural. Sedangkan, penguatan secara kultural dimaksudkan untuk membekali seluruh sumber daya yang ada di pesantren (salaf), guna memiliki kemampuan praksis untuk menunjang performa dakwah serta meningkatkan mutu alumni. Pesantren (salaf) harus membuka ruang seluas-luasnya terhadap dinamika kebudayaan dan peradaban guna menggali seluruh potensi santri agar berani bersaing di era global.

5. DATAR PUSTAKA

Buku

- Ali Mahfudz, Syekh. *Hidayat Al-Mursyidin Ila Thuruq Al-Wa'zh Wa Al-Khithabah*. Beirut: Dar al- Marifah. 2005
- Altwojri, Abdul Aziz Othman. *Khashaish Al-Hadrarah Al-Islamiyah Wa Afaq Al-Mustaqbal*. Rabat: Matba"ah al-Ma"arif al-Jadidah. 2002.
- Basit, A. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2006.
- Caputo, John D. *On Religion*. London, Britania Raya: Roudledge. 2001.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1998.
- Hambali. *Filsafat Ilmu Islam Dan Barat*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Hidayat, Komaruddin. *Agama Dan Kegagalan Masyarakat Modern*. Jakarta: Mediacita. 2010.
- Ilaihi, W. *Pengantar Sejarah Dakwah*. Jakarta: Prenada Media. 2015.
- Ismail, Ilyas. *Paradigma Dakwah Sayyid Qutub: Rekontruksi Dakwah Harakah*. Jakarta: Penamadani. 2006.
- K. Logan, Robert. *Understanding New Media*. New York: Peter Lang. 2010.
- Kusnawan, Aep. *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press. 2004.
- M. Dagon, Save. *Kamus Besar Lima Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Kebudayaan Nusantara TT. 2015.
- M. Rogers, Everett. *Teknologi Komunikasi: Prespektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Lesvi. 2003.

- Mulkhan, A.M. *Ideologisasi Gerakan Dakwah Episode Kehidupan M. Natsir Dan Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sypress. 1996.
- Peter, Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English. 1999.
- Qardhawi, Yusuf. *Tsaqafat Al-Da'iyah*. Beirut: al-Mu'assasah al-Risalah. 2017.
- Qomar, Mujamil. *Pemikiran Islam Metodologis Model Pemikiran Alternatif Dalam Memajukan Peradaban Islam*. Yogyakarta: Teras. 2012.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Masyarakat*. Bandung: Mizan Media Utama. 2007.
- Suseno, F.M. *Memahami Hubungan Antar Agama*. Yogyakarta: Sukses Offset. 2007.
- Tafsir, Tim Penyusun. *Al-Qur'an Tematik Kementrian Agama RI, Moderasi Islam*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang Diklat Kemenag RI. 2012.

Jurnal

- Asmar, Afidatul. "Genealogi Dan Strategi Dakwah Kultural NU." [Http://Islamica.Uinsby.Ac.Id/Index.Php/Islamica/Article/View/574](http://Islamica.Uinsby.Ac.Id/Index.Php/Islamica/Article/View/574) 13 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/islamica.2018.13.1.164-183>. 2018a.
- . "Pesan Dakwah Dalam Tari Pepe'Pepeka Ri Makka Pada Masyarakat Kampung Paropo Kota Makassar." UIN Sunan Ampel Surabaya. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/25686>. 2018b.
- Rabiah, T.S. "Analysis of Rampak Bedug Arts as Media on Da'wa in Banten." *Jurnal Bimas Islam*. 2013.
- Setiana, W. "Revitalisasi Dakwah Dalam Menghadapi Dampak Budaya Global Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Dakwah*. 2011.
- Subaidi. "Pati Dan Silahul Ulum Asempapan Trangkil Pati." *At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 02(1): 71-72. 2019.
- Usman, F. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1(1): 1-8. 2016.

Internet

- Asmar, Afidatul. "Moderasi Pendidikan Muhammadiyah Dan NU Di Indonesia." Tegas.Id. 2020. <https://www.suaraislam.co/moderasi-pendidikan-muhammadiyah-dan-nu-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 09 Juni 2020.
- Kompas. "Pendekatan Dalam Berdakwah Dan Bersabar." Kompas. 2018. <https://www.kompasiana.com/mayae/5da93c83b189512d90109022/pendekatan-dalam-berdakwah-dan-bersabar?page=1>, diakses pada tanggal 08 Juni 2020.