



Membangun Komunikasi Islam Lewat Dakwah di Platform Media Digital

Irfan Nur Haditama*, M. Abzar Duraesa, Sitti Syahar Inaiyah, Sy. Nurul Syobah

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia
aditamajournalist@gmail.com

Abstrak

Penyebaran Informasi Komunikasi Islam di media online mengacu pada proses dan praktik menyebarkan informasi, pengetahuan, dan nilai-nilai Islam melalui platform digital dan internet. Media online yang dimaksud di sini termasuk website, blog, forum, media sosial, aplikasi, dan platform streaming video. Tujuan dari penyebaran informasi komunikasi Islam di media online adalah untuk memberikan akses yang lebih mudah dan luas kepada umat Islam dan masyarakat luas dalam memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan wawasan tentang ajaran Islam. Media online juga memungkinkan orang-orang untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan berdiskusi tentang isu-isu keagamaan melalui komentar dan fitur-fitur kolaboratif lainnya. Di media online, informasi komunikasi Islam dapat berupa berbagai format seperti tulisan, audio, video, gambar, dan presentasi multimedia. Konten yang disebarkan mencakup topik-topik seperti tafsir Al-Qur'an, hadis, sejarah Islam, fiqh, tazkiyah, syariat, dakwah, hikmah, kisah-kisah Islami, dan berita terkait agama. Penyebaran Islam di media online juga memberikan ruang bagi tokoh agama, ulama, cendekiawan muslim, dan pemikir Islam untuk berbagi pemikiran, pengajaran, khutbah, dan ceramah melalui kanal mereka sendiri. Selain itu, ada juga lembaga-lembaga pendidikan agama yang menyediakan bahan pelajaran, kursus, materi belajar, dan forum diskusi online.

Kata kunci: Komunikasi Islam, Media Digital

Abstract

Dissemination of Islamic Communication Information in online media refers to the process and practice of disseminating Islamic information, knowledge, and values through digital platforms and the internet. The online media referred to here include websites, blogs, forums, social media, apps, and video streaming platforms. The purpose of disseminating Islamic communication information on online media is to provide easier and wider access to Muslims and the wider community in gaining knowledge, understanding, and insight into Islamic teachings. Online media also allows people to interact, share experiences and discuss religious issues through comments and other collaborative features. In online media, Islamic communication information can be in various formats such as writing, audio, video, images, and multimedia presentations. The content disseminated covers topics such as tafsir of the Qur'an, hadith, Islamic history, fiqh, tazkiyah, sharia, da'wah, hikmah, Islamic stories, and religion-related news. The spread of Islam in online media also provides space for religious leaders, scholars, Muslim scholars, and Islamic thinkers to share their thoughts, teachings, sermons, and lectures through their own channels. In addition, there are also religious education institutions that provide study materials, courses, learning materials, and online discussion forums.

Keywords: Islamic Communication, Digital Media

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital ini, penyebaran informasi komunikasi Islam di media online juga berperan penting dalam mengejar cita-cita dakwah global. Melalui media ini, pesan Islam dapat menjangkau lebih banyak orang di berbagai negara dan bahasa, mengatasi batasan geografis dan bahasa yang sebelumnya sulit dilakukan secara offline.

Namun, sebagai media yang terbuka dan terhubung dengan berbagai pelaku, penyebaran informasi komunikasi Islam di media online juga membutuhkan kewaspadaan terhadap penyebaran informasi yang salah, konten radikal, ekstremisme, dan intoleransi. Oleh karena itu, pengguna dan pengelola media online perlu memeriksa dan memverifikasi keabsahan sumber informasi sebelum menyebarkannya.

Secara keseluruhan, penyebaran informasi komunikasi Islam di media online berperan penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan, nilai-nilai perdamaian, toleransi, dan harmoni serta memungkinkan umat Islam dan masyarakat luas untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas tentang Islam secara mudah dan praktis.

Untuk mengaplikasikannya di lapangan diperlukan strategi dakwah digital dengan serangkaian langkah yang dilakukan secara online untuk mengajak dan mengedukasi masyarakat melalui platform digital seperti jejaring sosial, blog, video, dan aplikasi. Beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam dakwah digital yaitu bagaimana mempelajari target audiens. Sebelum memulai dakwah digital, penting untuk memahami siapa target audiensnya. Apakah mereka pemula dalam agama, kaum muda, atau orang dewasa. Hal ini akan membantu dalam merancang konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka.

Selanjutnya, bagaimana menciptakan konten yang menarik. Konten yang menarik dan informatif adalah salah satu kunci dalam dakwah digital. Konten yang relevan dengan tema agama atau isu-isu yang relevan dan menarik perhatian audiens seperti artikel, video, podcast, atau infografis. Lalu menggunakan media sosial sebagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube adalah platform yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah. Manfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, stories, dan hashtag untuk menjangkau lebih banyak orang.

Dakwah digital juga harus melibatkan berinteraksi dengan audiens. Balaslah komentar dan pesan yang diterima, tanggapi pertanyaan, dan berikan saran yang bermanfaat. Hal ini akan membantu membangun hubungan yang baik dengan audiens dan meningkatkan kepercayaan mereka.

Bekerja sama dengan influencer atau tokoh yang memiliki pengikut banyak di media sosial juga dapat membantu menyebarkan pesan dakwah lebih luas. Cari influencer yang sejalan dengan nilai-nilai agama dan ajak mereka untuk berpartisipasi dalam proyek dakwah digital. Dakwah digital juga dapat melibatkan pembentukan komunitas online di media sosial. Dengan mengikuti strategi-strategi di atas, dakwah

digital dapat memberikan dampak positif yang lebih luas dan efektif dalam memperluas penyebaran pesan agama.

A. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana efektivitas penggunaan media digital dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam dakwah melalui media digital?

B. LANDASAN TEORITIS

1. Konsep Komunikasi dalam Islam

Komunikasi dalam Islam merujuk pada proses pertukaran informasi dan pesan yang berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam. Ini tidak hanya melibatkan aspek verbal, tetapi juga non-verbal, serta mencakup penyampaian pesan moral, etika, dan spiritual. Dalam konteks ini, komunikasi bertujuan untuk membangun pemahaman, menjalin hubungan yang baik, dan mendorong masyarakat menuju kebaikan.

Komunikasi dalam konteks Islam tidak hanya mencakup pertukaran informasi, tetapi juga penyampaian pesan moral dan spiritual. Dalam Al-Qur'an, komunikasi dianggap sebagai sarana untuk menyampaikan kebenaran, membangun pemahaman, dan mengajak kepada kebaikan¹. Konsep ini mendasari pentingnya dakwah sebagai bentuk komunikasi yang harus dilakukan dengan hikmah dan baik. Ayat-ayat yang berbicara tentang komunikasi dan dakwah, seperti Surah An-Nahl (16:125) yang menjelaskan tentang metode dakwah dengan bijaksana.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

125. "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk".

¹ etika komunikasi dalam Islam, seperti "Islamic Communication Ethics" oleh Muhammad S. A. Khan.

2. Dakwah dan Media Digital

Dakwah di era digital memungkinkan penyebaran pesan Islam yang lebih luas dan cepat. Media digital seperti media sosial, blog, dan video platform menjadi alat strategis untuk menjangkau audiens yang lebih besar, termasuk generasi muda². Menurut beberapa penelitian, penggunaan media digital dalam dakwah dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan³.

3. Teori Komunikasi

Teori komunikasi yang relevan untuk membangun dakwah di media digital antara lain:

- **Teori Interaksi Simbolik:** Menekankan bahwa komunikasi adalah proses interaksi sosial yang membentuk makna. Dakwah yang dilakukan secara digital harus mampu membangun makna yang relevan dengan audiens⁴.
- **Teori Agenda-Setting:** Menyatakan bahwa media memiliki peran dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Dakwah di media digital harus mampu memanfaatkan teori ini untuk mengedukasi dan memberikan informasi yang benar mengenai ajaran Islam⁵.
- **Teori Uses and Gratifications:** Menggambarkan bagaimana individu memilih media berdasarkan kebutuhan mereka. Dakwah harus mengidentifikasi kebutuhan audiens dan memberikan konten yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut⁶.

4. Peran Media Digital dalam Dakwah

Media digital memberikan peluang baru untuk:

- **Interaksi Langsung:** Memfasilitasi dialog dua arah antara pendakwah dan masyarakat, yang memungkinkan umpan balik dan diskusi yang konstruktif⁷.
 - **Inovasi Konten:** Menggunakan berbagai format seperti video, infografis, dan podcast untuk menarik perhatian audiens yang beragam.
 - **Penyebaran Informasi yang Cepat:** Memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara real-time, yang sangat penting dalam merespons isu-isu aktual⁸.

² "The Role of Social Media in Islamic Da'wah" di jurnal komunikasi Islam.

³ "Digital Da'wah: The Impact of Social Media on Islamic Propagation" yang membahas perkembangan dakwah di era digital.

⁴ "Symbolic Interactionism: An Introduction" oleh Sheldon Stryker.

⁵ "The Agenda-Setting Function of Mass Media" oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw.

⁶ "Uses and Gratifications Research" oleh Blumler dan Katz.

⁷ "Digital Media and Islamic Communication: Strategies and Impacts" dalam jurnal komunikasi.

⁸ "Social Media in Islamic Da'wah: Challenges and Opportunities" yang membahas cara-cara inovatif dalam dakwah.

5. Tantangan dan Peluang

Meskipun banyak peluang, dakwah melalui media digital juga dihadapkan pada tantangan seperti:

- **Informasi yang Tidak Akurat:** Meningkatnya berita palsu dan misinformasi yang dapat merusak citra Islam.
- **Perbedaan Pemahaman:** Beragamnya interpretasi ajaran Islam yang dapat menyebabkan konflik.
- **Adaptasi Teknologi:** Pentingnya pendakwah untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

II METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengeksplorasi dan mendalami fenomena komunikasi Islam yang terjadi melalui dakwah di media digital. Alasan Penggunaan Metode Kualitatif:

1. Analisis Mendalam:

- Metode kualitatif memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap fenomena komunikasi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami berbagai aspek, seperti praktik dakwah di media sosial, inovasi dalam penyampaian pesan, serta pengaruhnya terhadap masyarakat.

2. Pengumpulan Data Beragam:

- Penelitian ini akan melibatkan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam dengan para dai, observasi terhadap interaksi di media sosial, analisis konten dari platform dakwah, dan studi kasus dari komunitas yang aktif menggunakan media digital untuk berdakwah.

3. Memahami Proses dan Konteks:

- Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini akan menjelaskan konteks di balik komunikasi Islam. Penelitian akan menggali bagaimana tradisi komunikasi Islam beradaptasi dengan teknologi baru dan dampaknya terhadap perilaku serta pandangan masyarakat.

4. Fleksibilitas Metode:

- Penelitian ini akan bersifat fleksibel, memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan teknik pengumpulan data sesuai kebutuhan. Misalnya, peneliti dapat melakukan diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk menggali lebih dalam pandangan masyarakat tentang dakwah digital.

5. Pemahaman Persepsi dan Makna:

- Penelitian ini akan fokus pada memahami persepsi, makna, dan interpretasi dari berbagai aktor sosial terkait komunikasi Islam. Melalui wawancara dan observasi, peneliti akan mengumpulkan sudut pandang yang beragam mengenai pengaruh dakwah di media digital.

Langkah-langkah Penelitian:

1. Identifikasi Subjek Penelitian:

- Menentukan kelompok sasaran seperti dai digital, pengguna media sosial yang aktif, dan masyarakat umum yang terlibat dalam dakwah.

2. Pengumpulan Data:

- Melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk mengumpulkan data kualitatif.
- Mengumpulkan konten dari berbagai platform media digital yang digunakan untuk dakwah.

3. Analisis Data:

- Menganalisis data dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antara tradisi komunikasi dan inovasi di media digital.

4. Penyusunan Laporan:

- Menyusun laporan penelitian yang menggambarkan temuan secara naratif, menyoroti aspek-aspek penting dalam komunikasi Islam melalui dakwah digital.

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif akan memberikan wawasan yang mendalam tentang komunikasi Islam dalam konteks media digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dinamika antara tradisi dan inovasi serta dampaknya terhadap masyarakat dalam konteks dakwah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah berasal dari bahasa Arab "da'a" yang berarti "mengajak" atau "memanggil." Dalam konteks Islam, dakwah merujuk pada usaha untuk menyebarkan ajaran Islam, mengajak orang kepada kebaikan, serta mengedukasi masyarakat tentang nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Dakwah bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup pembinaan akhlak dan spiritualitas individu serta masyarakat. Dakwah adalah aktivitas penting dalam Islam yang memiliki makna mendalam dan tujuan yang luas. Melalui dakwah, umat Islam diharapkan dapat menjadi agen perubahan, menyebarkan nilai-nilai positif, dan membangun masyarakat yang lebih baik dan sesuai dengan ajaran Allah.

Dakwah juga merupakan aktivitas penting dalam dunia Islam karena dakwah berpengaruh besar dalam perluasan ajaran Islam. Ajaran Islam yang sampai ke bumi nusantara tidak lepas dari gigihnya perjuangan dakwah yang dilakukan para ulama penyebar Islam. Dari segi asal kata, dakwah berasal dari bahasa arab yaitu da'wah yang bermakna ajakan, ajakan yang dimaksudkan dalam konteks ini adalah ajakan yang mengandung seruan untuk beriman kepada Allah SWT berdasarkan aqidah dan syariat Islam.

Jika ditelusuri secara lebih mendalam, kata da'wah merupakan bentuk masdar atau kata benda dari bentuk fiil atau kata kerja dari da'a yad'u yang memiliki arti mengajak atau memanggil⁹. Secara terminologi dakwah didefinisikan sebagai kegiatan yang bersifat mengajak dan memanggil orang untuk taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis akidah, syariat, dan akhlak islamiyah.

Perintah untuk melaksanakan dakwah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada beberapa ayat, misalnya pada Surat Ali Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (QS. 3:104).

Ayat ini secara tegas memberi penekanan bahwa di antara umat Islam mesti ada sekelompok orang yang bertugas melakukan dakwah dengan mengajak kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'rif dan mencegah terjadinya kemungkaran. Perkara dakwah juga dibincang dalam Surat An-Nahl ayat 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. 16: 125). Dalam ayat ini Allah memberi pedoman kepada Nabi Muhammad SAW tentang cara berdakwah, bahwa dakwah harus dilakukan bukan untuk kepentingan pribadi sang pendakwah tetapi untuk agama Allah SWT.

Dakwah sebagai ikhtiar untuk menyampaikan informasi nilai-nilai keislaman tentu membutuhkan proses komunikasi yang baik agar pesan pendakwah bisa sampai kepada umat tanpa terjadi proses reduksi terhadap informasi nilai-nilai keislaman

⁹ Artikel yang mengulas tantangan dakwah digital, seperti "Challenges of Islamic Da'wah in the Digital Age" di jurnal studi Islam.

tersebut. Muatan ajaran Islam yang didakwahkan oleh da'i merupakan kumpulan pesan yang telah diolah lalu dikomunikasikan kepada manusia. Di sisi lain pengaruh komunikasi bagi dunia dakwah menjadi urgent karena tidak semua informasi keagamaan berbentuk tersurat, sebagian informasi tersebut berupa pesan tersirat yang biasanya muncul dalam bentuk simbol. Demi memberikan penjelasan utuh terhadap informasi tersirat tersebut maka dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik. Dakwah pada dasarnya adalah kegiatan mengkomunikasikan pesan ilahiah baik kepada sesama umat Islam yang masih jauh dari nilai ilahiah dan juga kepada pemeluk agama lain atau zulkarnaini.

Kini perkembangan dakwah ke platform digital harus semakin besar. Penulis Nasaruddin Latif memberikan pemaknaan yang lebih luas tentang dakwah, jika dalam perspektif awam dakwah lebih diidentikkan dengan ajakan yang dilafazkan secara lisan, maka Nasaruddin Latif melakukan perluasan cakupan, menurutnya dakwah juga mencakup tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru dan memanggil manusia untuk taat kepada Allah. Pandangan Nasaruddin Latif bisa juga dipahami bahwa dakwah mesti disampaikan secara luwes dan memperhatikan semangat zaman.

Senada dengan itu, Kuntowijoyo memandang bahwa dakwah sebagai misi penyebaran Islam sepanjang sejarah, misi utama Islam adalah mengubah dan membimbing masyarakat sesuai dengan cita-cita dan visi Islam. Pandangan Kuntowijowo mengharuskan aktivitas dakwah harus siap berhadapan dengan semua situasi masyarakat, termasuk masyarakat yang telah memasuki era digital.

Nah, untuk itu perlu langkah strategis dalam menghadapi sasaran dakwah yang semakin kritis dan tantantan dunia global apalagi di platform media digital. Strategi dakwah harus disusun secara mumpuni maka diperlukan sebuah pembenahan secara internal terhadap beberapa unsur dakwah; yaitu aktivis dakwah, materi dakwah, metode dakwah dan media dakwah, (2015 Abzar Lentera Strategi Dakwah Masa Kini). Pembenahan strategis tersebut meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peningkatan Sumber Daya Muballigh (SDM)

Untuk mencapai tujuan-tujuan dakwah secara maksimal, maka perlu didukung oleh para juru dakwah yang andal, keandalan yang dimaksud meliputi kualitas yang seharusnya dimiliki oleh juru dakwah masa kini, yakni adanya dua kompetensi yang dimiliki yakni: kompetensi substansif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substansif adalah berupa penguasaan terhadap materi-materi ajaran Islam secara tepat dan benar, bahkan secara universal. Sebab, manakala seorang muballigh kurang menguasai substansi materi yang disajikan, maka akan mengalami kesulitan ketika berinteraksi dengan masyarakat (mad'u). Harus diingat, masyarakat muslim saat ini sangat kritis, sehingga tidak jarang mereka mempertanyakan sumber-sumber rujukan yang disampaikan oleh muballigh. Hal ini terjadi karena masyarakat juga sudah semakin sadar akan pentingnya diskusi, dialog, sharing pengetahuan mengenai persoalan Islam dan kemasyarakatan.

Sementara, kompetensi metodologis adalah kemampuan juru dakwah dalam mensosialisasikan ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat. Kompetensi metodologis ini berupa kemampuan juru dakwah dalam memilih dan memutuskan pendekatan yang digunakan, termasuk pula keterampilan berpidato di atas mimbar maupun kemampuan berinteraksi dengan masyarakat. Untuk mencapai keduanya salah satu cara yang harus dilalui adalah meningkatkan kualitas pendidikan muballigh.

2. Pelatihan Pengayaan Wawasan Muballigh

Dalam kaitan ini, pengayaan wawasan muballigh dimaksudkan untuk menunjang penguasaan substansi ajaran Islam, mengingat, (M Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 45) berat seorang muballigh yang tidak sekadar menyampaikan janji-janji Allah dan ancaman-Nya (basyiran wa naziiran), tetapi lebih jauh tugas muballigh adalah sebagai mobilisator dan katalisator¹⁰ perubahan sosial (agent of social change). Pelatihan dimaksud merupakan langkah strategis karena seorang muballigh diharapkan pula akan dapat mengimplementasikan konsep “ulul albab” dalam skema dalam Al-Qur’an, atau “rausan fikr” dalam gagasan Ali Syari’ati sebagaimana dikutip oleh Ahmad Anas,¹⁵ di mana seorang muballigh idealnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Memiliki sikap pluralis, sehingga mampu memandang suatu kebenaran agama dalam tataran universal-holistis, dengan mengembangkan sikap toleransi antar-sesama pemeluk agama (yang diturunkan dari langit), sehingga Islam dapat diterima dalam konteks antar-lintas mazhab dan aliran;
- b) Memiliki wacana keilmuan yang komprehensif dalam berbagai dimensi sosial kemasyarakatan, tidak sekadar menguasai “ilmu-ilmu agama”, apalagi kalau hanya berorientasi pada fiqh sentris, tanpa ada upaya mengintegrasikan dengan disiplin ilmu-ilmu sosial lainnya;
- c) Memiliki wawasan pemikiran dan daya empiris yang luas dan kuat, sehingga mampu mengemas materi-materi dakwah yang argumentatif-filosofis, dan memberi mampu memberi pencerahan kepada obyek dakwah mengenai dimensi-dimensi keberagamaan (baca: Islam) yang lebih luas dan fleksibel;
- d) Mempunyai daya kepekaan sosial dan dan wawasan lingkungan yang cukup, yang dapat menimbulkan ghirah intelektual yang mapan bukan sekadar intelegensia yang marginal; ¹⁵ Ahmad Anas, Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian, Cet. I; (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 113-4 M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 46 e)¹¹ Selalu intens dengan perkembangan-perkembangan baru, baik yang berskala nasional maupun internasional, dan mampu mentransformasikannya pada umat tanpa menimbulkan kegelisahan dan perpecahan umat.

¹⁰ (M Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 45)

¹¹ 15 Ahmad Anas, Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian, Cet. I; (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 113-4 M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 46 e)¹¹

3. Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Modern sebagai Media Dakwah

Salah satu langkah yang juga strategis dan efektif dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam adalah melalui media informasi, baik media cetak maupun media elektronik. Kemajuan di bidang informasi dan telekomunikasi harus dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh para juru dakwah, sebab dengan cara itulah, maka dakwah Islam dapat diterima dalam skala yang sangat luas dan dalam waktu yang cukup singkat. Sebab, tak dapat dipungkiri, bahwa salah satu aspek kelemahan Sumber Daya Manusia (SDM) para aktivis dakwah adalah masih rendahnya volume pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah.

Oleh karenanya, hal yang sangat mendesak dilakukan saat ini adalah pelatihan untuk membekali keterampilan khusus para aktivis dakwah dalam memanfaatkan media-media modern. Dan akan lebih ideal lagi manakala dibekali pula keterampilan dalam mengelola sebuah media, sehingga media-media yang ada tidak selamanya dikuasai oleh Non-Islam. Realitas ini pulalah yang selama ini terjadi di masyarakat, dimana media-media informasi dikuasai oleh non-Islam. Kalaupun ada orang islam yang menguasai media, itupun untuk kepentingan komersial semata, sehingga nyaris tidak memiliki (untuk tidak mengatakan tidak memiliki komitmen sama sekali) komitmen terhadap dakwah Islam. Sehingga yang terjadi adalah jam tayang siaran-siaran kerohanian ditayangkan pada saat pemirsa masih tertidur pulas.

Kondisi ini tentunya akan mempengaruhi jumlah pemirsa yang menyaksikan sebuah tayangan, termasuk tayangan kerohanian. M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 47 4¹². Pengembangan Pendekatan Dakwah Fardhiyah Pendekatan dakwah fardhiyah maksudnya adalah menjadikan pribadi dan keluarga sebagai sendi utama dalam aktivitas dakwah. Pendekatan ini tentunya sangat strategis untuk dikembangkan terus, mengingat, usaha membentuk masyarakat yang dicirikan oleh Islam idealnya berawal dari pembinaan pribadi dan keluarga, sebab lingkungan keluarga merupakan elemen sosial yang sangat strategis dan dapat mewarnai masyarakat secara luas.

Pembinaan pribadi dan keluarga ini dapat ditempuh melalui dua cara yaitu; pertama, peningkatan fungsi orang tua sebagai tauladan dalam rumah tangga; kedua, membentuk Konsultan Keluarga Sakinah (KKS) dan atau mengintensifkan pemberdayaannya dalam setiap komunitas muslim. Untuk melaksanakan program ini diperlukan tenaga penyuluh dan counselor Islam yang andal baik secara teoritis maupun secara praktis.

Mempertahankan Pendekatan Dakwah Kultural Dakwah struktural adalah pendekatan dakwah yang sangat strategis, hal ini, karena pendekatan dakwah kultural memiliki kelebihan di antaranya; pertama, dakwah islam dengan pendekatan kultural ini bersifat akomodatif terhadap nilai-nilai budaya tertentu secara inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan. Kedua, menekankan pentingnya kearifan dalam memahami kebudayaan komunitas tertentu sebagai sasaran dakwah, jadi dakwah

¹² M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 47 4

kultural adalah dakwah yang bersifat bottom up dengan melakukan pemberdayaan kehidupan beragama, 16 Usman Jasad, Strategi Penyiaran Islam, "makalah" disampaikan dalam Seminar Nasional Strategi Pengembangan Keilmuan dan Kurikulum Dakwah, dan Kongres Nasional I Profesi Dakwah Islam (APDI), di Bandung pada tanggal 13-14 Mei 2003, 3. M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 48 berdasarkan nilai-nilai spesifik yang dimiliki oleh masyarakat (baca: sasaran dakwah).

4. Mengintensifkan Pendekatan Dakwah Struktural

Dakwah struktural adalah kebalikan dari pada dakwah kultural, dakwah struktural bersifat top down, yakni gerakan dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, dan kekuatan politik sebagai alat untuk memperjuangkan dan membumikan ajaran Islam. Dakwah dengan pendekatan struktural ini sangat strategis dipertahankan dan dikembangkan terus, karena bagaimanapun juga, dakwah sebagai sebuah proses yang melibatkan masyarakat secara luas, manakala tidak didukung secara politis maupun melalui pendekatan kekuasaan (baik melalui kebijakan legislatif maupun eksekutif), maka gerakan dakwah akan mengalami sedikit masalah, meskipun hal ini bukanlah satu-satunya penentu. Gerakan dakwah dengan pendekatan struktural ini, akan berdampak secara luas bagi masyarakat terutama bagi kalangan aktivis dakwah, karena dengan pendekatan ini, maka para aktivis dakwah akan lebih mudah mengakses berbagai kepentingan masyarakat, mulai dari kalangan atas sampai pada masyarakat bawah.

5. Menformat Materi Dakwah yang Aktual dan Relevan

Secara umum, materi-materi dakwah mencakup persoalan aqidah, akhlaq, ibadah/syari'ah, dan muamalah. Namun demikian, materi yang bersifat umum tersebut, tidak akan menarik manakala tidak diformat sedemikian rupa. Kesalahan dalam memilih materi dakwah untuk kelompok masyarakat tertentu dapat mengakibatkan para jemaah menjauh dari Islam. Karena proses dakwah yang tidak terorganisir dengan profesional ini dapat mengakibatkan pula para mad'u (baca: sasaran dakwah) tidak memperoleh manfaat dari materi-materi dakwah yang disajikan terutama dalam upaya mencari solusi terhadap persoalan yang M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 49¹³ mereka hadapi, padahal salah satu tujuan dakwah adalah memberi solusi/jalan keluar terhadap berbagai persoalan umat. Dengan demikian, untuk mencapai hasil maksimal, maka diperlukan kerja keras dalam menggali dan memformat materi-materi dakwah yang sesuai dengan dinamika kehidupan masyarakat saat ini.

6. Monitoring dan Evaluasi (Monev) Program Dakwah

Monitoring dan evaluasi dakwah ini sangat penting untuk menemukan aplikasi dakwah yang benar-benar relevan dengan kebutuhan mad'u. Dalam hal ini, paling tidak ada 2 (dua) unsur yang sangat strategis untuk diperhatikan; pertama, mengenai metodologi dakwah yang digunakan, apakah metode dakwah yang diterapkan sudah efektif ataukah belum efektif; kedua, dari aspek materi-materi dakwah yang disampaikan kepada masyarakat, apakah materi-materi dakwah relevan dengan harapan masyarakat.

¹³ M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 49

Dengan mengadakan evaluasi terhadap materi dakwah, maka diharapkan perencanaan dakwah ke depan akan lebih terorganisir dan tepat sasaran, sehingga pemahaman dan pengamalan agama oleh masyarakat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

IV. KESIMPULAN

Komunikasi Islam yang dibangun lewat dakwah dan diinformasikan dalam platform digital memiliki potensi besar dalam mencapai dan mempengaruhi banyak orang secara luas. Melalui penggunaan teknologi, pesan-pesan agama dapat dengan mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat.

Dakwah digital memiliki kelebihan dalam hal aksesibilitas dan keterjangkauan. Dengan adanya internet dan media sosial, pesan-pesan dakwah dapat diakses oleh siapa pun tanpa batasan jarak dan waktu. Dengan adanya platform online, orang-orang yang sebelumnya sulit dijangkau oleh dakwah konvensional, seperti orang yang tinggal di daerah terpencil atau orang dengan mobilitas terbatas, dapat dengan mudah mencari informasi dan terlibat dalam komunitas keagamaan.

Selain itu, dakwah digital juga memberikan kesempatan bagi individu untuk berpartisipasi dalam menyebarkan pesan agama secara aktif. Masyarakat dapat dengan mudah berbagi artikel, video, dan konten-konten agama kepada keluarga, teman-teman, atau bahkan orang asing yang belum mengerti agama mereka. Dengan menggunakan media sosial dan platform online, pesan-pesan dakwah dapat dengan cepat menyebar dan mempengaruhi orang banyak.

Namun, terdapat juga beberapa tantangan yang perlu diatasi dalam dakwah digital. Salah satu tantangan utama adalah validitas sumber informasi dan konten yang diterima oleh masyarakat. Karena siapa pun dapat menyebarkan informasi di internet, kemungkinan terjadinya konten yang salah, salah diinterpretasikan, atau bahkan menyesatkan menjadi lebih besar. Oleh karena itu, masyarakat perlu terlatih dalam mengenali dan memverifikasi sumber informasi yang sah.

Kesimpulannya, dakwah digital memiliki potensi besar dalam mencapai dan mempengaruhi masyarakat secara luas. Dengan menggunakan teknologi yang ada, dakwah dapat menjadi lebih mudah diakses dan dipahami oleh banyak orang. Namun, tantangan dalam mengelola validitas dan kualitas informasi yang diterima masyarakat tetap menjadi perhatian yang perlu diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- "Hubungan Dakwah dan Komunikasi." Jurnal Peurawi 1, no. 1 (September 2018): 1
- "Hunafa 11, no 1 (Juni 2014): 128-151 Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam| Volume 5 No. 02 2022 | 231
- "Jurnal Pustaka Ilmiah 3, no. 1 (Juni 2017): 275-280 5 Adi Sasono. Solusi Islam. Jakarta: Gema Insani Press, 1998
- "Jurnal Risalah 26, no 3 (September 2015): 151-158 7 A. Markarma, "Komunikasi Dakwah Efektif dalam Perspektif Al-Qur'an
- 15 Ahmad Anas, Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian, Cet. I; (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006)
- 15 Ahmad Anas, Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian, Cet. I; (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006)
- 16 Usman Jasad, Strategi Penyiaranb islam, "makalah" disampaikan dalam Seminar Nasional Strategi Pengembangan Keilmuan dan Kurikulum Dakwah, dan Kongres Nasional I Profesi Dakwah Islam (APDI), di Bandung pada tanggal 13-14 Mei 2003, 3. M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 48
- 20 Naila Mafayiziya Hayat, Zaenal Abidin Riam 230 | IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam| Volume 5 No. 02 2022
- 2015 Abzar Lentera Strategi Dakwah Masa Kini
- 5 4 Dinar Dewi Puspita. "Mencapai Puncak Peradaban dan Karakter Bangsa dengan Budaya Ilmiah Baca Tulis.
- M Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 45)
- M. Abzar D Strategi Dakwah Masa Kini Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015 47 4