

DAKWAH ‘VIRTUAL’ MASYARAKAT BERMEDIA ONLINE

¹Muhammad Yahya, ²Farhan

^{1,2} Universitas Nurul Jadid

Email: ¹muhammadyahya8087, ²farhan.alim11@gmail.com

Tersedia Online di

<http://www.jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant>

Sejarah Artikel

Diterima pada 13 Mei 2019
Disetujui pada 16 Mei 2019
Dipublikasikan pada 22 Mei 2019
Hal. 249-259

Kata Kunci:

Dakwah Kultural, Dakwah virtual, Internet, Masyarakat Maya

DOI:

<http://dx.doi.org/10.28926/briliant.v3i4.320>

Abstrak: Merebaknya media teknologi informasi dan komunikasi ditujukan untuk memudahkan kebutuhan masyarakat modern, terutama ilmu pengetahuan agama. Media komunikasi berjejaring semakin menyebar hampir pada semua kalangan. Media sosial berjejaring selain alat komunikasi dan informasi, juga merupakan tolak ukur budaya masyarakat zaman now. Jika diasumsikan “manusia masa kini ‘terlena’ dengan canggihnya teknologi”, sehingga manusia mengalami kehidupan dilematis, yakni cenderung eksis bermedia atau meninggalkannya. Fakta penggunaan media sosial mengurusi interaksi fisik bahkan cenderung antipati sosial. Karena itu, kewajiban berdakwah perlu disinergiskan secara dinamis; dakwah virtual dengan dakwah kultural. Bahwa efisiensi dakwah bagi masyarakat teknologis adalah penyelarasan dakwah kultural dengan kondisi masyarakat virtual khususnya generasi industri 4.0.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan sarana kehidupan, sebagai wasilah menuju Tuhan. dengan mensyiarkan ajaran-ajaran Islam melalui media langsung maupun tidak langsung. Segala sesuatu yang bisa dijadikan media untuk menyampaikan pesan ke-Islaman, itulah media dakwah. Perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi modern akan terus mengalami kecanggihan fasilitas yang memanjakan masyarakat penggunanya. Media-media tersebut akan terus mengalami perkembangan, seiring dengan perkembangan pola komunikasi dan paradigma manusia yang semakin modern. Diperkenalkannya istilah media baru (internet) sekitar pertengahan abad ke-20 atau pada tahun 1980-an menjadikan pola komunikasi manusia modern semakin beragam. Saat ini, pemahaman tentang media dakwah setidaknya dikategorisasikan kedalam lima hal yaitu, media lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak (Munir, 2009: 21).

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* memerintahkan setiap muslim diwajibkan untuk menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian di dalam menjalani kehidupannya serta mampu menjalankan semua syariat atau hukum dalam agama (Zaini, 2013: 93). Dasar hukum kewajiban dakwah tersebut, banyak disebutkan dalam Al-Qur'an di antaranya adalah Surat Al-Imran ayat 104, yang artinya “*dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung*”.

Di sisi lain, dalam riwayat Al-Bukhari dijelaskan bahwa Rasulullah *Shollallahu 'alaihi wa sallam* telah bersabda “sampaikanlah dariku walaupun satu ayat”. Perintah Allah *Subhanahu wa Ta'ala* untuk menyeru kepada manusia merupakan perintah untuk berinteraksi melalui informasi dan komunikasi (Purwanto, 2017: 95) Selain sebagai kewajiban, dakwah juga memiliki peran untuk mengubah perilaku manusia dan lingkungan sosial. Sehingga saat ini kegiatan dakwah menjadi urgen untuk diterapkan. Kepentingan dakwah itu bisa diterapkan untuk melakukan perbaikan hidup dan menjadikan lingkungan lebih baik. Dengan demikian, posisi dakwah saat ini bukan terletak pada siapa yang cerdas dan siapa yang bodoh. selama masih bisa mengingatkan, menasehati, dan segala macamnya. Maka kebaikan bukan kebencian. Namun, pertimbangannya saat ini orang pintar tidak lagi dipandang dan orang bodoh semakin mencari peluang. Misalnya ada seorang dakwah yang berdakwahnya isi dakwahnya mengundang kebencian. Lantas, apa yang harus kita lakukan. mereka orang cerdas dan berpendidikan. sebagaimana telah dijelaskan bahwa kehadiran dakwahtida lain hanya untuk selalu mengajak manusia berbuat kebaikan dan menjauhkan dari kemungkaran. Oleh karena itu, maka perlu pengkajian ulang tentang dakwah itu sendiri.

PEMBAHASAN

Menurut bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab bentuk masdar dari lafad *da'a-yada'u-da'watan*, yang berarti “panggilan, seruan atau ajakan”. Sedangkan menurut istilah secara garis besar dakwah berarti mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan sesuatu lainnya, yang harus dilakukan dengan menggunakan suatu media (Karim, 2016: 158-159). Hafi Anshori menyebut dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat,sertanahi mungkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi Allah *Subhanahu wa Ta'ala*. Oleh karena itu, Moh Ali Aziz di dalam buku *Ilmu Dakwah*, menjelaskan bahwa '*amar ma'ruf* (memerintah kebaikan) tidak dapat dipisahkan dari *nahi mungkar* (mencegah kemungkaran atau perbuatan terlarang). Dengan demikian maka konsep dakwah disini adalah '*amar ma'ruf nahi mungkar*' (Aziz, 2004: 31).

Istilah *amar ma'ruf nahi mungkar* ini secara praktis telah diperkenalkan oleh Nabi Muhammad *Shollallahu 'alaihi wa sallam* kepada para sahabatnya. Karena memang amar ma'ruf nahi mungkar merupakan bagian dari doktrin agama. Di dalam Al-Qur'an istilah ini sampai diulang hingga sembilan kali dalam lima surat salah satunya adalah Q.S. Al-Imran ayat 104 (Aziz, 2004: 37). Ibnu Taimiyah dalam Abu Fahmi menyarankan agar para pelaksana amar ma'ruf nahi mungkar adalah orang-orang yang memahami tentang segala perintah dan semua larangan Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, juga tidak mendahulukan perasaan serta nafsunya sebagai pijakan untuk melarang dan memerintah (Fahmi, 1990: 11).

Sebagaimana dijelaskan di atas, maka '*amar ma'ruf nahi mungkar*' yang dimaksudkan tidak lain adalah berdakwah. Yaitu upaya mengajak, menyeru, memanggil dan mengundang manusia untuk beriman hanya kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala*. Mematuhi segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya untuk kebahagiaan dunia dan akhirat (Novitasari, 2018: 3).

Sedangkan inti dari menjalankan amar ma'ruf dan nahi munkar adalah menebar kebaikan dan mencegah keburukan yang merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia.

Selain dakwah bertujuan untuk mengajak dan menasehati, dakwah memiliki peran sebagai faktor penyeimbang kehidupan manusia untuk tidak hanya berhikmat pada kehidupan duniawi yang kian dimegahkan oleh kemajuan teknologi canggih, akan tetapi juga diperlukan mengevaluasi diri untuk terus menyeimbangkannya dengan kehidupan ruhaniah (akhirat). Menurut Al-Ghazali dalam Pia Khoirotun Nisa disebutkan konsep dakwah `amar ma'ruf nahi munkar merupakan bagian yang tak terpisahkan satu dari yang lainnya, meliputi segala aspek kehidupan manusia, begitu juga sebaliknya para pendukung perbuatan munkar dan yang menghalangi ma'ruf akan menggunakan segala jalur kehidupan. `Amar ma'ruf nahi munkar merupakan sarana yang dapat dijadikan kegiatan dakwah Islamiyah. Dakwah tidak akan tumbuh dan berkembang tanpa `amar ma'ruf nahi munkar (Nisa, 2018: 249). Karenanya, betapapun perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dipergunakan manusia, maka kebutuhan dakwah akan terus relevan untuk mengingatkan kepada kebenaran yang mutlak.

Seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan dakwah tidak hanya dapat dilakukan dalam satu majelis khusus dan disampaikan secara manual atau bertatap muka. Namun kini dapat dilakukan di manapun dan kapanpun, meski tanpa bertatap muka. Misalnya dengan keberadaan internet yang merupakan produk kemajuan zaman, maka dakwah dapat dilakukan secara mudah dan meluas. Internet dapat dipergunakan sebagai salah satu alternatif cara berdakwah yang strategis dan dimungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih baik antar umat yang semakin menglobal ini. Sebagian orang muslim mengakui manakala dakwah dilakukan melalui media virtual atau yang dikenal dengan dunia maya, daya jangkau penyiaran Islam akan lebih efektif. Penyiaran dakwah melalui media nantinya akan menjadi titik tolak untuk menemukan bentuk ideal suatu sarana dakwah yang lebih tepat untuk dikembangkan di masa kini dan masa depan. Keberadaan internet yang sangat tinggi nilai kegunaannya ini, tentu akan memiliki nilai tersendiri manakala dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah dengan strategi manajemen yang lebih mampu menjangkau *mad'u* (penerima dakwah) yang lebih luas.

Internet menyimpan sejuta potensi untuk dimanfaatkan. Fungsinya berawal dari media informasi yang statis hingga menjelma menjadi dunia virtual, dunia yang tidak nyata secara fisik, tetapi di dalamnya justru menyimpan semua kegiatan yang ada di kehidupan nyata, mulai dari belajar, berbelanja, berjualan, hingga kegiatan yang sulit ditemukan dalam dunia nyata. Saat ini, banyak di kalangan para *da'i* (pendakwah) yang menyampaikan dakwahnya melalui media sosial dan itu merupakan peluang yang sangat besar untuk menarik perhatian masyarakat modern sebagai objek kegiatan dakwah. Maka dengan hadirnya teknologi canggih ini para *da'i* semakin mudah untuk berdakwah kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh ruang dan waktu.

Dengan keberadaan internet yang membuat dunia terasa semakin sempit, maka di satu sisi peluang dakwah kian terbuka untuk dilaksanakan secara luas dan mendunia. Namun di sisi lain tantangan yang di hadapi para *da'i* pun memang tidak semakin ringan, kian hari kian berat dan kian kompleks. Oleh karena itu, para

da'i dituntut untuk mengantisipasi diri agar supaya tidak terlalu terlena dengan keberadaan media yang begitu mudah tersebut. Lantas, bagaimana peran da'i yang sebenarnya? Seorang da'i diperlukan lebih menguasai media yang terus berkembang tiada henti ini, namun ia juga harus membatasi diri di dalam menggunakannya agar supaya tidak terjerumus ke dalam hegemoni media yang sedang berkembang.

Ada beberapa langkah yang harus dipahami oleh para da'i saat berdakwah melalui media di eramodern ini antara lain; *Pertama*; Memiliki kemampuan retorika. Kemampuan retorika bukan hanya berkenaan dengan kemampuan mengekspresikan materi dakwah secara verbal, namun juga menyangkut style atau gaya khas da'i dalam menyampaikan materi dakwah. Style tersebut tidak perlu dibuat-buat, namun perlu dilatih secara praktis dan sesuai dengan kepribadian da'i, sehingga da'i merasa nyaman menggunakannya.

Kedua; Memiliki pengetahuan dasar tentang psikologi individu serta sosial. Ilmu psikologi merupakan ilmu pendamping dalam membantu da'i menentukan karakteristik, kecenderungan serta kondisi mad'u, sehingga mampu menentukan materi dakwah dan cara penyampaiannya secara tepat. Ilmu ini dapat dipelajari dengan mengikuti berbagai pelatihan atau secara otodidak lewat membaca buku serta berbagi pengalaman sesama da'i. *Ketiga*; Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media untuk kegiatan dakwah. Sudah bukan zamannya lagi seorang da'i gagap teknologi. Perkembangan media elektronik dan sosial saat ini membuat arus informasi mengalir begitu deras kepada masyarakat tanpa terbendung. Sesudah melihat banyak hal baru, tentunya mad'uakan kehilangan minat ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan ala kadarnya. Dibutuhkan kemasan yang menarik untuk membangkitkan kembali minat mad'u. Da'i dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas materi dakwah menjadi lebih hidup, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto atau gambar yang dapat membantu mad'u memahami materi dakwah (Risidiana, 2014: 443).

Hal ini menjadi tantangan bagi seorang da'i untuk menyuguhkan pesan-pesan dakwah yang variatif dan semenarik mungkin supaya tidak kehilangan simpati dan perhatian dari mad'u. Tantangan dari mad'u yang dihadapi seorang da'ipun sekarang lebih besar dari sebelumnya, bisa jadi mad'u yang dihadapi lebih cerdas dari da'inya, karena semua pengetahuan sudah siap tersaji di internet. Menurut Andi Faisal Bakti untuk mengimbangi derasnya informasi dan teknologi dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik dan tampil secara *aktual*, *faktual*, dan *kontekstual*. Aktual berarti dapat memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di kalangan masyarakat. Faktual berarti kongkret dan nyata, sedangkan kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problem yang sedang dihadapi oleh masyarakat (Bakti & Meidasari, 2014: 21-44).

Efisiensi Dakwah Kultural *Vis A Vis* Dakwah Virtual

Sebagaimana di pahami bahwa dakwah adalah suatu kegiatan atau ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, *message* yang disampaikan kepadanya tanpa ada paksaan. Maka kegiatan dakwah selain menjadi

kewajiban seorang da'i, dakwah juga harus menyesuaikan dengan kemampuan akan ilmunya dan kondisi lingkungannya/kultural (Aziz, 2004: 15).

Di dalam *Syarh al-Nawawi 'ala shahih muslim* disebutkan bahwa perintah mengenai dakwah, banyak di temukan didalam Al-Qur'an, Al-Sunnah, serta Ijma' (*Ijma' Al-Umara'*). Bahkan dalam menetapkan hukum dakwah ulama' bersepakat, bahwa hukum melakukan dakwah adalah wajib. Akan tetapi terdapat perbedaan pendapat dalam penetapan kewajibannya, apakah termaksud dalam kategori wajib 'ain atau wajib kifayah. Sebagaimana terdapat dalam Q.S. Al-Imran ayat 104. Artinya "dan hendaklah ada dari kamu satu umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar mereka adalah orang-orang yang beruntung".

M. Sulthon dalam Novitasari menyebutkan dua kategori pelaksanaan dakwah, yaitu dakwah struktural dan dakwah kultural. Dakwah kultural adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mengikuti budaya-budaya kultur masyarakat setempat dengan tujuan agar dakwahnya selalu diterima dilingkungan masyarakat setempat (Novitasari, 2018: 28). Dengan kata lain dakwah kultural adalah aktivitas dakwah yang berupaya menanamkan nilai-nilai Islam dalam seluruh dimensi kehidupan dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk berbudaya. Sehingga pelaksanaan dakwah akan tetap relevan dengan kondisi masyarakat, bila pelaksanaan dakwah dilakukan secara dinamis dan fleksibel.

Masyarakat modern sebagai objek dakwah masa kini memiliki budaya berbeda dengan masyarakat tradisional. Kondisi masyarakat modern dengan alat komunikasi yang dipergunakannya memerlukan konsumsi-konsumsi pesan (informasi) yang mengandung kebenaran dan kebijaksanaan. Disinilah pentingnya memahami paradigma dakwah kultural yang dihadapkan kepada kondisi objek dakwah pengguna media-media virtual yang sering disebut dengan "ruang maya".

Dakwah kultural dibedakan dengan dua pengertian, yaitu umum dan khusus. Pengertian umum kegiatan dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan sebagai makhluk berbudaya, secara luas dalam rangka menghasilkan kultur baru yang bernuansa Islami. Sedangkan pengertian khusus kegiatan dakwah dengan memanfaatkan adat, tradisi, dan seni budaya lokal dalam proses menuju kehidupan Islami. Dengan demikian, dakwah perlu dilakukan dengan cara-cara elegan, *bil al-Hikmah dan bil al-mauidzah al-hasanah* serta mampu menghadapi kondisi medan (kultur/kebudayaan) yang sedang dihadapinya. Para da'i dituntut proaktif memahami orang atau masyarakat yang akan ia dakwahi (Novitasari, 2018: 4). Jadi, yang dimaksud dengan pendekatan dakwah kultural adalah suatu proses atau cara untuk mendekati masyarakat dari segi tradisi atau seni budaya lokal dalam proses penyampaian agama Islam dalam rangka menghasilkan budaya baru yang bernuansa Islami. Seperti dakwah yang dilakukan oleh Sunan Kalijaga/Raden Syahid (Puwardi, 2007: 17). Dia adalah salah seorang tokoh sentral dalam proses penyebaran Islam di Tanah Jawa. Dia merupakan salah seorang wali songo yang memiliki perbedaan menonjol dari para wali lainnya. Misalnya dalam segi berdakwah dan pakaiannya. Dia terkenal karena berjiwa besar, toleran, berpengalaman luas dan berpandangan tajam. Dia juga seorang pujangga dan termasuk orang yang bergabung dalam gabungan ulama' dan budayawan.

Dalam hal ini, dakwah kultural yang dilakukan oleh walisongo, khususnya Sunan Kalijaga. Yakni berdakwah di Tanah Jawa, lebih tepatnya di kota Demak dan sekitarnya. Daerah tersebut pada waktu itu masih sangat kental dengan ajaran agama yang pernah dianut oleh sebagian besar masyarakat Indonesia tempo dulu (Hindu, Budha, animisme, dan dinamisme). Akan tetapi dengan kesabaran dan kepiawannya, dakwah yang dilakukan oleh Sunan Kalijaga mendapat respon yang baik dari masyarakat. Ia mendakwahkan Islam dengan metode yang disenangi masyarakat setempat, yakni dengan cara menyisipkan unsur-unsur Islam dalam budaya ataupun tradisi yang berjalan dalam masyarakat setempat, misalnya budaya masyarakat tentang tradisi pewayangan/ pementasan wayang. Sunan Kalijaga menjadikan pementasan wayang kulit sebagai media dakwah yang diselipkan nilai-nilai-nilai keIslaman di dalamnya (Balai Purbakala Jawa Tengah, 2006: 147). Begitu pula yang dilakukan oleh Sunan Bonang (Maulana Makdum Ibrahim) guru Sunan Kalijaga, budaya masyarakat berupa seni gamelan dipilihnya untuk memperkenalkan Islam kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat mampu memahami Islam melalui akulturasi budaya tersebut. Disinilah, gambaran konkret penerapan dakwah kultural pada masa penyebaran Islam yang dilakukan para wali songo antara abad XIV-XVI.

Khairul Azam dalam Farhan menyebutkan bahwa dakwah kultural itu bersifat akomodatif terhadap nilai budaya tertentu, secara inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan, serta menekankan pentingnya kearifan lokal dalam memahami kebudayaan komunitas tertentu sebagai sasaran dakwah. Jadi, dakwah senantiasa melakukan pemberdayaan berdasarkan nilai-nilai unik yang ada di tengah-tengah masyarakat. Menerima kearifan dan kecerdasan lokal, serta mencegah kemungkaran dengan memperhatikan keunikan sifat manusia secara individual dan sosial. Budayawan, Emha Ainun Najib atau cak Nun menyebutkan bahwa dakwah kultural di dalam lapisan masyarakat dinilai sebagai hal yang sangat penting. Pasalnya masyarakat membutuhkan dakwah kultural tersebut sebagai upaya menggali nilai kebudayaan bangsa yang berguna untuk menyaring derasnya arus industrialisasi (Farhan, 2014: 273).

Lalu bagaimana dengan kondisi objek dakwah masa kini dengan penggunaan media virtual yang memiliki fasilitas canggih dan juga kecepatan pesan begitu dahsyat?. Tentunya banyak hal yang tidak bisa dipahami secara mudah dalam mempergunakan media-media virtual tersebut. Sehingga eksistensi dakwah era modern tetap menyelaraskan media yang berkembang sebagai media dakwah kekinian. Alat-alat produksi ciptaan manusia dari negara-negara penghasil alat komunikasi canggih tersebut tidak menutup kemungkinan justru menjadikan manusia lupa terhadap jati diri manusia itu sendiri. sebagaimana kekhawatiran psikolog muslim, bahwa keterikatan manusia terhadap alat teknologi canggih, cenderung menghilangkan sisi-sisi kemanusiaan (humanisme).

Dalam teori komunikasi dikenal ada namanya teori jarum suntik (*magic bullet theory*) pandangan ini menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan dan kekuatan besar untuk memengaruhi kesadaran individu. Stimuli media diasumsikan beroperasi seperti peluru yang menembus fikiran individu, lalu dengan seketika menciptakan asosiasi diantara emosi yang kuat dan konsep yang spesifik. Menurut model teori ini, khalayak dapat dipandang tidak berdaya untuk melawan pengaruh yang ditimbulkan oleh media. Oleh sebab itu, berdakwah melalui media-media massa, terutama media massa online

(internet/virtual) harus dioptimalkan karena lebih mengena kepada sasaran atau objek dakwah masyarakat kekinian. Misalnya, Yayasan Spirit Dakwah Indonesia (SPIDI) Tulung Agung yang melaksanakan dakwah virtual melalui *meme* dan *vlog*, sebagaimana dalam penelitian Muhammad Sinung, disebutkan bahwa semua bidang kehidupan dapat dijadikan arena dakwah, dan seluruh hidup manusia bisa digunakan sebagai sarana atau alat dakwah. Tapi yang paling efektif adalah melalui teknologi, terutama internet (Restendy, tth: 304).

Kecepatan mengakses informasi melalui media virtual menjadikan paradigma masyarakat global saat ini berdampak ke dalam semua aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, politik, budaya dan lainnya. Dalam bidang ekonomi, misalnya, interaksi masyarakat di kota-kota besar hingga metropolitan hampir tidak mengenal kata istirahat atau kurangnya waktu tidur. Karena pengaruh paradigma 'negatif' bahwa etos kerja yang rendah akan terlindas oleh deru kehidupan perkotaan (Piliang, 2017: 35). Begitu pula kondisi masyarakat pedesaan yang sudah terkoneksi bahkan candu pada alat-alat komunikasi canggih (internet), cenderung mengalami perubahan paradigma atau pandangan hidup hingga perubahan interaksi yang meniru tradisi masyarakat perkotaan. Maka tidak salah, jika Evan Carrol dalam Farhan berpandangan bahwa aktivitas maya dengan cepat akan menggantikan hal-hal fisik dalam kehidupan kita, dan mengubah cara kita dalam berinteraksi (Farhan, 2017: 210).

Dampak Positif Dan Negatif Media Virtual

Media merupakan alat yang sangat berguna bagi kalangan masyarakat desa maupun kota. Manusia di era globalisasi ini memang tidak dapat dihindari dengan alat media sosial, karena hal ini merupakan sebuah keniscayaan. Namun harus ada pula yang dilakukan untuk menanggulangi efek buruk dari bermedia sosial. Salah satunya yaitu memanfaatkan salah satu produk dari globalisasi yaitu *internet (international networking)* sebagai media untuk menyampaikan dakwah Islamiyah. Dengan demikian, maka melalui *internet* seseorang bisa menjadi *missionaries* Islam atau da'i virtual yang mempublikasikan syi'ar-syi'ar Islam melalui internet.

Da'i virtual dimudahkan pekerjaannya melalui media internet ini. Karena ia tidak perlu mengeluarkan suara yang terlalu keras agar para pendengar (*mad'u*) memahami pesan dakwah yang disampaikan, tidak perlu mendatangi tempat *mad'u* yang hendak dituju. Cukup dengan menyampaikan pesan dakwah melalui audio, audio visual ataupun tulisan yang diposting ke dalam halaman *website*, dengan sedikit variasi pada *website* dan bila perlu diberi sedikit ilustrasi ataupun animasi untuk mendukung pesan dakwah yang hendak disampaikan. Tidak perlu tenaga ekstra untuk membuat seperti ini. Yang dibutuhkan hanyalah kekreatifan dan kecermatan da'i virtual hingga bisa menghasilkan pesan dakwah yang menarik

Fenomena dakwah virtual (internet) mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1994. Seiring dengan dibukanya indonet di Jakarta sebagai internet service provider (ISP) pertama di Indonesia. Sehingga saat itu penggunaan internet sebagai media dakwah semakin berkembang sejak muncul berbagai macam perangkat sosial media yang menunjang perangkat internet. Seperti adanya Twitter, Facebook, Blogger, Youtube, Instagram, bahkan kini perangkat-perangkat seperti Facebook dan Instagram tersebut dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan seseorang dan memudahkan komunikasi

berinteraksi serta memberikan *feedback* terhadap pesan yang diterima (Zaini, 2013: 93-108). Intinya dakwah via internet membuat dakwah semakin lebih mudah diserap dibandingkan konvensional (Bakti & Meidasari, 2014: 21-44).

Dengan adanya berbagai aplikasi media sosial tersebut, dewasa ini masyarakat cenderung lebih banyak menggunakan *gadget* mereka untuk melakukan berbagai aktivitas salah satunya memperoleh informasi. Internet sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari manusia untuk membantu mereka melakukan berbagai aktivitasnya, dengan adanya mediasosial juga masyarakat akan lebih mudah mengakses informasi kapan saja dan dimana saja tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Kini dengan hadirnya berbagai media sosial sangat memungkinkan untuk menyajikan berita yang *uptodate* setiap saat, bahkan dalam hitungan detik. Kecepatan informasi ini cukup memberikan dampak positif untuk masyarakat tanpa harus menunggu berita atau informasi tersebut di surat kabar atau televisi yang memerlukan proses panjang sebelum terbit atau disiarkan.

Nurchalis Majid berpendapat bahwa pemanfaatan internet saat ini memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab apabila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam yang akan merugi, karena selain bermanfaat untuk dakwah, ia menyediakan pula informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekerja (Majid, 1995: 8). Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah sehingga dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau yang disebut dengan "Cybermuslim" atau "Cyberdakwah". Masing-masing *cyber* tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam (Sirajuddin, 2014: 18).

Selama ini kita hanya menyadari bahwa media memiliki "dampak" positif dan negatif, tanpa mengetahui apa sajakah dampak-dampak tersebut. Padahal pengetahuan akan dampak positif dari perkembangan teknologi ini dapat memotivasi para da'i, agar supaya lebih semangat dan mampu menguasai berbagai aplikasi media sosial dalam rangka menunjang kebutuhan informasi masyarakat yang semakin bervariasi. Sedangkan pengetahuan akan dampak negatif darinya dapat membantu da'i agar supaya tidak terlena dengan perkembangan media tersebut.

Adapun dampak positif dari dakwah virtual (dakwah melalui jaringan internet), di antaranya; *pertama*, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau; *kedua*, pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, hal ini secara otomatis berpengaruh juga pada jumlah penyerapan misi dakwah; *ketiga*, para pakar dan ulama' yang berada di balik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i (Sirajuddin, 2014: 15). Hal inilah yang menjadi alasan dakwah melalui internet dinilai sangat efektif dan potensial untuk diterapkan di masa kini dan masa mendatang. Meskipun terdapat pula dampak-dampak negatif di dalamnya. Salah satunya yaitu tergesernya kultur lokal pada tatanan modern di era global ini. Kemajuan teknologi memberikan fasilitas dan kemudahan, ruang gerak pun semakin sempit karena semuanya bisa dikendalikan oleh mesin monitor. Dengan duduk di dalam kamar bisa menikmati makanan kecil, bisa menggenggam dunia dengan internet atau TV berparabola. Dengan alat-alat elektronik tersebut, manusia dapat

memantau semua perkembangan yang terjadi di berbagai belahan dunia tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Komunikasi internasional dewasa ini perkara yang sangat gampang. Setiap orang bebas membuat e-mail dan mendaftarkan Yahoo Messenger untuk melakukan komunikasi secara live. Intinya manusia sekarang diuji dengan kenikmatan fasilitas yang mudah dan bagi yang bisa memanfaatkannya secara profesional, banyak hal yang positif yang dapat diperolehnya untuk menghantarkannya kepada kejayaan. Namun tidak jarang pula manusia diambang kehancuran dengan teknologi yang tidak bisa dimanfaatkan dengan baik.

Kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki manusia, dewasa ini tidak selamanya membuat manusia semakin bahagia, ternyata ada segi-segi yang kurang menguntungkan dari akibat peradaban ilmu pengetahuan dan teknologi serta transformasi informasi terhadap posisi agama yang sekaligus merupakan tantangan dakwah, antara lain yaitu; *pertama*, terjadinya dispiritualisasi akibat budaya materialistis yang mendominasi kehidupan masyarakat; *kedua*, Eliminasi nilai-nilai moral agama diganti dengan nilai-nilai moralitas baru ciptaan masyarakat; *ketiga*, merajalelanya alkoholisme dan narkoba yang menghapuskan masa depan generasi masyarakat; *keempat*, terjadinya tindakan sadis dan kriminalitas yang tidak sajamelanda kota-kota besar, tetapi menjalar sampai ke desa-desa; *kelima*, terjadinya ketimpangan sosial ekonomi dan ketidakadilan di antara kelompok masyarakat; dan *keenam*, terjadinya dekadensi moral dan kemerosotan akhlak di kalangan remaja (Sirajuddin, 2014: 19-20). Tantangan dakwah pada era globalisasi adalah dampak sosial budaya masyarakat industri dan informasi yang padat akan teknologi. Masyarakat itu cenderung terperangkap dalam kerangka sistem budaya dan teknologi aneka rupa, sehingga dirinya menjadi komponen yang seringkali tergantung pada sistem. Akibat arus deras teknologi informasi khususnya era 4.0 yang serba material, maka akan timbul kecenderungan pemikiran yang mengarah kepada paham-paham materialis, rasionalis dan sekularis. Bahkan ‘cenderung’ lupa kepada sang pencipta alam semesta (atheis). Karena itu, dakwah virtual pada masyarakat bermedia online merupakan sebuah keniscayaan yang harus dimiliki oleh semua umat Islam era milenial.

KESIMPULAN

Secara garis besar dakwah berarti mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan sesuatu lainnya, yang harus dilakukan dengan menggunakan suatu media. Hafi Anshori menyebut dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat dan nahi mungkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi Allah *Subhanahu wa Ta'ala*. Pada intinya konsep dakwah terdapat pada ‘amar ma'ruf dan nahi mungkar.

Dalam perkembangannya, dakwah dibagi menjadi dua bagian, yakni dakwah struktural dan dakwah kultural. Dakwah kultural adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mengikuti budaya-budaya kultur masyarakat setempat dengan tujuan agar dakwahnya selalu diterima di lingkungan masyarakat setempat. Pada era modern ini, muncullah istilah “dakwah virtual”. Ia merupakan dakwah

yang disampaikan oleh seorang da'i melalui media massadengan jaringan internet, misalnya facebook, youtube, instagram dan lain sebagainya yang kini sudah membumi dan menjangkau hampir semua kalangan. Oleh karena itu, seorang da'i di zaman modern ini dituntut untuk mengambil langkah strategis mengembangkan dakwahnya dalam media sosial, yang kini menjadi kesenangan, bahkan telah menjadi budaya masyarakat modern. Namun sebelum itu, da'i harus mengatisipasi dirinya dan menambah wawasan pengetahuannya agar supaya tidak ikut terjebak dalam candu bermedia sosial.

SARAN

Umat Islam sebagai pelaku Dakwah perlu menguasai media-media teknologi informasi dan komunikasi yang terus mengalami perkembangan. Agar pelaksanaan dakwah bisa diterima dan sampai kepada khalayak umum dengan pemahaman yang utuh dalam memahami agama.

DAFTAR RUJUKAN

Munir, M. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Zaini, Ahmad. 2013. Dakwah Melalui Internet. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, (online) Vol. 1, No. 1, Januari-Juni, 93-108, (<http://kpi-dakwah.stainkudus.ac.id/files/attabsyir%20KPI%20jan%20jun%202013.pdf#page=101>) diakses 20 Maret 2019.

Purwanto, Yedi, dkk. 2017. Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa, *Jurnal Sositologi*, (Online) Vol. 16, No.1, 94-108, (<http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/3816>), diakses 20 Maret 2019.

Karim, Abdul. 2016. DAKWAH MELALUI MEDIA: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *Jurnal Komunikasi Penyiar Islam*, (Online), 4 (1): 157-172.

Ali Aziz, Moh. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, Cet. Ke-4, 31.

Ibnu Taimiyyah. 1990. *Etika Beramar Ma'ruf Nahi Munkar Ibnu Taimiyah*, terj. Abu Fahmi. Jakarta: Gema Insani Press, 11.

Novitasari, Melinda. 2018. *Metode Dakwah Dengan Pendekatan Kultural Sunan Kalijaga*. Skripsi; UIN Raden Intan Lampung 3.

Nisa, Komunikasi, Pia Khoirotun. 2018. Dakwah Imam Al-Ghazali Dalam Kitab *Ihyā 'Ulumiddīn. Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, (online), 4 (1): 51-74, (<http://jurnal.stitalamin.ac.id/index.php/alaman/article/view/11>) diakses 20 Maret 2019.

Risdiana, Aris. 2014. Transformasi Peran Da'i dalam menjawab peluang dan tantangan; studi terhadap manajemen SDM, *Jurnal Dakwah*, (online), 15(2):433-

451(<http://ejournal.uinsuka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/315>) diakses 23 Maret 2019.

Bakti. A.F & Meidasari, V. E. 2014. Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1): 21-44. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/35>) diakses 22 Maret 2019.

Puwardi, *Dakwah Sunan Kalijaga: Penyebaran Agama Islam di Jawa Berbasis Kultural* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet-III 2007), 17.

Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Jawa Tengah, 2006. *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual*. Jakarta: Media Kompas Nusantara,

Farhan. 2014. Bahasa Dakwah Struktural Dan Kultural Da'i Dalam Perspektif Dramaturgi, *At-Turas*, Vol. 1, No. 2, 273

Muhammad Sinung Restendy, *dakwah virtual yayasan spirit dakwah indonesia (spidi) tulungagung*, 2nd proceeeding annual conference for muslim scholar kopertais wilayah iv surabaya, h. 304. www.kopertais4.or.id didownload 5 januari 2019.

Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Berlari*, (Yogyakarta: Cv Cantrik Pustaka) Cet, Pertama November 2017, 35

Farhan. 2017. Pesan Dakwah Felix Siauw Di Media Sosial Perspektif Meaning And Media, *Jurnal Al-Idarah: Manajemen Dan Administrasi Islam*, vo. 1. No. Juli-desember

Nurcholis Majid, 1995. *Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan* (Jakarta: Republika, 1995).

Murniaty Sirajuddin, 2014. Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan”, *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, UIN Alauddin Makassar, Vol. 1, No. 1.