

DAKWAH DAN DIGITAL CULTURE: MEMBANGUN KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA DIGITAL

Aang Ridwan

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

aang.ridwan@uinsgd.ac.id

Abstrak

Tujuan dari studi ini adalah untuk memahami: (1) Kebutuhan praktik dakwah di era digital; (2) Perubahan yang diperlukan terkait strategi dan metode untuk efektivitas dakwah di era digital; dan (3) Penentuan media yang tepat untuk dakwah di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif-analitik yang berfokus pada kajian berbagai literatur dan fenomena dakwah kontemporer. Data dikumpulkan melalui dokumentasi, observasi, wawancara, dan triangulasi untuk pengecekan dan pendalaman kajian. Hasil studi ini menunjukkan bahwa: (1) Dakwah Islam merupakan kegiatan penting yang harus terus dijalankan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengajaran agama masyarakat digital yang rentan mengalami kekeringan spiritual, dekadensi nilai dan moral, ataupun perubahan perilaku dan budaya hidup yang menjauh dari ajaran Islam; (2) Praktik dakwah harus menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang ada serta kecenderungan baru masyarakat yang muncul di era digital tersebut, terutama dengan melakukan perubahan strategi dan metode dakwah yang lebih efektif; dan (3) Penggunaan media-media teknologi untuk kepentingan dakwah harus mempertimbangkan karakteristik dan keterbatasan media, jenis pengguna, serta kepentingan apa yang ingin dicapai dari penggunaan media tersebut. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang adaptasi yang diperlukan untuk praktik dakwah di era digital.

Kata Kunci: *Dakwah Islam, Era Digital, Media Teknologi, Media Sosial, Teknologi Informasi dan Komunikasi*

Abstract

The purpose of this study is to understand: (1) The needs of da'wah practices in the digital era; (2) The necessary changes related to strategies and methods for the effectiveness of da'wah in the digital era; and (3) The appropriate media for da'wah in the digital era. This research uses a qualitative approach and descriptive-analytic method that focuses on the study of various literature and contemporary da'wah phenomena. Data was collected through documentation, observation, interviews, and triangulation for verification and deepening of the study. The results of this study show that: (1) Islamic da'wah is an important activity that must continue to be carried out to fulfill the information and religious education needs of the digital society, which is vulnerable to spiritual drought, decadence of values and morals, or changes in behavior and lifestyle that are far from Islamic teachings; (2) Da'wah practices must adapt to the changes and new tendencies of the society that arise in the digital era, especially by making changes to more effective da'wah strategies and methods; and (3) The use of technology media for da'wah purposes must consider the characteristics and limitations of the media, user types, and the interests to be achieved from the use of the media. The results of this study are expected to provide an overview of the necessary adaptation for da'wah practices in the digital era.

Keywords: *Islamic Da'wah, Digital Era, Technology Media, Social Media, Information and Communication Technology.*

A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa masyarakat menuju pada era dan realitas baru yang lazim dikenal dengan era digital dan realitas virtual. Pada era digital tersebut, keberadaan teknologi menjadi kebutuhan baru masyarakat, baik dalam berkomunikasi, berinteraksi, berbelanja dan memenuhi konsumsi harian ataupun melakukan kegiatan-kegiatan keseharian lainnya. Keberadaan teknologi digital dan ruang-ruang virtual di mana orang bisa berbagai data dan cerita, dalam hal ini tidak saja memberikan kemudahan-kemudahan yang baru, tapi juga menjadi cara dan praktik hidup masyarakat yang berbeda dari era sebelumnya (Łobejko, 2020; Roosvall, 2016).

Salah satu fitur paling menonjol dan banyak digunakan di era digital tersebut adalah media sosial. Keberadaan media sosial dalam berbagai bentuknya, baik situs jejaring interaksi sosial maupun situs-situs microblogging, tidak saja bisa mewadahi keinginan masyarakat untuk saling terhubung satu sama lain dengan cara yang efektif dan menyenangkan, tapi juga memberikan nilai-nilai tertentu yang menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat dalam menjalani kesehariannya (Boyd & Ellison, 2007; Davis, 2015). Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi, di mana media sosial merupakan salah satu bagian tak terpisahkan dari kehidupan di era digital, membuat orang juga harus menyadari bahwa ada yang harus berubah pada cara mereka menjalani hidup, melakukan praktik bisnis, mendapatkan pendidikan, hingga pada kegiatan-kegiatan keagamaan, seperti praktik dakwah (Maghfirah et al., 2021; Slama, 2017; Thaib, 2019; Weng, 2019).

Pertimbangan utamanya adalah bahwa transformasi digital yang dibawa oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, telah menghadirkan keterbukaan akses dan lalu lintas informasi yang tidak terkontrol, distribusi nilai-nilai yang tanpa saringan, serta berbagai perubahan-perubahan lain yang memengaruhi dan membentuk budaya dan kehidupan masyarakat secara keseluruhan. Transformasi digital, tentu tidak bisa dilihat hanya sebagai perubahan pola dan percepatan penyebaran informasi, tapi juga harus dilihat sebagai peluang di mana orang bisa berkontribusi pada kehidupan dan atau menyesuaikan diri dengan kecenderungan hidup masyarakat. Oleh karena itu, perubahan yang sama juga diperlukan, khususnya pada cara dan pola penyebaran nilai-nilai dan pesan-pesan Islam atau dakwah kepada masyarakat (Ali, 2021; Briandana et al., 2020; Murtadho, 2017; Sule & Sulaiman, 2021).

Namun demikian, kondisi seperti ini pula yang membuat kerja dan tantangan dakwah di era digital menjadi lebih berat. Sosok da'i tidak hanya dituntut untuk memiliki penguasaan dan kompetensi di bidang dakwah dan atau pengajaran keagamaan, tapi juga dibebani dengan keharusan memahami karakteristik dan kecenderungan masyarakat yang berubah, mampu mengoperasikan berbagai perangkat teknologi dasar yang bisa menjadi media dakwah yang baru, serta mampu memahami metode dan strategi dakwah yang tepat di era digital tersebut. Jika dakwah masih dijalankan dengan mengacu pada cara-cara konvensional, maka sulit bagi para dai untuk mendapatkan pengakuan dan popularitas di masyarakat,

yang pada gilirannya membuat keilmuan para dai tidak bisa teraplikasikan dan tersebar di masyarakat.

Dakwah Islam di era digital pada akhirnya memiliki sejumlah tantangan yang harus dijawab, terutama yang berkaitan dengan: (1) Penguasaan kompetensi teknologi informasi dan komunikasi, baik perangkat maupun aplikasinya; (2) Pemahaman karakteristik dan kecenderungan masyarakat yang dipengaruhi oleh transformasi digital; (3) Penguasaan media-media dakwah baru berbasis teknologi informasi dan komunikasi; (4) Pemilihan strategi dan metode yang efektif untuk dakwah di tengah transformasi digital yang mengubah tradisi dan kebudayaan masyarakat modern secara luas; dan (5) pemahaman dampak dari penggunaan berbagai perangkat dan media dakwah berbasis teknologi informasi dan komunikasi terhadap praktik dan nilai-nilai dakwah secara keseluruhan (Ali, 2021; Kushardiyanti, 2021; Thaib, 2019; Torok, 2016).

Era digital memang memberikan manfaat dan kemudahan yang tidak sedikit kepada masyarakat, terutama dalam konteks efisiensi, transparansi, aksesibilitas, ataupun dalam hal berbagi ilmu pengetahuan dan informasi. Namun demikian, era berbagai kemudahan tersebut juga membawa dampak yang buruk pada masyarakat, terutama oleh sebagian pihak yang memanfaatkannya untuk menyebarkan nilai-nilai yang tidak sesuai dengan norma, adat, dan aturan yang berlaku, pengajaran kekerasan dan terorisme, islamophobia atau ketakutan dan *fearmongering* terhadap ajaran Islam, ataupun pandangan-pandangan dan kebiasaan-kebiasaan baru yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Kondisi ini juga menjadi alasan penting mengapa dakwah harus berperan di era digital, terutama dengan menyesuaikan praktiknya dengan kebutuhan dan kecenderungan masyarakat seiring transformasi digital itu sendiri.

Studi ini pada dasarnya bertujuan untuk: (1) memahami kebutuhan praktik dakwah di era digital; (2) memahami perubahan yang diperlukan untuk efektivitas dakwah di era digital; dan (3) memahami strategi penentuan media yang tepat untuk dakwah di era digital. Upaya untuk memahami beberapa hal tersebut menjadi penting untuk menjawab tantangan dakwah yang disebutkan sebelumnya, agar praktik dakwah tidak terhenti pada pengajaran konvensional di tempat-tempat marginal dan tidak terjangkau oleh masyarakat di era digital. Dengan cara itu pula, maka berbagai dampak dari perubahan-perubahan yang terjadi di era digital, khususnya yang berkaitan dengan sebaran nilai dan informasi yang tidak bertanggungjawab yang dapat memunculkan pengaruh buruk pada masyarakat.

B. Tinjauan Pustaka

Berbagai riset atau penelitian tentang dakwah di era digital sebenarnya sudah banyak dilakukan, terutama dengan menyorot perihal perubahan dan penyesuaian praktik dakwah dengan kecenderungan yang berlaku di era digital itu sendiri. Beberapa studi yang ada juga memberikan penekanan pada pentingnya pemahaman para dai terkait penggunaan jaringan internet dan berbagai fiturnya, serta aplikasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi, ataupun yang semata memberikan penekanan pada peluang yang bisa dioptimalkan untuk praktik dakwah di era digital tersebut.

Studi yang dilakukan Zainab et al. (2019), menunjukkan bahwa praktik dakwah di era digital harus melihat pada pembagian area domisili masyarakat, dan

membedakan antara masyarakat urban atau perkotaan dengan masyarakat tradisional di pedesaan. Pada masyarakat urban, dakwah dijalankan dengan menggunakan berbagai media teknologi kontemporer, seperti televisi ataupun internet. Sementara pada masyarakat tradisional, maka dakwah masih bisa dijalankan dengan praktik-praktik tabligh dan pengajaran konvensional. Tantangan utama untuk dakwah di era digital ini adalah masalah sumber daya manusia yang kurang mumpuni, masalah geografis, mazhab dan paham keagamaan, serta perubahan laku sosio-kultural masyarakat yang terdampak globalisasi.

Studi lainnya yang dilakukan Rakhmawati (2013, 2014), memberikan sorotan terhadap pentingnya dakwah Islam untuk memberikan bimbingan dan pengajaran kepada masyarakat dalam menghadapi perubahan-perubahan yang dibawa oleh globalisasi dan kemajuan teknologi. Dakwah di tengah globalisasi yang dipenuhi dengan fenomena digitalisasi kehidupan, penggunaan internet dan media sosial tanpa batas, pada akhirnya merupakan penawar untuk berbagai persoalan yang berkembang di masyarakat, terutama yang muncul akibat sebaran informasi, nilai-nilai dan budaya-budaya baru yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam perspektif yang lain, Pimay dan Niswah (2021), menunjukkan bahwa dakwah di era digital harus mengadopsi pola elektronik yang menjadi ciri utama dari transformasi digital, yakni dengan merumuskan e-dakwah. Praktik e-dakwah sendiri, dijelaskan lebih lanjut sebagai upaya menyebarkan pesan-pesan dan ajaran Islam melalui berbagai media elektronik atau media berbasis teknologi informasi dan komunikasi, seperti website, blog, mailing list, media sosial, ataupun berbagai aplikasi virtual yang memudahkan orang untuk belajar dan mengajarkan agama dalam pertemuan-pertemuan di ruang maya.

Study yang senada yang dilakukan Ahmad (2010), Arifuddin (2016), atau Ermayani et al. (2020), menyatakan bahwa dakwah di era digital memerlukan penyesuaian dengan berbagai kecenderungan masyarakat yang berubah secara drastis di era digital tersebut. Pada era digital, masyarakat lebih membutuhkan informasi yang bisa dibaca, dicerna, dan dipraktikkan secara cepat, sebelum digantikan oleh asupan informasi yang lainnya. Pesan-pesan dakwah pada akhirnya harus diolah dalam format tertentu yang sesuai dengan kecenderungan masyarakat, serta disebarluaskan melalui media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat itu sendiri.

Lalu studi yang dilakukan oleh Arifin (2019), memberikan sorotan dan penekanan terkait penggunaan media sosial oleh generasi muda kontemporer, khususnya dengan bahasa-bahasa tertentu yang membuat para dai harus bisa menyesuaikan diri dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan dakwah. Sebab apa yang ditemukan dalam studi ini menunjukkan bahwa banyak dai yang tidak bisa mengoptimalkan media sosial dan menggunakan bahasa atau narasi yang tepat dalam berdakwah, sehingga pesan-pesan keagamaan yang disampaikan juga tidak bisa diterima secara efektif oleh generasi kontemporer tersebut.

Beberapa studi sebelumnya ini pada dasarnya memberikan perhatian dan fokus yang kurang lebih sama terkait bagaimana seharusnya dakwah dijalankan di era digital dengan berbagai tantangannya. Oleh karena itu, studi ini nantinya akan memberikan penekanan dan perspektif yang berbeda terkait praktik dakwah di era

digital, khususnya dengan merangkum berbagai strategi dan metode dakwah yang bisa digunakan oleh para dai untuk penyebaran dan penyampaian pesan-pesan Islam melalui media berbasis teknologi digital secara lebih efektif.

C. Metode

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitik, yang berfokus pada kajian berbagai literatur dan fenomena dakwah kontemporer. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan pembacaan terhadap literatur dakwah, pengamatan terhadap praktik dakwah di ruang-ruang digital, serta wawancara pendalaman dengan beberapa tokoh dai yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk kepentingan dakwahnya. Peneliti juga melakukan triangulasi dari sumber-sumber data yang ada untuk mendapatkan kejelasan dan pemahaman yang baik terkait praktik dakwah dan berbagai tantangan yang dihadapi di era digital, serta solusi yang bisa diambil.

D. Temuan

Studi yang dilakukan menemukan beberapa catatan penting terkait perubahan-perubahan kecenderungan masyarakat di era digital dalam konteks relasinya dengan kebutuhan pengajaran agama, yang ini menjadi konteks utama dalam merumuskan perubahan praktik dakwah dan penentuan media dakwah yang tepat untuk digunakan sesuai dengan kondisi masyarakat kontemporer. Secara ringkas, berdasarkan hasil studi dokumentasi, observasi, dan pembicaraan dengan beberapa tokoh dai yang diwawancarai, temuan-temuan ini bisa dipaparkan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Praktik Dakwah di Era Digital

Beberapa temuan penting terkait kebutuhan masyarakat atas pengajaran atau dakwah Islam ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, masyarakat di era digital adalah masyarakat yang memiliki ketergantungan terhadap teknologi, khususnya media sosial dan berbagai bentuknya, serta beragam aplikasi interaksi dan komunikasi; *Kedua*, masyarakat di era digital adalah masyarakat yang dipenuhi dengan berbagai informasi dan sebaran nilai-nilai yang memberikan pengaruh terhadap perilaku dan kebiasaan mereka; *Ketiga*, masyarakat di era digital adalah masyarakat yang jenuh, mudah merasa terasing dan terpinggirkan, kering secara spiritual, dan karenanya membutuhkan siraman rohani dalam bentuk pengajaran agama; dan *Keempat*, masyarakat di era digital adalah masyarakat yang dipenuhi dengan berbagai ajaran dan pesan-pesan informatif melalui berbagai aplikasi komunikasi, namun tanpa saringan yang tepat. Hal ini pada gilirannya membuat masyarakat tidak bisa memahami mana ajaran yang baik dan benar sesuai dengan ajaran para ulama kredibel dan mana ajaran yang tidak berdasar atau sesuai dengan sumber *tasyri'*.

2. Perubahan Strategi dan Metode untuk Efektivitas Dakwah di Era Digital

Dakwah di era digital menuntut para dai untuk menyesuaikan dirinya ataupun praktik dan aktivitas dakwah yang dijalankannya, terutama dengan melakukan beberapa hal berikut: *Pertama*, dai dituntut untuk bisa memahami kecenderungan dan karakteristik masyarakat di era digital yang terdampak oleh nilai-nilai digital itu sendiri; *Kedua*, dai dituntut untuk bisa mengubah pendekatan, strategi, dan metode mereka dalam berdakwah,

terutama dengan memahami fungsi dan nilai dari teknologi untuk kepentingan dakwah; *Ketiga*, dai dituntut untuk tidak lagi mengandalkan praktik dakwah konvensional dalam menyebarkan pesan-pesan Islam, tapi juga harus terjun dan tampil di ruang-ruang digital; dan *Keempat*, dai dituntut untuk menjadi populer, yang dengan itu memudahkan mereka untuk diindeks dalam algoritma digital yang membuat masyarakat bisa menemukan pesan-pesan dakwah secara lebih efektif.

3. Pemilihan Media Dakwah yang Tepat di Era Digital

Berkaitan dengan perubahan-perubahan di era digital, baik untuk praktik dakwah maupun kecenderungan masyarakat, maka temuan penting untuk hal ini adalah: *Pertama*, praktik dakwah hari ini harus bisa bersaing dengan praktik penyebaran informasi dan komunikasi lainnya yang menggunakan berbagai media berbasis teknologi informasi dan komunikasi kontemporer; *Kedua*, pesan-pesan dakwah yang disampaikan pada media-media teknologi informasi dan komunikasi tersebut harus dikemas dengan baik dan memiliki kata kunci tertentu yang memudahkan pengguna teknologi untuk mencarinya; *Ketiga*, media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi memiliki keterbatasan tertentu terkait keluasan pesan dan konten ajaran yang menyesuaikan dengan sifat dan karakteristik masing-masing media itu sendiri; dan *Keempat*, keterbatasan media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi dalam menyampaikan pesan dan ajaran keagamaan dapat memunculkan kesalahan pemahaman tertentu jika tidak dirumuskan dengan baik.

Beberapa temuan tersebut di atas pada dasarnya menunjukkan bahwa dakwah Islam di era digital harus menyesuaikan dirinya dengan perubahan-perubahan yang ada, terutama perubahan pada cara masyarakat mengakses dan memaknai informasi, menjalani keseharian dengan perangkat teknologi, serta kebutuhan-kebutuhan masyarakat untuk mengatasi kekeringan spiritual mereka.

E. Pembahasan

Temuan-temuan sebelumnya menunjukkan bahwa dakwah di era digital membutuhkan perubahan dan penyesuaian diri, baik oleh dai pada pengembangan kompetensi dakwahnya, ataupun pada perubahan strategi dan metode serta pemilihan media yang tepat untuk kepentingan efektivitas dakwah di era digital tersebut. Dalam hal ini beberapa temuan sebelumnya bisa dimaknai lebih lanjut dengan memberikan beberapa catatan penting terkait hal-hal berikut:

1. Prioritas dan Tujuan Dakwah di Masyarakat Digital

Beberapa temuan sebelumnya menunjukkan bahwa masyarakat di era digital adalah masyarakat yang sudah banyak mendapatkan pengaruh, baik positif ataupun negatif dari transformasi digital dan kebudayaan yang dibawa oleh globalisasi dan kemajuan teknologi yang mengiringinya. Pada masyarakat seperti ini, dakwah pada akhirnya bukan lagi berfokus pada penyebaran informasi keagamaan yang baik dan benar, karena masyarakat dengan mudah bisa menemukan dan mendapatkan informasi-informasi tersebut dari berbagai sumber digital, tapi lebih berfokus pada membangun

kesadaran bersama untuk perbaikan diri, ketenangan dan kedamaian hidup, pengajaran-pengajaran kritis, dan keteladanan tertentu yang pada gilirannya bisa mendorong pada kerja nyata mengembangkan potensi umat di era global.

Dalam konteks ini, apa yang penting untuk dilakukan oleh para dai secara khusus, adalah sebagai berikut: *Pertama*, para dai harus bisa memiliki prioritas tertentu terkait apa yang ingin disampaikan dan diajarkan kepada masyarakat, sehingga informasi yang mereka terima adalah informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri; *Kedua*, para dai harus menyadari bahwa tujuan dakwah di era digital tidak lagi semata *ishlah* diri secara personal, tapi juga mengembangkan potensi umat dan mendorong mereka untuk bekerja secara kolaboratif dalam membangun kehidupan bersama; *Ketiga*, pesan-pesan dakwah yang disampaikan harus bisa memberikan ketenangan kepada masyarakat yang secara umum sudah banyak terjebak dalam kegelisahan akibat sebaran informasi dan perubahan-perubahan hidup yang tidak teramalkan. Jika pesan dakwah lebih banyak berisi hal-hal yang menambah ketakutan mereka, maka masyarakat akan sulit untuk menyenangi dakwah Islam itu sendiri; *Keempat*, dakwah Islam harus mulai dilihat sebagai kegiatan *jihad* melawan sebaran informasi yang salah dan negatif atau *fearmongering* terhadap Islam, yang memunculkan islamophobia di masyarakat. Dalam hal ini, para dai harus bisa menampilkan wajah Islam yang baik, ramah, toleran, dan mampu menjadi rahmat bagi semua orang terlepas dari perbedaan-perbedaan latar belakang yang ada.

2. Strategi dan Metode Dakwah di Era Digital

Perubahan strategi dan metode dakwah yang lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat di era digital sebagai objek dakwah, seperti disebutkan sebelumnya, merupakan keharusan agar dakwah bisa mencapai tujuannya secara efektif. Perubahan strategi dan metode untuk efektivitas dakwah ini dilakukan, terutama dengan mempertimbangkan kecenderungan masyarakat di era digital, kebiasaan-kebiasaan generasi kontemporer, serta fenomena-fenomena tertentu yang terjadi secara aktual dan memengaruhi masyarakat itu sendiri. Dakwah dalam hal ini bisa saja melakukan strategi *wave riding* agar pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat bisa terlihat, terbaca, dan termaknai secara efektif.

Meski demikian, mengingat temuan-temuan sebelumnya, maka perubahan strategi dan metode dakwah ini juga harus mempertimbangkan hal-hal berikut: *Pertama*, praktik dakwah harus dilihat sebagai kerja keras membangun peradaban Islam yang lebih baik. Dakwah tidak boleh terhenti pada seruan atau pengajaran keagamaan saja, tapi juga harus diiringi dengan kerja-kerja kolaboratif secara nyata untuk membangun kehidupan umat. Oleh karena itu, para dai tidak cukup dengan memiliki kompetensi dan penguasaan teknologi, tapi juga harus diikuti dengan pemungisian teknologi untuk inovasi-inovasi dakwah riil tertentu yang bisa memperbaiki kehidupan masyarakat; *Kedua*, dakwah di era digital sering kali lebih banyak berkaitan dengan persoalan membangun citra Islam dan dai yang

baik. Sebab jejak informasi di era digital ini akan mudah untuk dilacak, ditemukan, dan terus ada. Oleh karena itu, kemasan menjadi penting untuk efektivitas pesan-pesan dakwah, tidak saja agar pesan-pesan keagamaan tersebut mudah dipahami, tapi juga agar Islam dan para pendakwahnya memiliki citra yang positif di masyarakat yang terus berganti; *Ketiga*, para dai harus menyadari bahwa praktik dakwah di era digital akan lebih efektif ketika mereka juga bisa membangun komunitas-komunitas tertentu melalui ruang-ruang digital yang ada. Komunitas ini dapat memunculkan kohesivitas sosial antar anggota, meningkatkan *ukhuwwah*, dan memudahkan dai untuk pengajaran Islam yang lebih komprehensif ketika komunitas tersebut sudah terbentuk. Bagaimanapun, ajaran Islam terlalu luas untuk dimuat dalam narasi status dan *story* di media sosial. Masyarakat perlu mendapatkan pengajaran nyata melalui pengajian-pengajian konvensional untuk memperdalam dan memperluas pemahaman keagamaan mereka. Pembentukan komunitas seperti ini menjadi penting sebagai wadah untuk menyusun agenda dan melaksanakan praktik pengajaran Islam tersebut; dan *Keempat*, metode dakwah terbaik adalah keteladanan nyata para dai dalam kehidupan. Oleh karena itu, meski dai dituntut untuk bisa menyebarkan pesan-pesan Islam melalui ruang-ruang digital – dengan menggunakan teknologi internet – namun pesan tersebut akan lebih optimal jika ditambah dengan penguatan melalui keteladanan hidup para dai di masyarakat. Sebab ruang digital sering kali dipenuhi dengan sebaran informasi yang bisa saja membuat Islam dan umatnya terkesan tidak baik. Kondisi ini hanya bisa diatasi dengan keteladanan aktual para dai dan jamaahnya dalam kehidupan.

3. Fungsionalisasi Media Teknologi untuk Efektivitas Dakwah

Penggunaan media berbasis teknologi informasi dan komunikasi kontemporer, seperti internet, media sosial dalam berbagai bentuknya, aplikasi-aplikasi komunikasi, ataupun media-media lainnya, merupakan keharusan untuk pelaksanaan strategi dan metode dakwah yang efektif, seperti dipaparkan sebelumnya. Penggunaan media-media ini juga menjadi keniscayaan, terutama karena teknologi akan terus bertambah maju dan masyarakat juga akan berlomba-lomba untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi tersebut. Oleh karena itu, kompetensi dai pada akhirnya tidak hanya terbatas pada kompetensi dakwah semata, tapi juga harus diperkuat dengan kompetensi terkait penggunaan teknologi dan berbagai aplikasinya yang bisa dijadikan media baru dalam berdakwah.

Namun demikian, mengingat media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi ini memiliki karakteristik dan keterbatasan-keterbatasan tertentu, maka para dai juga harus bisa menyesuaikan dakwah mereka sesuai karakteristik dan keterbatasan media tersebut, terutama dengan mempertimbangkan hal-hal berikut: *Pertama*, media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi kontemporer, seperti media sosial memiliki karakteristik dan keterbatasan terkait terkait ruang informasi, jenis informasi, dan tingkat ketersebaran informasi. Para dai harus bisa melihat berbagai karakteristik dan keterbatasan ini, khususnya dalam menentukan

jenis pesan yang ingin disampaikan, format pesan yang ingin ditampilkan, dan bagaimana tingkat visibilitas pesan dakwah tersebut; *Kedua*, media-media dakwah berbasis teknologi informasi dan komunikasi digital juga memiliki jenis pengguna dengan karakteristik yang berbeda antara satu media dan media lainnya. Para dai dalam hal ini harus bisa menentukan terlebih dahulu kalangan mana yang dijadikan target dakwah, apa prioritas tujuan yang ingin tercapai dari dakwah pada media tersebut, serta bagaimana mendorong para penggunanya untuk ikut terlibat dalam penyebaran pesan secara aktif pada media-media lainnya; *Ketiga*, keberadaan media-media berbasis teknologi informasi dan komunikasi ini dapat menjadi sarana efektif untuk pembentukan komunitas dakwah dan jamaah seperti disebutkan sebelumnya. Oleh karena itu, para dai dapat menjadikan media-media ini sebagai pengantar pesan pertama untuk membangun komunitas, tanpa harus selalu berfokus pada pengajaran yang dalam tentang Islam; dan *Keempat*, keterbatasan media berbasis teknologi informasi dan komunikasi tersebut menuntut para dai untuk bisa mengemas pesan-pesan dakwah secara menarik, mudah dicerna, serta membuat penggunanya terdorong untuk menjadi pengikut dan terus mendapatkan informasi lainnya secara berkelanjutan. Dengan cara ini pula, maka dakwah bisa lebih memberikan makna kepada masyarakat di era digital.

Beberapa catatan penting tersebut pada dasarnya menekankan pentingnya perubahan-perubahan tertentu terkait praktik dakwah, strategi, metode, media, dan utamanya kemampuan para dai untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan hidup di era digital. Kehadiran dan kecanggihan teknologi di era digital ini memang banyak memberikan kemudahan pada masyarakat dalam mengakses informasi dan menjalin komunikasi satu sama lain. Namun hal tersebut tidak lantas memberikan kemudahan yang sama untuk dakwah Islam yang efektif. Dalam hal ini, tantangan yang dihadapi justru semakin berat dengan adanya teknologi yang semakin canggih tersebut. Oleh karena itu, kemampuan beradaptasi tanpa harus kehilangan makna dan nilai utama dari dakwah, menjadi elemen kunci untuk keberhasilan dakwah di era digital.

F. Kesimpulan

Hasil studi ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, dakwah Islam merupakan kegiatan penting yang harus terus dijalankan untuk menutupi kebutuhan-kebutuhan informasi dan pengajaran agama di tengah masyarakat digital yang rentan mengalami kekeringan spiritualitas, dekadensi nilai dan moral, ataupun perubahan perilaku dan budaya hidup yang menjauh dari ajaran keagamaan; *Kedua*, praktik dakwah harus menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang ada serta kecenderungan baru masyarakat yang muncul di era digital tersebut, terutama dengan melakukan perubahan strategi dan metode dakwah yang sesuai dengan kondisi masyarakat di tengah kebutuhan teknologi informasi dan komunikasi dalam menjalani keseharian, keterbukaan akses informasi tanpa batas dan saringan, atau sebaran nilai-nilai yang memengaruhi perilaku dan budaya masyarakat; dan *Ketiga*, penggunaan media-media teknologi untuk kepentingan

dakwah harus mempertimbangkan karakteristik dan keterbatasan media, jenis pengguna, serta kepentingan apa yang ingin dicapai dari penggunaan media tersebut.

Daftar Pustaka

- Ahmad, A. (2010). Da'wah: The contemporary Challenges. *Insights*, 3(2), 5–14.
- Ali, M. (2021). The Impact of Social Media for the Development of Da'wah in Indonesia. *Religia*, 24(1), 22–33.
- Arifin, F. (2019). Rethinking Dakwah Model in the Fourth Industrial Revolution for Digital Native Generation. *Jurnal Dakwah*, 20(1), 27–49.
- Arifuddin. (2016). Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers In Indonesia. *Ar-Raniry International Journal of Islamic Studies*, 3(1), 161–188.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal for East European Management Studies of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Briandana, R., Doktoralina, C. M., Hassan, S. A., & Wan Hasan, W. N. (2020). Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(1), 216–226.
- Davis, J. L. (2015). Social Media. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (pp. 1–8). John Wiley & Sons, Ltd.
- Ermayani, T., Nurhadi, R., & Masykuri, E. S. (2020). The Problems of Digital Da'wah during the Covid-19 Pandemic. *BIS-HSS*, 11(18), 1–7.
- Kushardiyanti, D. (2021). Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di Era Pandemi Covid-19. *Orasi, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 97–114.
- Lobejko, S. (2020). Digital transformation and innovativeness of enterprises. *Optimum. Economic Studies*, 2(100), 36–46. <https://doi.org/10.15290/oes.2020.02.100.03>
- Maghfirah, F., Andriani, F., & Mirzal, H. (2021). Social Media as a Medium of Da'wah: Religious Transformation among Online Da'wah Audience on TikTok Platform. *Lentera, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 5(1), 81–104.
- Murtadho, A. (2017). The Empowerment of Social Media for Da'wah in Medan City. *IOSR Journal of Humanities and Social Sciences*, 22(4), 86–93.
- Pimay, A., & Niswah, U. (2021). The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age. *Lentera, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 149–163.
- Rakhmawati, I. (2013). Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 75–92.
- Rakhmawati, I. (2014). Challenges of Da'wah in the Era of Globalization. *Addin*, 2(2), 78–90.
- Roosvall, A. (2016). Religion, Globalization and Commodification in Online World News Slideshows: the Dis/connection of Images and Texts. *Social Semiotics*, 26(1), 76–93.
- Slama, M. (2017). Social Media and Islamic Practice: Indonesian Ways of Being Digitally Pious. In E. Jurriens & R. Tapsell (Eds.), *Digital Indonesia: Connectivity*

- and Divergence* (pp. 146–162). ISEAS Publishing.
- Sule, M. M., & Sulaiman, Y. (2021). Enhancing Da'wah and Spread of Knowledge via Social Media Platforms. *Peuradeun, The Indonesian Journal of the Social Sciences*, 9(1), 145–160.
- Thaib, E. J. (2019). Da'wa, Social Media and Challenge the Mainstream of Islam among Millennial Generation. *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication*, 101–109.
- Torok, R. (2016). Social Media and the Use of Discursive Markers of Online Extremism and Recruitment. In *Combating Violent Extremism and Radicalization in the Digital Era* (pp. 31–35). IGI Global.
- Weng, H. W. (2019). On-Offline Dakwah: Social Media and Islamic Preaching in Malaysia and Indonesia. In K. Radde-Antweiler & X. Zeiler (Eds.), *Mediatized Religion in Asia, Studies on Digital Media and Religion* (pp. 89–104). Routledge.
- Zainab, S., Muslim, N., & Azis, A. (2019). Da'wa Practices and it's Challenges in Contemporary Era (Case Study in Kotawaringin Timur Regency, Indonesia). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 34–47.